

## **Какви се навиките во користење на ТВ медиумите на македонските граѓани**

Во мајскиот омнибус на “Брима”, македонскиот асоцијативен член на Gallup International, една од темите на истражувањето на јавното мислење медиумите и маркетингот испитувани се и навиките во користењето на ТВ медиумите од страна на граѓаните во Македонија.

Истражувањето е спроведено на национално репрезентативен примерок од 1200 испитаници. Резултатите од истражувањата се репрезентативни за популацијата на возраст 15+ години.

Анализата на навиките во користењето на ТВ медиумите покажува дека граѓаните настојуваат да не пропуштат да видат 4.7 емисии во просек. Најиздеференцирани во изборот се најмладите на возраст од 15-17 год. кои во просек настојуваат да не пропуштат 5.7 емисии а најмалку издиференцирани во изборот од тв понудата се највозрасните гледачи на возраст 65 год. и повеќе кои настојуваат да не пропуштат 2.2 емисии во просек. Учениците и студентите не пропуштаат 5.4 емисии во просек, вработените 4,9 а домаќинките 3.7 емисии.

ТВ вестите настојуваат да не ги пропуштат 90% од пензионерите, 77% од домаќинките, 72% од вработените а најмалку приврзани на ТВ вестите се помладите гледачи на возраст од 15-17год. (13%).

Најголеми љубители на филмови прикажани на телевизијата се студентите и учениците (67%) и вработените (50%).

ТВ сериите не пропуштаат да ги гледаат 43% домаќинки и исто толкав број студенти и ученици.

Спортските преноси настојуваат да не ги пропуштат 42% вработени, 37% невработени и 35% ученици и студенти.

Типична публика на музичките емисии се студентите и учениците (54%) кои настојуваат да не ги пропуштат.

Емисиите на социјално политички теми најчесто настојуваат да не ги пропуштат пензионерите (36%) и вработените и невработените (29%).

Емисиите од кулинарство најчесто настојуваат да не ги пропуштат домаќинките (35%).

Врз изборот на ТВ емисиите има влијание и перцепцијата на проблемите кои најмногу ги загрижуваат граѓаните. Помеѓу 77% анкетирани кои гледале емисии на К-15 во мај оваа година, во поголем број се анкетирани кои изјавиле дека сиромаштијата многу ги загрижува (78%), во скоро ист толкав процент се оние кои во најголем степен ги загрижува сиромаштијата - во анкетата изјавиле дека сиромаштијата им предизвикува постојан страв - (77%), потоа се намалува процентот на оние кои малку ги загрижува сиромаштијата (67%) а најмал е процентот на оние кои не ги загрижува сиромаштијата (64%).

Вакви слични релации постојат помеѓу гледаноста на емисиите на К-15 и перцепцијата на криминализацијата на државата. Од анкетирани кои во најголем степен се загрижени од криминализацијата на државата 80%

гледале К-15 во однос на 62% помеѓу оние кои не ги загрижува криминализацијата на државата.

Помеѓу анкетирани кои во најголем степен се загрижени од корупцијата 83% гледале К-15 емисии во однос на 73% кои не се загрижени за корупцијата.

Степенот на фрустрација од тешкотиите предизвикани од соочувањето со проблемите од секојдневието во поголем број ги мотивира да ги видат проблемите од смешната страна оние кои највеќе се погодени од нив.

Од друга страна поврзаноста помеѓу гледањето на ТВ вестите и перцепцијата на тешкотиите со кои се соочуваат или е мала или оди во спротивна насока. Така, во подеднаков број ТВ вестите ги гледаат оние кои ги загрижува сиромаштијата како и оние кои не ги загрижува (73%). Помеѓу оние кои не ги загрижува корупцијата поголем е бројот на оние кои гледаат ТВ вести (77%) од оние кои корупцијата ги загрижува во најголем степен (70%).

Ѓорѓи Кимов  
Директор на истражувањата на  
БРИМА

Скопје  
29 06 2005