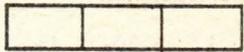


АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ РАДИОПЕРЕДАЧ ЭСТОНСКОГО РАДИО
НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ /ЯНВАРЬ И МАРТ 1986 ГОДА/
и 1983 года



Уважаемый товарищ!

Информационно-вычислительный центр Телерадиокомитета Эстонской ССР проводит время от времени опросы, цель которых узнать, как жители нашей республики слушают или смотрят разные радио- и телепередачи.

Просим Вас в течение одной определённой недели (которую сообщит Вам наш сотрудник) отметить в данном дневнике в какое время Вы слушали или смотрели радио- и телепередачи и по какому каналу.

Например: если Вы слушали с 20.45 до 21.00 передачу 3-ей программы Всесоюзного радио, а с 21.00 до 21.15 смотрели передачу "Время", но по каналу Эстонского телевидения, то в таблице это отмечается так:

	ЭР/э	ЭР/р	ВР/1	Маяк	ВР/3	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ
20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

Названия каналов сокращены следующим образом:

- ЭР/э - Эстонское радио на эстонском языке;
- ЭР/р - Эстонское радио на русском языке;
- ВР/1 - первая программа Всесоюзного радио;
- Маяк - радиостанция "Маяк";
- ВР/3 - третья программа Всесоюзного радио;
- ЗАР - зарубежные радиопрограммы;
- ЭТВ - программа Эстонского телевидения;
- ЦТВ 1 - первая программа Центрального телевидения;
- ЦТВ 2 - вторая программа Центрального телевидения;
- ЛТВ - программа Ленинградского телевидения;
- ФТВ - программы Финского телевидения.

Опрос является анонимным. Ваш адрес и фамилия нас не интересуют, их писать не надо. Заранее благодарны Вам!

С уважением
социологи Информационно-вычислительного центра

ПОНЕДЕЛЬНИК

	ЭР/э	ЭР/р	ВР/І	Маяк	ВР/З	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ		
1.	5.30-	5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
2.	5.45-	6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
3.	6.00-	6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
4.	6.15-	6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
5.	6.30-	6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
6.	6.45-	7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
7.	7.00-	7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
8.	7.15-	7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
9.	7.30-	7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
10.	7.45-	8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
11.	8.00-	8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
12.	8.15-	8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
13.	8.30-	8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
14.	8.45-	9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
15.	9.00-	9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
16.	9.15-	9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
17.	9.30-	9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
18.	9.45-	10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
19.	10.00-	10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
20.	10.15-	10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
21.	10.30-	10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
22.	10.45-	11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
23.	11.00-	11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
24.	11.15-	11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
25.	11.30-	11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
26.	11.45-	12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
27.	12.00-	12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
28.	12.15-	12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
29.	12.30-	12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
30.	12.45-	13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
31.	13.00-	13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
32.	13.15-	13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
33.	13.30-	13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
34.	13.45-	14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
35.	14.00-	14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
36.	14.15-	14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
37.	14.30-	14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
38.	14.45-	15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
39.	15.00-	15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
40.	15.15-	15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
41.	15.30-	15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЭР/э ЭР/р ВР/1 Мл.як ВР/3 ЗАР ЭТВ ЦТВ
 ЦТВ
 ЛТВ ЭТВ
 1
 2

42.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
43.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
44.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
45.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
46.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
47.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
48.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
49.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
50.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
51.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
52.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
53.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
54.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
55.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
56.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
57.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
58.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
59.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
60.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
61.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
62.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
63.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
64.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
65.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
66.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
67.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
68.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
69.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
70.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
71.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
72.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
73.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
74.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
75.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
76.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
77.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
78.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
79.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
80.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
81.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
82.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ВТОРНИК**ЭР/э ЭР/р ВР/1 Маяк ВР/3 ЗАР ЭТВ ЦТВ 1 ЦТВ 2 ЛТВ ФТВ**

83.	5.30- 5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
84.	5.45- 6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
85.	6.00- 6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
86.	6.15- 6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
87.	6.30- 6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
88.	6.45- 7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
89.	7.00- 7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
90.	7.15- 7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
91.	7.30- 7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
92.	7.45- 8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
93.	8.00- 8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
94.	8.15- 8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
95.	8.30- 8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
96.	8.45- 9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
97.	9.00- 9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
98.	9.15- 9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
99.	9.30- 9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
100.	9.45-10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
101.	10.00-10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
102.	10.15-10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
103.	10.30-10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
104.	10.45-11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
105.	11.00-11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
106.	11.15-11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
107.	11.30-11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
108.	11.45-12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
109.	12.00-12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
110.	12.15-12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
111.	12.30-12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
112.	12.45-13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
113.	13.00-13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
114.	13.15-13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
115.	13.30-13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
116.	13.45-14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
117.	14.00-14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
118.	14.15-14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
119.	14.30-14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
120.	14.45-15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
121.	15.00-15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
122.	15.15-15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
123.	15.30-15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЭР/э ЭР/р ВР/1-Маянк ВР/3 ЗАР ЭТВ ЦТВ I ЦТВ 2 ЛТВ ФТВ

124.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
125.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
126.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
127.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
128.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
129.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
130.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
131.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
132.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
133.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
134.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
135.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
136.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
137.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
138.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
139.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
140.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
141.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
142.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
143.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
144.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
145.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
146.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
147.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
148.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
149.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
150.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
151.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
152.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
153.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
154.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
155.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
156.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
157.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
158.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
159.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
160.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
161.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
162.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
163.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
164.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

СРЕДА

		ЭР/э	ЭР/р	ВР/Г	Маяк	ВР/З	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ
165.	5.30- 5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
166.	5.45- 6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
167.	6.00- 6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
168.	6.15- 6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
169.	6.30- 6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
170.	6.45- 7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
171.	7.00- 7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
172.	7.15- 7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
173.	7.30- 7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
174.	7.45- 8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
175.	8.00- 8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
176.	8.15- 8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
177.	8.30- 8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
178.	8.45- 9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
179.	9.00- 9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
180.	9.15- 9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
181.	9.30- 9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
182.	9.45-10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
183.	10.00-10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
184.	10.15-10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
185.	10.30-10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
186.	10.45-11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
187.	11.00-11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
188.	11.15-11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
189.	11.30-11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
190.	11.45-12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
191.	12.00-12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
192.	12.15-12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
193.	12.30-12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
194.	12.45-13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
195.	13.00-13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
196.	13.15-13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
197.	13.30-13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
198.	13.45-14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
199.	14.00-14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
200.	14.15-14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
201.	14.30-14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
202.	14.45-15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
203.	15.00-15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
204.	15.15-15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
205.	15.30-15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЭР/э ЭР/р ВР/І Маяк ВР/З ЗАР ЭТВ ЦТВ І ЦТВ 2 ЛТВ ФТВ

206.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
207.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
208.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
209.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
210.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
211.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
212.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
213.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
214.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
215.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
216.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
217.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
218.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
219.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
220.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
221.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
222.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
223.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
224.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
225.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
226.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
227.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
228.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
229.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
230.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
231.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
232.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
233.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
234.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
235.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
236.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
237.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
238.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
239.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
240.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
241.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
242.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
243.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
244.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
245.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
246.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЧЕТВЕРГ

	ЭР/э	ЭР/р	ВР/1	Маяк	ВР/3	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ		
247.	5.30-	5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
248.	5.45-	6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
249.	6.00-	6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
250.	6.15-	6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
251.	6.30-	6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
252.	6.45-	7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
253.	7.00-	7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
254.	7.15-	7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
255.	7.30-	7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
256.	7.45-	8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
257.	8.00-	8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
258.	8.15-	8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
259.	8.30-	8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
260.	8.45-	9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
261.	9.00-	9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
262.	9.15-	9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
263.	9.30-	9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
264.	9.45-	10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
265.	10.00-	10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
266.	10.15-	10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
267.	10.30-	10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
268.	10.45-	11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
269.	11.00-	11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
270.	11.15-	11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
271.	11.30-	11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
272.	11.45-	12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
273.	12.00-	12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
274.	12.15-	12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
275.	12.30-	12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
276.	12.45-	13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
277.	13.00-	13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
278.	13.15-	13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
279.	13.30-	13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
280.	13.45-	14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
281.	14.00-	14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
282.	14.15-	14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
283.	14.30-	14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
284.	14.45-	15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
285.	15.00-	15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
286.	15.15-	15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
287.	15.30-	15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЭР/э ЭР/р ВР/І Мя.жк ВР/З ЗАР ЭТВ ЦТВ 1 ЦТВ 2 ЛТВ ЭТВ

288.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
289.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
290.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
291.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
292.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
293.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
294.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
295.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
296.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
297.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
298.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
299.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
300.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
301.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
302.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
303.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
304.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
305.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
306.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
307.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
308.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
309.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
310.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
311.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
312.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
313.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
314.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
315.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
316.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
317.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
318.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
319.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
320.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
321.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
322.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
323.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
324.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
325.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
326.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
327.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
328.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ПЯТНИЦА

		ЭР/э	ЭР/р	ВР/І	Маяк	ВР/З	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ I	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ
329.	5.30- 5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
330.	5.45- 6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
331.	6.00- 6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
332.	6.15- 6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
333.	6.30- 6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
334.	6.45- 7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
335.	7.00- 7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
336.	7.15- 7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
337.	7.30- 7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
338.	7.45- 8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
339.	8.00- 8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
340.	8.15- 8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
341.	8.30- 8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
342.	8.45- 9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
343.	9.00- 9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
344.	9.15- 9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
345.	9.30- 9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
346.	9.45-10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
347.	10.00-10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
348.	10.15-10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
349.	10.30-10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
350.	10.45-11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
351.	11.00-11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
352.	11.15-11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
353.	11.30-11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
354.	11.45-12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
355.	12.00-12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
356.	12.15-12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
357.	12.30-12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
358.	12.45-13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
359.	13.00-13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
360.	13.15-13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
361.	13.30-13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
362.	13.45-14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
363.	14.00-14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
364.	14.15-14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
365.	14.30-14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
366.	14.45-15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
367.	15.00-15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
368.	15.15-15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
369.	15.30-15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

	ЭР/э	ЭР/р	ВР/Г	Маяк	ВР/З	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ФТВ	
370.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
371.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
372.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
373.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
374.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
375.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
376.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
377.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
378.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
379.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
380.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
381.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
382.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
383.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
384.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
385.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
386.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
387.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
388.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
389.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
390.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
391.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
392.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
393.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
394.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
395.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
396.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
397.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
398.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
399.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
400.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
401.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
402.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
403.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
404.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
405.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
406.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
407.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
408.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
409.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
410.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

СУББОТА

		ЭР/э	ЭР/р	ВР/1	Маяк	ВР/3	ЗАР	ЭТВ	ЦТВ 1	ЦТВ 2	ЛТВ	ЭТВ
411.	5.30- 5.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
412.	5.45- 6.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
413.	6.00- 6.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
414.	6.15- 6.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
415.	6.30- 6.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
416.	6.45- 7.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
417.	7.00- 7.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
418.	7.15- 7.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
419.	7.30- 7.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
420.	7.45- 8.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
421.	8.00- 8.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
422.	8.15- 8.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
423.	8.30- 8.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
424.	8.45- 9.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
425.	9.00- 9.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
426.	9.15- 9.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
427.	9.30- 9.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
428.	9.45-10.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
429.	10.00-10.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
430.	10.15-10.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
431.	10.30-10.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
432.	10.45-11.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
433.	11.00-11.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
434.	11.15-11.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
435.	11.30-11.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
436.	11.45-12.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
437.	12.00-12.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
438.	12.15-12.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
439.	12.30-12.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
440.	12.45-13.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
441.	13.00-13.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
442.	13.15-13.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
443.	13.30-13.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
444.	13.45-14.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
445.	14.00-14.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
446.	14.15-14.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
447.	14.30-14.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
448.	14.45-15.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
449.	15.00-15.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
450.	15.15-15.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
451.	15.30-15.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

ЭР/э ЭР/р ВР/Т Маяк ВР/З ЗАР ЭТВ ЦТВ I ЦТВ 2 ЛТВ ЭТВ

452.	15.45-16.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
453.	16.00-16.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
454.	16.15-16.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
455.	16.30-16.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
456.	16.45-17.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
457.	17.00-17.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
458.	17.15-17.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
459.	17.30-17.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
460.	17.45-18.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
461.	18.00-18.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
462.	18.15-18.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
463.	18.30-18.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
464.	18.45-19.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
465.	19.00-19.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
466.	19.15-19.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
467.	19.30-19.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
468.	19.45-20.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
469.	20.00-20.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
470.	20.15-20.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
471.	20.30-20.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
472.	20.45-21.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
473.	21.00-21.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
474.	21.15-21.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
475.	21.30-21.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
476.	21.45-22.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
477.	22.00-22.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
478.	22.15-22.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
479.	22.30-22.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
480.	22.45-23.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
481.	23.00-23.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
482.	23.15-23.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
483.	23.30-23.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
484.	23.45-00.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
485.	00.00-00.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
486.	00.15-00.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
487.	00.30-00.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
488.	00.45- 1.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
489.	1.00- 1.15	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
490.	1.15- 1.30	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
491.	1.30- 1.45	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11
492.	1.45- 2.00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11

**575. СКОЛЬКИМИ РАДИОПРИЕМНИКАМИ
ВЫ МОЖЕТЕ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ?**

(напишите число)

ЕСТЬ ЛИ СРЕДИ НИХ ...

576. стереоприемник? I
577. автордио? I
578. портативный приемник? ... I

**НА КАКИХ ВОЛНАХ ВЫ МОЖЕТЕ СЛУ-
ШАТЬ РАДИОПЕРЕДАЧИ, ЕСЛИ ХОТИТЕ?**

579. на длинных волнах I
580. на средних волнах I
581. на коротких волнах I
582. на ультракоротких волнах I

**КАКОЙ ВОЛНОЙ ВЫ БОЛЬШЕ ВСЕГО
ПОЛЬЗУЕТЕСЬ?**

583. длинной волной I
584. средней волной I
585. короткой волной I
586. ультракороткой волной ... I

587. СКОЛЬКО У ВАС ТЕЛЕВИЗОРОВ?

(напишите число)

КАКОГО ВИДА ВАШ(И) ТЕЛЕВИЗОР(Ы)?

588. с черно-белым изображением I
589. с цветным изображением ... I
590. портативный I
591. с возможностью смотреть
передачи на дециметровой
волне I
592. импортный I

**КАКИЕ ТЕЛЕПРОГРАММЫ ВЫ МОЖЕТЕ
СМОТРЕТЬ, ЕСЛИ ХОТИТЕ?**

593. программу Эстонского
телевидения I
594. первую программу Цент-
рального телевидения I
595. вторую программу Цент-
рального телевидения I
596. программу Ленинградского
телевидения I
597. программы Финского
телевидения I

598. МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

- г. Таллин I
другой город, посёлок го-
родского типа 2
деревня 3

599. ПОЛ

- мужской I
женский 2

600. ОБРАЗОВАНИЕ

- до 4 классов I
5 - 8 классов 2
незаконченное среднее ... 3
среднее 4
средне-специальное 5
незаконченное высшее 6
высшее 7

601. КЕМ ВЫ РАБОТАЕТЕ?

- неработающий пенсионер, домохозяйка I
работник торговли или бытового
обслуживания 2
работник сельского хозяйства 3
студент 4
учитель-воспитатель; культ-, мед-
или научный работник 5
учащийся 6
служащий; админ. работник 7
инженерно-технический работник ... 8
рабочий 9

602. ВОЗРАСТ

- 15 - 19 лет I
20 - 29 лет 2
30 - 39 лет 3
40 - 49 лет 4
50 - 59 лет 5
60 лет или старше 6

Республиканская
социологическая экспертная
комиссия
Рег. номер 86-1-9

КИНО
КИНОТЕАТР
КИНОФИЛЬМ...

ТАЛЛИН 1986

**КИНО
КИНОТЕАТР
КИНОФИЛЬМ...**

ТАЛЛИН 1986

Вопросы, на которые мы просим Вас ответить в этой анкете, касаются кино и, в первую очередь, знакомства с фильмами через систему кинопроката.

Чтобы использовать все имеющиеся возможности кинопроката, а также найти его сильные и слабые стороны, необходимо знать разные мнения. Поэтому мы обращаемся к Вам за помощью.

**Социологи Гостелерадио ЭССР
Госкино ЭССР.**

ВНИМАНИЕ!

Многие возможные варианты ответов уже даны в анкете. Среди ответов Вам нужно будет выбрать подходящий вариант и обвести кружком цифру, его обозначающую. Если в предложенных вариантах Вы не найдете приемлемого для Вас ответа, то можете дописать свой ответ. Не забудьте, пожалуйста, ответить на все вопросы (возможные ответы «не знаю», «не смотрю» и т. п., также следует отметить). Напоминаем, что в таблице дается ответ по каждой строчке.

Опрос анонимный, поэтому фамилия и адрес опрашиваемого нас не интересуют. В конце опросника отведено место для тех, кто пожелает что-либо добавить.

1. Когда Вы последний раз были в кино (на протяжении последних нескольких дней, на прошлой неделе, в прошлом месяце и т. д.)?

2 На прошлой неделе

Люди по-разному относятся к различным видам искусства. Как Вы для себя оцениваете их важность? (В приведенном ниже списке).

	Очень важное	Важное	Не очень важное	Совсем не важное	Трудно сказать
2. Художественная литература	4	3	2	1	5
3. Театр	4	3	2	1	5
4. Кино	4	3	2	1	5
5. Изобразительное искусство	4	3	2	1	5
6. Телевидение	4	3	2	1	5
7. Музыка	4	3	2	1	5

Как Вы считаете, для Вас в жизни
(обведите на каждой строке подходящую цифру)

	Очень важно	Важно	Маловажно	Совсем не важно	Затрудняюсь сказать
8. учеба	4	3	2	1	5
9. работа по специальности	4	3	2	1	5
10. общественная работа	4	3	2	1	5
11. занятия физкультурой и спортом	4	3	2	1	5
12. общение с друзьями	4	3	2	1	5
13. семейная жизнь	4	3	2	1	5
14. посещение театров, концертов, выставок	4	3	2	1	5
15. прослушивание радио	4	3	2	1	5
16. просмотр телепередач	4	3	2	1	5
17. посещение кино	4	3	2	1	5
18. общение с любимым человеком	4	3	2	1	5
19. посещение вечеринок, вечеров танцев, дискотек, кафе и т. д.	4	3	2	1	5
20. чтение газет и журналов	4	3	2	1	5
21. чтение литературы	4	3	2	1	5
22. увлечение, хобби	4	3	2	1	5

6 Как часто в свое свободное время Вы заняты следующим:

	Почти каждый день	Один-два раза в неделю	Один-два раза в месяц	Один-два раза в полгода	Один-два раза в год	Почти не занимаюсь	Совершенно не занимаюсь
23. учебной, самоподготовкой	7	6	5	4	3	2	1
24. заботой о доме и семье	7	6	5	4	3	2	1
25. посещением кино	7	6	5	4	3	2	1
26. спортом, физкультурой	7	6	5	4	3	2	1
27. танцами, развлечениями	7	6	5	4	3	2	1
28. посещением друзей и знакомых	7	6	5	4	3	2	1
29. общественной работой	7	6	5	4	3	2	1
30. посещением театров, концертов, выставок	7	6	5	4	3	2	1
31. просмотром телепередач	7	6	5	4	3	2	1
32. прослушиванием радиопередач	7	6	5	4	3	2	1
33. чтением газет и журналов	7	6	5	4	3	2	1
34. чтением литературы	7	6	5	4	3	2	1
35. прослушиванием музыки	7	6	5	4	3	2	1
36. посещением кафе, ресторанов	7	6	5	4	3	2	1
37. просмотром фильмов или программ на видеокассетах	7	6	5	4	3	2	1
38. рукодельничаете, мастерите	7	6	5	4	3	2	1
39. заняты хобби, любимым делом	7	6	5	4	3	2	1
40.	7	6	5	4	3	2	1

(чем еще? уточните)

41. Ваше отношение к искусству кино?

Очень
интересует

3

Интересует

2

Не интересует

1

Нет определен-
ного отношения

4

Каких фильмов, с Вашей точки зрения, не хватает на нашем киноэкране?

	Слишком мало таких фильмов	Есть, но могло бы быть больше	Таких филь- мов в прокате вполне достаточно
42. Приключенческих	1	2	3
43. Фильмов известных режиссеров	1	2	3
44. Фильмов с известными актерами	1	2	3
45. Зарубежных фильмов	1	2	3
46. Фильмов о современности	1	2	3
47. Фильмов о взаимоотно- шениях людей, о любви и т. д.	1	2	3
48. Комедий	1	2	3

49. Как часто Вы обсуждаете фильм, который посмотрели?

Обсуждаю часто

3

Обсуждаю иногда

2

Никогда не обсуждаю

1

50. Как Вы считаете, фильмы могут чему-нибудь научить людей, например, мужеству, смелости и т. п. или Вы думаете, что это не так?

Да, могут научить хорошему

Могут научить и хорошему, и плохому

Ничему хорошему они научить не могут

Затрудняюсь ответить

3

2

1

4

Как Вам кажется, в кино то, что...

	Очень важно	Важно	Не очень важно	В кино этого нет	Затрудняюсь ответить
51. оно учит правильным поступкам в жизни	4	3	2	1	5
52. помогает разобраться в жизни	4	3	2	1	5
53. получаешь наслаждение от увлекательного действия в фильме	4	3	2	1	5
54. получаешь удовольствие от игры актеров, музыки и т. д.	4	3	2	1	5
55. можно отдохнуть, восстановить силы	4	3	2	1	5
56. можно развлечься	4	3	2	1	5
57. это одна из своеобразных форм общения	4	3	2	1	5
58. оно является поводом встретиться с людьми, поговорить потом с кем-нибудь о фильме	4	3	2	1	5
59. можно увидеть и пережить то, что не встречалось в жизни	4	3	2	1	5
60. можно увидеть, как живут другие люди	4	3	2	1	5
61. оно удобный способ заполнить свое свободное время	4	3	2	1	5

Какие недостатки, на Ваш взгляд, имеются в подборе фильмов для показа в кинотеатрах?

	Согласен	Скорее согласен, чем не согласен	Скорее не согласен, чем согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить
62. Мало новых фильмов	4	3	2	1	5
63. Мало старых фильмов	4	3	2	1	5
64. Часто показывают одни и те же фильмы	4	3	2	1	5
65. Демонстрируются фильмы, которые уже показывали по телевидению	4	3	2	1	5
66. Не показывают документальные фильмы	4	3	2	1	5

Читаете ли Вы статьи по кино...

	Очень часто	Часто	Редко	Совсем не читаю
67. в газетах	4	3	2	1
68. в «Советском экране»	4	3	2	1
69. в журнале «Искусство кино»	4	3	2	1
70. в «Экране» (ЭССР)	4	3	2	1
71. в журнале «Театр. Музыка. Кино»	4	3	2	1
72. в зарубежных журналах (или просматриваете их)	4	3	2	1
73. Читаете книги, рассказывающие о кино	4	3	2	1

К различным источникам информации о фильмах мы относимся с разной степенью доверия. Как Вы для себя оцениваете авторитетность...

	Очень авторитетные	Авторитетные	Не имеют авторитета	Нет определенного мнения
74. статей по кино в газетах	4	3	2	1
75. статей в журналах	4	3	2	1
76. мнений знакомых	4	3	2	1
77. телевизионных передач по новым фильмам	4	3	2	1
78. радиопередач по кино	4	3	2	1

Помогают ли Вам выбрать фильм для просмотра?..

	В значитель- ной степени	Помогают отчасти	Помогают очень мало	Совсем не помогают	Затрудняюсь ответить
79. аннотации на фильмы в газетах	4	3	2	1	5
80. комментарии по Эстонскому телевидению («Юпитер»)	4	3	2	1	5
81. передачи Центрального телевидения («Кинопанорама», «Киноафиша»)	4	3	2	1	5
82. рекламные ролики в кино и по ТВ	4	3	2	1	5
83. журнал «Экран» (ЭССР)	4	3	2	1	5
84. журналы «Советский экран» и «Спутник кинозрителя»	4	3	2	1	5
85. журнал «Искусство кино»	4	3	2	1	5
86. статьи в журнале «Театр. Музыка. Кино»	4	3	2	1	5
87. рекламные плакаты, афиши	4	3	2	1	5
88. фотореклама	4	3	2	1	5
89. киноинформация, передаваемая по радио	4	3	2	1	5
90. объявления в газетах	4	3	2	1	5
91. мнения друзей и знакомых	4	3	2	1	5
92. афиши перед кинотеатром	4	3	2	1	5
93. афиши в транспорте	4	3	2	1	5
94. афиши на городских стендах	4	3	2	1	5

95. Нужна ли предварительная информация о фильме?

Обязательно	Желательно	Без нее можно обойтись	В информации нет необхо- димости
4	3	2	1

Что необходимо, с Вашей точки зрения, знать о фильме перед его просмотром?

	Обязательно	Желательно	Без этой информации можно обойтись
96. Страну производства	3	2	1
97. Киностудию	3	2	1
98. Режиссера	3	2	1
99. Актеров	3	2	1
100. Жанр (вид) фильма	3	2	1
101. Содержание	3	2	1
102. Сюжет	3	2	1
103. Оценку фильма в печати	3	2	1
104. Тематику	3	2	1

Какой должна быть, на Ваш взгляд, реклама кинофильмов?

	Обязательно	Желательно	Не обязательно	Совсем не нужно	Затрудняюсь ответить
105. Предварительной	4	3	2	1	5
106. Раскрывать содержание фильма	4	3	2	1	5
107. Называть авторов и актеров	4	3	2	1	5
108. Подчеркивать особенности фильма	4	3	2	1	5
109. Что еще	4	3	2	1	5

Присущи ли кинорекламе, например, такие недостатки:

	Существен- ный недо- статок	Не очень существен- ный недо- статок	Таких у кинорек- ламы нет	Нет опре- деленного мнения по этому поводу
110. Неоперативна	1	2	3	4
111. Мало заметна	1	2	3	4
112. Непривлекательна	1	2	3	4
113. Несодержательна	1	2	3	4
114. Неточна	1	2	3	4
115. Преждевременна (задолго до появле- ния фильма)	1	2	3	4

Какие еще недостатки в кинорекламе Вы замечали?

.....

Где чаще всего Вы читаете киноафиши?

	Именно здесь	Иногда здесь	Совсем не обращаю внимания
116. Перед кинотеатром	3	2	1
117. Среди общих афиш на улицах	3	2	1
118. В транспорте	3	2	1

Несколько вопросов об отношении к телевидению...

119. Как бы Вы могли о себе сказать...

ТВ в моей жизни почти ничего не значит	ТВ имеет для меня некоторое значение	ТВ имеет для меня большое значение	Затрудняюсь ответить
1	2	3	4

В последнее время Вы смотрите передачи

	Почти ежедневно	3—4 дня в неделю	1—2 дня в неделю	Не каждую неделю	Не смотрю вообще
120. Эстонского телевидения	5	4	3	2	1
121. 1 прогр. Центрального ТВ	5	4	3	2	1
122. 2 прогр. Центрального ТВ	5	4	3	2	1
123. Ленинградского телевидения	5	4	3	2	1
124. Финского телевидения	5	4	3	2	1

125. Больше всего времени у Вас уходит на просмотр передач...

Эстонского ТВ	1
Центрального ТВ	2
Ленинградского ТВ	3
Финского ТВ	4
не знаю	5

Часто ли Вы смотрите по телевидению...

	Более 5 фильмов в неделю	3—5 фильмов в неделю	1—2 фильма в неделю	1—3 фильма в месяц	Еще реже	Вообще не смотрю
126. полнометражные игровые фильмы	6	5	4	3	2	1
127. телевизионные много- серийные фильмы	6	5	4	3	2	1
128. документальные фильмы	6	5	4	3	2	1

По каким каналам Вы чаще всего смотрите...

	По ЭТВ	По ЦТВ	По Ленин- градск. ТВ	По ФТВ	По этим каналам не смотрю
129. полнометражные игровые фильмы	1	2	3	4	5
130. телевизионные многосерийные фильмы	1	2	3	4	5
131. документальные фильмы	1	2	3	4	5

Как часто Вы смотрите по телевидению следующие пере-
дачи о кино?

	Всегда, когда есть возможность	Иногда	Вообще не смотрю
132. Юпитер (ЭТВ)	3	2	1
133. История Великого Немого (ЭТВ)	3	2	1
134. Киноканал (ЭТВ)	3	2	1
135. Киноафиша (ЦТВ)	3	2	1
136. Кинопанорама (ЦТВ)	3	2	1
137. Filmikratt	3	2	1

В последнее время появилась возможность пользоваться бытовыми видеомэгнофонами. Насколько Вы знакомы с этим новым информационным каналом?

138. О бытовых видеомэгнофонах и их возможностях

Знаю достаточно много	Слышал	Ничего не знаю
3	2	1

139. Записанные на бытовые видеомэгнофоны программы у Вас есть возможность просматривать

Часто	Редко	Вообще нет такой возможности
3	2	1

140. Хотели бы Вы приобрести бытовой видеомэгнофон?

Обязательно	Возможно	Не хотел	Затрудняюсь ответить
3	2	1	4

	В кино- театрах				По теле- видению			
	всегда	часто	редко	никогда	всегда	часто	редко	никогда
которые посвящены...								
207. симфонической музыке	4	3	2	1	4	3	2	1
209. эстрадной музыке	4	3	2	1	4	3	2	1
где выступают популярные певцы и музыканты...								
211. Эстонии	4	3	2	1	4	3	2	1
213. других союзных республик	4	3	2	1	4	3	2	1
215. социалистических стран	4	3	2	1	4	3	2	1
217. капиталистических стран	4	3	2	1	4	3	2	1
где показывают спортивные состязания								
219. где показывают спортивные состязания	4	3	2	1	4	3	2	1
где показывают рекламу								
221. где показывают рекламу	4	3	2	1	4	3	2	1
которые обучают...								
223. языкам					4	3	2	1
224. рукоделию					4	3	2	1
225. кулинарии					4	3	2	1

Все более появляется возможностей те или иные фильмы и кинопрограммы смотреть в записи на бытовых видеоманитофонах. Какие художественные фильмы или кинопрограммы на видеоманитофонах Вы предпочитали бы чаще всего смотреть? Отметьте в двух предыдущих списках (номера от 141 до 225) наиболее интересные для Вас в этом отношении фильмы и программы, обведя кружком номер перед соответствующим названием.

Как Вам кажется, кинофильмы лучше смотреть...
(можно выбрать один или несколько вариантов)

270. в кинотеатре 1
271. по телевизору 1
272. в записи на видеомагнитофоне 1
273. нет определенного мнения 1
274. Если исходить из содержания фильмов, то...
(нужно выбрать один из возможных ответов)
- разные фильмы требуют разных условий показа 3
- не имеет значения, где смотреть и как, лишь бы увидеть интересующий фильм 2
- не настолько интересуетесь кино, чтобы ограничивать условия просмотра 1
275. Если бы ТВ перестало показывать кинофильмы, то...
почти совсем не утратил (а) бы интереса к ТВ потерял (а) бы очень много, потому что ТВ существенно помогает удовлетворить мой интерес к кино 1
- нет определенного мнения 3
- нет определенного мнения 2

276. Хотели бы Вы чаще ходить в кино?

Хотелось бы
намного чаще

Можно ходить
и чаще

Существующее
положение
вполне
устраивает

Нет опреде-
ленного
мнения

1

2

3

4

Что мешает Вам чаще ходить в кино?

	Очень существенная причина	Существенная причина	Не очень существенная причина	Совершенно не значимая причина	Затрудняюсь ответить
277. Репертуар кинотеатров	4	3	2	1	5
278. Отсутствие своевременной информации	4	3	2	1	5
279. Плохое качество демонстрации фильмов	4	3	2	1	5
280. Дорогие билеты	4	3	2	1	5
281. Кино далеко от дома	4	3	2	1	5
282. Фильмы слишком быстро снимают с экрана	4	3	2	1	5
283. Недостаточная кинореклама	4	3	2	1	5
284. Трудно достать билеты	4	3	2	1	5
285. Неудобное время сеансов	4	3	2	1	5
286. Непривлекательный внешний и внутренний вид кинотеатров	4	3	2	1	5
287. Мало хороших фильмов	4	3	2	1	5
288. Фильмы лучше смотреть по телевизору	4	3	2	1	5
289. Бывают случаи отмены сеансов	4	3	2	1	5
290. Нет свободного времени	4	3	2	1	5
291. Неудобное расположение кинотеатров в городе	4	3	2	1	5
292. Неудобные кинозалы	4	3	2	1	5
293. Кино мало интересует	4	3	2	1	5

Каковы причины, побуждающие Вас выбрать для просмотра тот или иной фильм?

	Очень важная причина	Важная причина	Не очень важна на причина	Выбираю фильм совсем не поэтому	Затрудняюсь ответить
294. Нравится режиссер данного фильма	4	3	2	1	5
295. Поднимаются близкие мне проблемы и вопросы	4	3	2	1	5
296. Кинокритика дала хорошую оценку этому фильму	4	3	2	1	5
297. Фильм хвалили члены семьи или товарищи по работе	4	3	2	1	5
298. Привлекает игра актеров	4	3	2	1	5
299. Нравятся фильмы конкретных стран	4	3	2	1	5
300. Фильм создает хорошее настроение	4	3	2	1	5
301. Кинопроизведение заставляет задуматься	4	3	2	1	5
302. Фильм заставляет забыть повседневные заботы	4	3	2	1	5
303. Вокруг фильма возникла дискуссия	4	3	2	1	5
304. Смотрю фильмы, которые не показывают по телевидению	4	3	2	1	5
305. Что еще	4	3	2	1	5

Нравятся ли Вам фильмы созданные, например, в...

	Как правильно нравятся	Как когда	Не очень нравятся	Совсем не нравятся	С киноискус- ством этой страны не до- статочно знаком
306. Венгрии	5	4	3	2	1
307. Польше	5	4	3	2	1
308. СССР	5	4	3	2	1
309. Италии	5	4	3	2	1
310. США	5	4	3	2	1
311. Франции	5	4	3	2	1
312. Индии	5	4	3	2	1

В тех случаях, когда у Вас есть возможность выбрать, какие сеансы Вам наиболее удобны для посещения кино-театров?

	В рабо- чие дни			В выход- ные дни		
	самые удобные	удобные	неудобные	самые удобные	удобные	неудобные
313. Утренние сеансы (до 13 часов)	3	2	1	3	2	1
315. Дневные сеансы (с 13 до 17 часов)	3	2	1	3	2	1
317. Вечерние сеансы (с 18 часов)	3	2	1	3	2	1
319. Поздние сеансы (с 21 часа)	3	2	1	3	2	1

На следующие вопросы (номера 321-343) мы просим ответить тех, кто проживает в Таллине, Тарту, Нарве или регулярно посещает кинотеатры в этих городах. Жители сельской местности отвечают на вопросы №№ 344, 345.

321. Там, где Вы живете...

Мало

Вполне достаточно

кинотеатров	2	1
-------------	---	---

Вы идете в кино...

	Почти всегда	Часто	Иногда	Редко	Затрудняюсь ответить
322. если интересующий Вас фильм демонстрируется в одном из ближайших кинотеатров	4	3	2	1	5
323. смотрю интересующий фильм, где бы он ни шел	4	3	2	1	5
324. просто решаю пойти в кино, а уже потом выбираю фильм	4	3	2	1	5
325. Как правило, Вы ходите в один и тот же кинотеатр			3		
в разные кинотеатры			2		
вообще не хожу в кинотеатр			1		

Нужны ли в кинотеатрах...

	Очень нужны	Желательны	Не очень нужны	Совсем не нужны
326. буфет, кафе	4	3	2	1
327. выставки в фойе	4	3	2	1
328. гардероб, работающий в зимнее время	4	3	2	1
329. дополнительный зал, где можно послушать музыку	4	3	2	1
330. посмотреть документальные фильмы, услышать кинокомментарий	4	3	2	1

Каким должен быть, на Ваш взгляд, кинотеатр?
(можно выбрать один или несколько вариантов ответов)

331. Иметь большой зал, вмещающий значительное количество зрителей	1
332. В кинотеатре несколько залов разной величины, где идут разные фильмы (или разные сансы)	1
333. Кинотеатр имеет один небольшой зал	1
334. Нет определенного мнения по этому поводу	1

Нужны ли в городе специализированные кинотеатры

	Очень нужны	Нужны	Без них можно обойтись	Совсем не нужны	Нет определенного мнения
335. повторного фильма	4	3	2	1	5
336. тематического показа фильмов	4	3	2	1	5
337. детского кино	4	3	2	1	5
338. документального кино	4	3	2	1	5

Как долго должен демонстрироваться фильм в городских кинотеатрах?

(Можно выбрать один или несколько ответов)

339. Достаточно одной недели показа фильма во всех кинотеатрах 1
340. Фильм должен демонстрироваться в разных кинотеатрах в течение долгого времени 1
341. Фильм должен время от времени снова появляться на экранах 1
342. Нет определенного мнения по этому поводу 1
343. Представьте себе, что в городе одновременно демонстрируется несколько фильмов разной тематики. Какой из них Вы бы в первую очередь выбрали для просмотра?
- | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|---------------------------------------|---------------|--|
| Зарубежный приключенческий фильм | Индийская мелодрама | Проблемный фильм известного режиссера | Фильм о войне | Не заинтересовал бы ни один из названных фильмов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Следующие два вопроса (344 и 345) адресованы только тем, кто живет в сельской местности.

344. Там, где Вы живете...

Действует постоянная киноустановка	Приезжает передвижка	Затрудняюсь ответить
1	2	3

345. фильмы демонстрируются...

Регулярно	Нерегулярно	Затрудняюсь ответить
3	2	1

Далее вопросы снова обращены ко всем, независимо от места проживания.

Известны ли Вам имена тех, кто делает кино? Попробуйте указать, в какой сфере работают следующие люди:

	Актер	Режиссер	Оператор	Сценарист	Кинокритик Композитор, пишущий для кино	Человек не имеющий отношения к кино	Я такого не знаю
3 346. Ф. Феллини	1	1	1	1	1	1	1
2 347. О. Неуланд	1	1	1	1	1	1	1
2 348. Ч. Дзаватини	1	1	1	1	1	1	1
2 349. Ж.-Л. Трентиньян	1	1	1	1	1	1	1
2 350. Л. Бюнюэль	1	1	1	1	1	1	1
2 351. А. Караганов	1	1	1	1	1	1	1
2 352. Я. Руус	1	1	1	1	1	1	1
2 353. Ю. Силларт	1	1	1	1	1	1	1
3 354. К. Лавров	1	1	1	1	1	1	1
2 355. П.-П. Пазолини	1	1	1	1	1	1	1
2 356. С. Грюнберг	1	1	1	1	1	1	1
2 357. П. Симм	1	1	1	1	1	1	1
3 358. А. Макаревич	1	1	1	1	1	1	1
4 359. Н. Михалков	1	1	1	1	1	1	1
2 360. В. Мережко	1	1	1	1	1	1	1

Как бы Вы оценили уровень эстонского кино?

	Высокий	Средний	Низкий	Очень низкий	Нет определенного мнения
361. Игрового	4	3	2	1	5
362. Документального	4	3	2	1	5
363. Кукольной мультипликации	4	3	2	1	5
364. Рисованной мультипликации	4	3	2	1	5
365. Рекламный фильм	4	3	2	1	5

Оцените, пожалуйста, различные составные элементы, эстонского игрового кино.

	Очень сильная сторона	Скорее сильная, чем слабая	Скорее слабая, чем сильная	Очень слабая сторона	Нет достаточного представления по этому поводу
366. Режиссура	4	3	2	1	5
367. Игра актеров	4	3	2	1	5
368. Сценарии	4	3	2	1	5
369. Выбор тем	4	3	2	1	5
370. Декорации, костюмы	4	3	2	1	5
371. Операторская работа	4	3	2	1	5

Что Вы думаете об эстонском кино?

.....

.....

372. Существует ли в Вашем городе (поселке) кино клуб (ы)?

Да	Нет	Не знаю
1	2	3

373. Если кино клуб есть, то посещаете ли Вы его?

Да	Нет
1	2

374. Как Вы относитесь к деятельности кино клубов?

Кино клубы не нужны	Кино клубы нужны по- скольку поскольку	Кино клубы очень нужны	Об их работе мне ничего не известно
3	2	1	4

Еще несколько вопросов о вас:

375. Ваш пол:

мужской 1
женский 2

376. Возраст 40 полных лет.

377. Ваше семейное положение:

Холост (незамужем)	Женат, замужем (или в свобод- ном браке)	Разведен (а)	Вдовец (вдова)
1	2	3	4

378. В настоящее время Вы живете...

район, город 1. Волжско-Увс 04
поселок, деревня

379. Ваше образование...

- | | | | | | | |
|--------------|-------------|-----------------------|---------|---------------------|----------------------|--------|
| До 6 классов | 7—8 классов | Незаконченное среднее | Среднее | Среднее специальное | Незаконченное высшее | Высшее |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

380. Всего учился 15 лет полных лет.

381. Вы сейчас ...

- | | |
|---|----|
| пенсионер | 01 |
| домохозяйка | 02 |
| работаете в сельском хозяйстве | 03 |
| работаете в торговле или сфере обслуживания | 04 |
| неквалифицированный рабочий | 05 |
| квалифицированный рабочий | 06 |
| служащий | 07 |
| инженерно-технический персонал | 08 |
| медицинский работник | 09 |
| работник сферы культуры | 10 |
| работаете в сфере науки, просвещения | 11 |
| студент | 12 |
| учащийся | 13 |

382. Какой средний месячный доход на одного человека в Вашей семье? (Суммируйте все, получаемые Вашей семьей заработные платы, премии, стипендии, пенсии и другие доходы и разделите полученную сумму на число членов Вашей семьи).

менее 40 рублей	01
41— 60 рублей	02
61— 80 рублей	03
81—100 рублей	04
101—120 рублей	05
121—140 рублей	06
141—160 рублей	07
161—180 рублей	08
181—200 рублей	09
свыше 200 рублей	10

Возможно, есть еще какие-либо недостатки в работе кино-проката, которые не нашли своего отражения в анкете. Имеются ли у Вас замечания или добавления?

.....
.....
.....

383 -

(2)

Ladumisele antud 14. IV 1986. Trükkimisele antud 30. IV 1986.
Paber 60×90. Trükipoognaid 2,0. Arvestuspoognaid 1,9. Trükiarv 1000.
Tell. nr. 536.

Filmilaenutuse ja Reklaami Valitsuse trükikoda
Tallinn, Narva mnt. 63.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ РАДИОПЕРЕДАЧ
НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
/ЯНВАРЬ И МАРТ 1986 Г./

ОТЧЕТ

Балясная Е.

Введение

В настоящем отчете приводятся данные исследования содержания передач Эстонского радио на русском языке (передач главной редакции вещания Эстонского радио на русском языке и информационной передачи "Эхо дня"), проведенного в 1986 году. Основная цель данной работы - выявить как изменилось содержание передач по основным категориям анализа по сравнению с данными за 1983 год. Предыдущий анализ содержания радиопередач на русском языке выявил ряд негативных моментов, о чем сообщалось в соответствующем отчете. Методика анализа по основным категориям анализа осталась неизменной и в настоящем отчете приводится не будет.

Как и ранее нами анализировались словесные передачи на русском языке по письменным текстам, в анализ не вошли рекламательные передачи и литературно-художественные композиции. Последняя глава отчета посвящается рассмотрению данных анализа содержания передач "Эхо дня".

Анализ содержания передач главной редакции вещания
Эстонского радио на русском языке за январь 1986 года.

Нами были проанализированы словесные передачи на русском языке за январь 1986 года, что составило 1443 единицы анализа. Наиболее насыщенным днем (т.е. наибольшее количество единиц анализа) оказался воскресный день - 345 ед. анализа или 23,9% от общего их количества. Большинство сообщений вошли в передачи, подготовленные журналистами - 72,2%. Около половины передач (48,9%) имели соответствующее музыкальное оформление.

В передачах были использованы различные жанры, наиболее популярный из них - беседа. Для сравнения с данными анализа за 1983 год приводим следующую таблицу.

Табл. I

Жанр	1986 год		1983 год
	Ед. анализа	%	%
беседа	801	55,5	50,8
выступление	149	10,3	5,8
очерк	131	9,1	4,2
репортаж	107	7,4	23,3
комментарий	102	7,1	5,7
рассказ	92	6,4	4,0
интервью	39	2,7	0,5
разное	19	1,3	1,8
информация	2	0,2	1,9
зарисовка	-	-	1,9
	1443	100%	100%

По темам сообщений жанры использовались следующим образом. Рассказы касались в основном общественно-политической темы, выступления и комментарии использовались чаще других жанров при

рассмотрении проблем экономики, при освещении проблем образа жизни чаще других фигурирует интервью. Репортажи касались тем экономика и природа.

География сообщений.

Как и в предыдущем анализе география сообщений в радиопередачах за январь 1986 года охватывает большей частью территорию нашей республики - 80,2% от общего количества сообщений и нашу страну в целом - 12,5%. Эти данные вполне закономерны, поскольку одной из основных задач, стоящих перед главной редакцией вещания Эстонского радио на русском языке является информирование населения некоренной национальности республики об основных событиях общественной жизни Эстонской ССР.

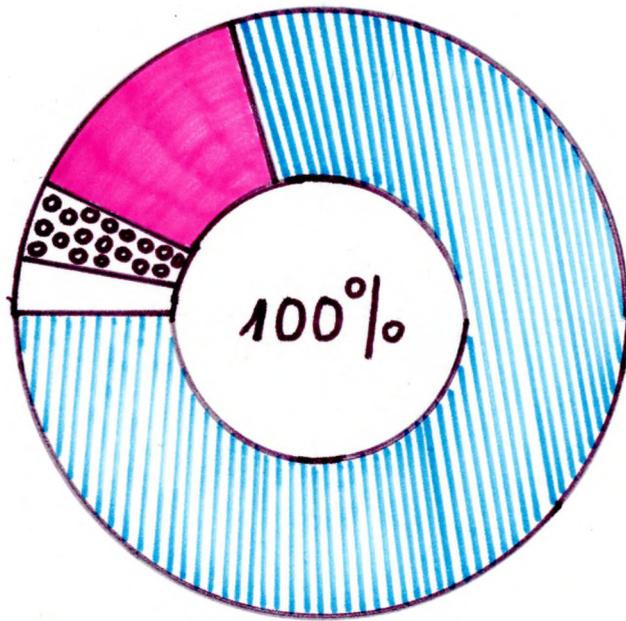
Следует отметить, что в содержании передач снизилось количество сообщений с неопределенной географией (см. табл.2).

Табл.2

География сообщений	1986 год		1983 год
	ед. анализа	%	%
Эстония	1157	80,2	80,9
СССР	181	12,5	8,9
другие республики	17	1,2	-
зарубеж	7	0,5	-
социалистические страны	1	0,1	0,1
капиталистические страны	4	0,3	0,1
развивающиеся страны	1	0,1	-
все страны мира	5	0,3	0,1
весь земной шар	1	0,1	-
космос	1	0,1	-
мировой океан, моря	1	0,1	-
неопределенная	66	4,6	9,9
всего	1443	100%	100%

В целом как видно из таблицы география сообщений в передачах несколько расширилась по сравнению с 1983 годом.

Распределение географии сообщений



- Эстония



- другие
страны



- СССР



- неопределенная

Увеличилось также число сообщений о событиях, происходящих в каком-либо из районов нашей республики - 17,6% (в предыдущем анализе - 10,3%), чаще всего говорилось о хаапсалуском районе (4,4%), нарваском (2,7%) и харьбюском (2,3%).

Демографически сообщения локализуются как и раньше большей частью в столицах и городах (это касается Эстонии и Советского Союза), однако объем информации о жизни села в нашей республике значительно возрос по сравнению с предыдущим периодом: 1983 год 0,4% сообщений локализовались в деревне, в 1986 году - 5,8%.

Таким образом по данной категории можно отметить ряд позитивных моментов - это расширение географии сообщений, снижение степени неопределенности, увеличение количества сообщений о жизни села.

Темы сообщений.

Нижеприведенная таблица дает представление об изменении удельного веса сообщений на те или иные темы (или относящиеся к той или иной сфере общественной жизни).

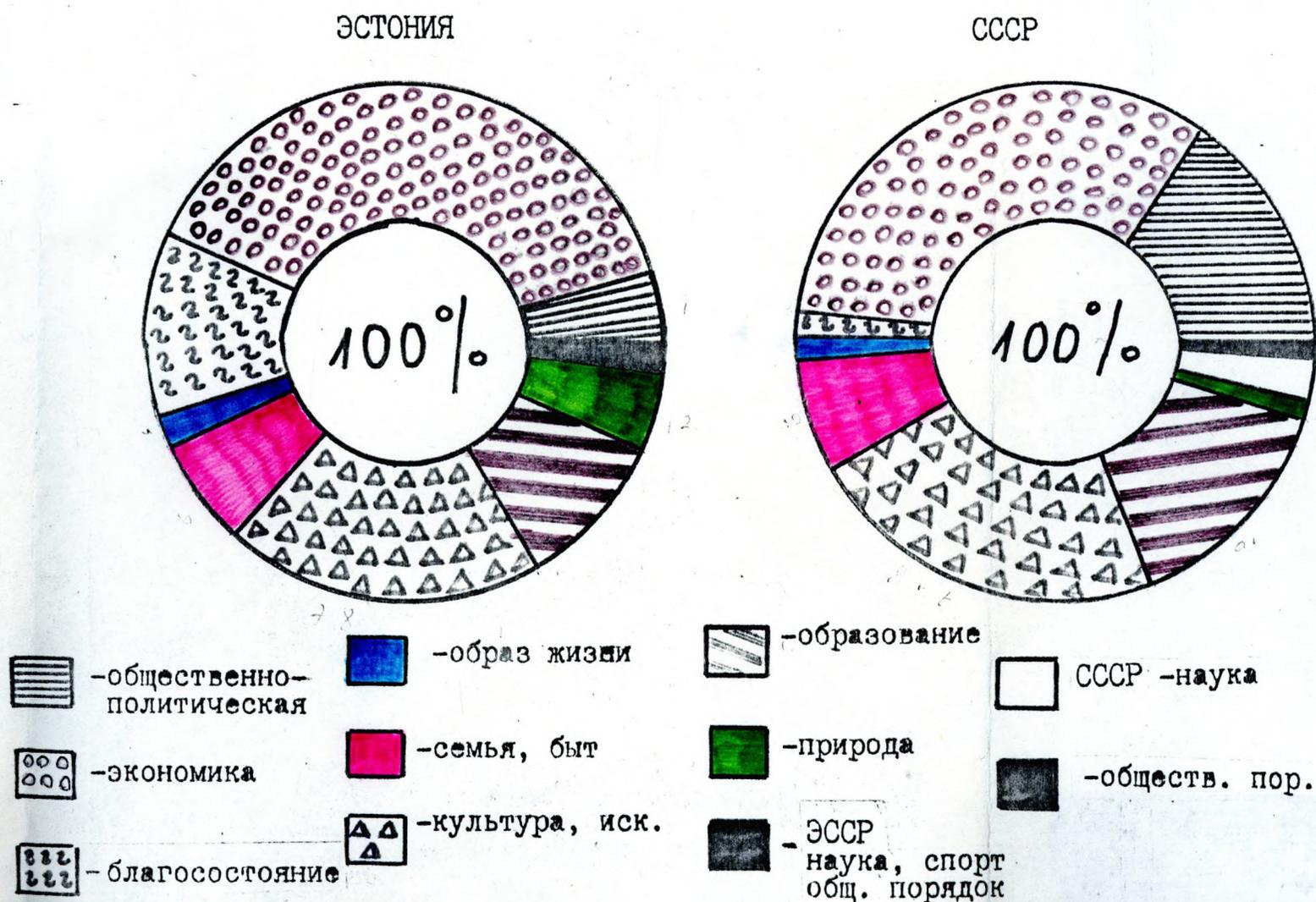
Табл.3

Темы (сферы)	1986 год		1983 год
	ед. анализа	%	%
общественно-политическая	84	5,8	10,3
экономика	530	36,7	8,3
благополучие	140	9,7	12,8
образ жизни	26	1,8	5,9
общественный порядок	4	0,3	12,4
семья	92	6,4	11,6
культура	33	2,3	8,9
искусство	281	19,5	10,5
наука	16	1,1	0,1
образование	153	10,6	6,6
спорт	7	0,5	6,5
природа	77	5,3	5,6
всего	1443	100%	100%

Основные события общественной жизни нашей республики и страны в целом в начале текущего года (подготовка к XXVII съезду КПСС, XIX съезд КПЭ, перестройка экономического развития страны, школьная реформа) нашли свое отражение в сообщениях за анализируемый период. На рисунке 2 изображено распределение сообщений по темам (сферам) в зависимости от географии.

РИС.2

Распределение сообщений по темам в зависимости от географии



Проблематика сообщений за январь текущего года в зависимости от темы распределилась следующим образом.

Табл. 4

Тема (сфера) и проблематика	единицы анализа
<u>Общественно-политическая (84)</u>	
идеология	35
партийное руководство	26
административное руководство	-
комсомол	8
профсоюз, народный контроль	-
внешняя политика	12
общественная работа	1
общие вопросы	2
<u>Экономика (530)</u>	
общие вопросы	110
промышленность	127
агропромышленный комплекс	29
сельское хозяйство	42
строительство	44
транспорт	74
управление	4
энергетика	5
рыбное хозяйство	95
<u>Благосостояние (140)</u>	
общие вопросы	43
уровень жизни	1
торговля	65
обслуживание	30
социальное обеспечение	-
коммунальное хозяйство	1
здравоохранение	-
детские учреждения	-
<u>Образ жизни (26)</u>	
общие вопросы	5
поведение, общение	4
мораль	3
нравы, традиции	2
мода	-
свободное время	12

<u>Общественный порядок</u> (4)	
общие проблемы	2
алкоголизм	2
<u>Семья, дом</u> (92)	
общие вопросы	16
личная жизнь	18
дружба	1
семья, дом	21
дети	8
характер человека	15
свободное время	13
<u>Культура</u> (33)	
общие вопросы	3
музеи, библиотеки	5
печать, радио	15
фольклор	10
<u>Искусство</u> (281)	
общие вопросы	15
театр	88
литература	38
изобразительное искусство	19
музыка	53
эстонский театр	3
эстонская литература	65
<u>Наука</u> (16)	
наука и техника	10
гуманитарные науки	2
естественные и точные науки	4
<u>Образование</u> (153)	
общие вопросы	11
общее образование	31
средне-специальное и профобразование	44
внешкольная работа	67
<u>Спорт</u> (7)	
общие вопросы	1
массовый спорт	6
<u>Природа</u> (77)	
общие вопросы	3
окружающая среда	5
человек и природа	8
национальные парки, заповедники	3
животный мир	41
природные богатства	17

Время сообщений.

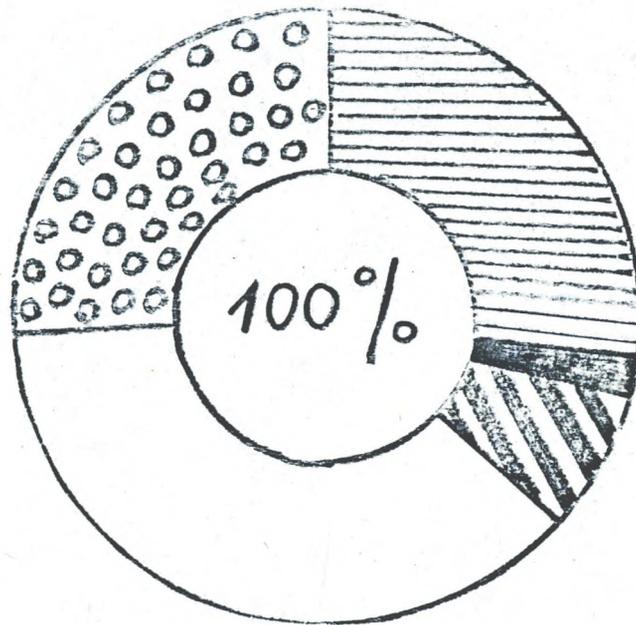
В большинстве передач время действия настоящее -37,7% (сюда входит текущий год, этот месяц, эта неделя, сегодня, сейчас, вчера). По сравнению с данными за 1983 год значительно сократилось неопределенное время действия, тем не менее этот процент остается довольно высоким.

Табл. 5

Время действия	1986 год	%	1983 год
неопределенное	26,9		62,6
<u>прошлое</u>	<u>25,6</u>		<u>7,6</u>
18-19 века	0,1		0,1
начало века и до 1917 года	1,2		0,3
1917-1940 годы	2,4		0,9
1941-1945 годы	0,1		1,3
послевоенные годы до 1960-ых	1,0		0,5
1960-ые	1,7		1,0
1970-ые	1,2		0,7
1980-ые	0,9		2,7
прошлый год	17,0		-
<u>настоящее</u>	<u>37,7</u>		<u>24,8</u>
определенное настоящее	30,4		13,5
текущий год	0,5		1,3
этот месяц	0,7		0,5
эта неделя	0,3		0,1
вчера	0,1		0,1
сегодня	2,2		2,5
сейчас	3,5		6,7
завтра	0,1		0,1
<u>будущее</u>	<u>7,1</u>		<u>4,2</u>
на следующей неделе	0,1		-
в следующем месяце	0,1		0,2
в следующем году	0,3		-
в ближайшее будущее	6,6		3,8
в далекое будущее	-		0,2
<u>проходящее через несколько периодов</u>	<u>2,5</u>		<u>0,8</u>
	100%		100%

Рис. 3

ВРЕМЯ ДЕЙСТВИЯ



- неопределенное



- проходящее
через периоды



- прошлое



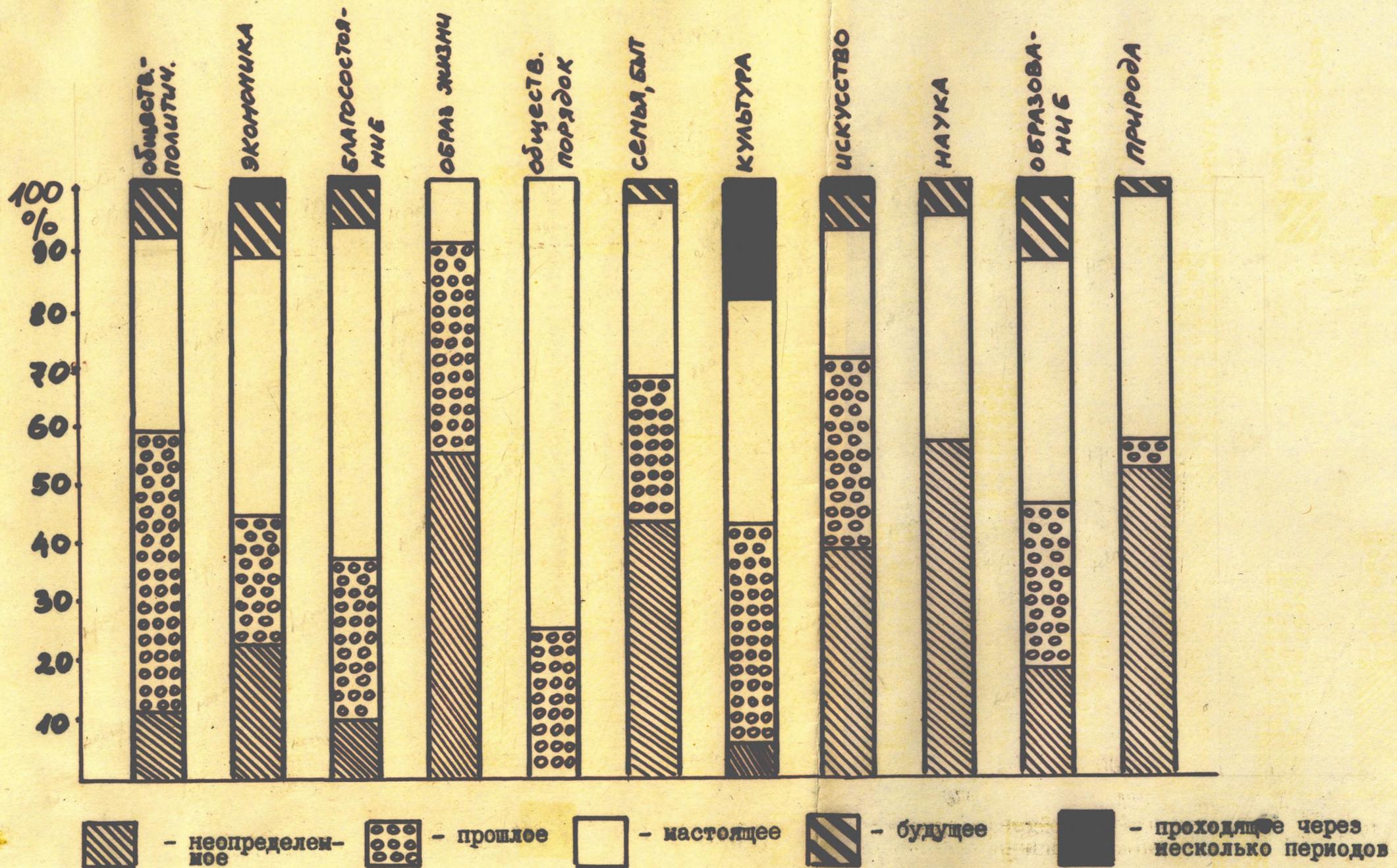
- настоящее



- будущее

Неопределенное время действия встречалось в сообщениях, освещающих все темы, за исключением темы общественный порядок, причем чаще всего при освещении темы образ жизни, наука, природа. О событиях прошлого чаще всего рассказывалось в рамках темы культура, образ жизни, общественно-политической темы. Об использовании времени по различным темам дает представление рис.4.

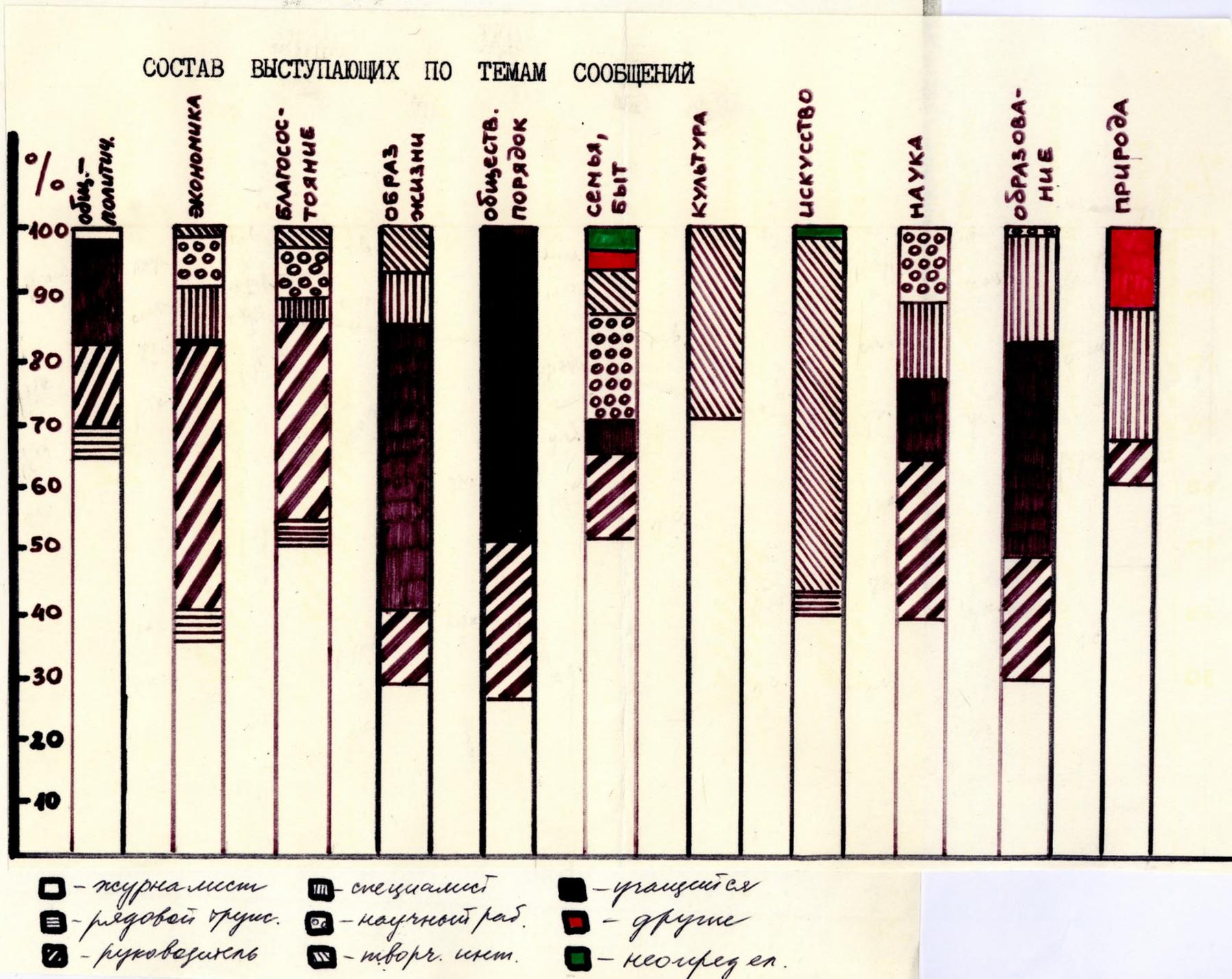
РИС.4 ВРЕМЯ СООБЩЕНИЙ ПО ТЕМАМ



Выступающие.

Наибольшее количество сообщений в передачах за январь месяц было сделано журналистами и дикторами—40,4% . По сравнению с предыдущим анализом увеличилось, хотя и незначительно, количество сообщений, сделанных рядовыми тружениками, сократилось количество выступающих неопределенного статуса. В целом значительных изменений по данной категории нет. Как и ранее большинство сообщений было сделано мужчинами (66,2%).

В зависимости освещаемой в передаче темы изменяется и состав выступающих (см.рис.5).



Герои сообщений.

51,7% проанализированных сообщений имели своего конкретного героя. В этом качестве выступает чаще всего конкретный человек, чем группа. Среди героев доминируют представители коренной национальности. Как и ранее среди героев сообщений больше представителей мужского пола.

Табл. 6

герой сообщения	1986	%	1983
рядовой труженик	4,1		2,1
специалист	3,6		4,6
творческий работник	10,0		3,6
научный работник	0,3		0,1
руководитель коллектива	6,8		3,6
выдающийся деятель прошлого	1,9		0,5
пенсионер, домохозяйка	-		0,5
ребенок	0,8		2,8
учащийся	4,4		7,5
спортсмен	0,1		-
военнослужащий	-		-
человек вообще	3,9		8,7
госуд., партийный орган	0,5		0,1
административный орган	0,9		0,5
общественная организация	-		2,3
предприятие, учреждение	4,9		2,7
молодежь	0,8		1,3
трудовой коллектив	2,0		1,2
комсомольцы	0,3		0,8
коммунисты	0,6		-
республика	0,6		0,3
страна	0,1		-
другое	5,1		12,1
всего	51,7%		55,3%

В качестве позитивных изменений в составе героев сообщений следует отметить небольшое увеличение количества рядовых труженников и уменьшение числа абстрактного героя (человек вообще).

Уровни сообщений.

Разговор со слушателями в передачах за январь месяц велся на самых различных уровнях.

Табл. 7

Уровни сообщений	всего %	ЭССР %	СССР %
первичные потребности	0,3	0,2	-
индивид, личность	4,6	4,1	6,1
роль	16,5	18,2	8,8
группа	6,7	7,4	3,9
предметная среда	1,4	1,3	-
учреждение	22,2	25,0	11,6
Эстония	4,6	5,7	-
СССР	3,6	1,0	22,7
зарубеж	0,3	-	-
глобальный	0,4	-	1,1
оценки	21,3	19,4	26,5
знания, информация	18,0	17,6	19,3
	100%	100%	100%

Распределение уровней сообщений в зависимости от географии приводится на рис.6.

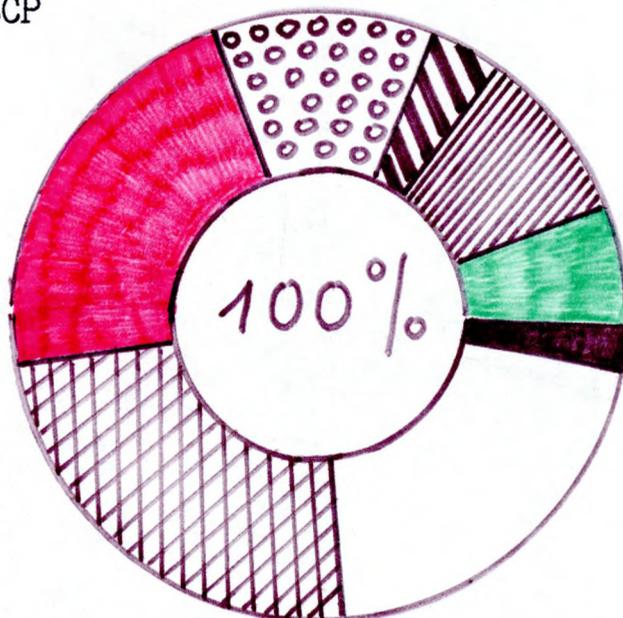
Наиболее распространенные уровни сообщений в передачах за анализируемый период "роль" и "учреждение" использовались практически во всех рассматриваемых темах за исключением темы спорт. Оценочные суждения чаще других встречались в сообщениях на темы культура, искусство, образование. Сообщения на уровне "индивид, личность" использовались в основном при освещении проблем семьи и быта. Информационные сообщения встречались почти по всем темам.

В оценке полученных данных анализа содержания передач редакции вещания Эстонского радио на русском языке следует учитывать следующие моменты. Эфирное время передач довольно ограничено и составляет I час в сутки, в анализ не включались информационные сообщения программы передач на русском языке.

Эстонская ССР



СССР



- | | | | |
|---|---------------------|---|------------------------|
|  | - индивид, личность |  | - Эстония /1/ СССР /2/ |
|  | - роль |  | - оценки, ценности |
|  | - группа |  | - знания, информация |
|  | - учреждение |  | - другое |

Проведенный анализ передач за январь месяц показал, что в радиопередачах на русском языке находят отражение различные стороны общественной жизни нашей республики прежде всего и страны в целом. Разнообразна тематика и проблематика сообщений. Их распределение по сферам общественной жизни в целом соответствует актуальности той или иной темы или проблемы. Большая часть информации, содержащейся в сообщениях, это информация о событиях настоящего времени.

В радиопередачах используются наиболее распространенные в радиовещании жанры, в том числе и оперативные (интервью, репортаж). Около половины сообщений дополняются соответствующим музыкальным оформлением.

На основе сравнения данных анализа за 1986 и 1983 годы можно отметить следующие позитивные моменты:

- 1/ содержание передач стало более конкретным,
- 2/ расширилась география сообщений в целом и в некоторой мере по Эстонской ССР
- 3/ возросло количество сообщений о жизни села Эстонской ССР
- 4/ увеличилось количество ценностно-оценочных суждений.

Тем не менее, приведенные в отчете исследования содержания передач за 1983 год негативные моменты имеют место и в настоящее время (небольшой охват районов республики, ограничение места действия сообщений столицей ЭССР).

Анализ содержания информационных передач "Эхо дня" за март 1986 г.

Кроме передач редакции вещания Эстонского радио на русском языке мы проанализировали 10 информационных передач "Эхо дня" за март 1986 года (633 единицы анализа).

Наиболее насыщенным информацией днем оказался понедельник - 23,4% сообщений от их общего количества. Все передачи сопровождались музыкальным оформлением.

В передачах "Эхо дня" были использованы следующие жанры:

- информационные сообщения - 39,8%
- интервью - 16,4%
- репортаж - 12,0%
- беседа - 9,8%
- выступление - 9,6%
- комментарий - 7,1%
- рассказ - 5,2%

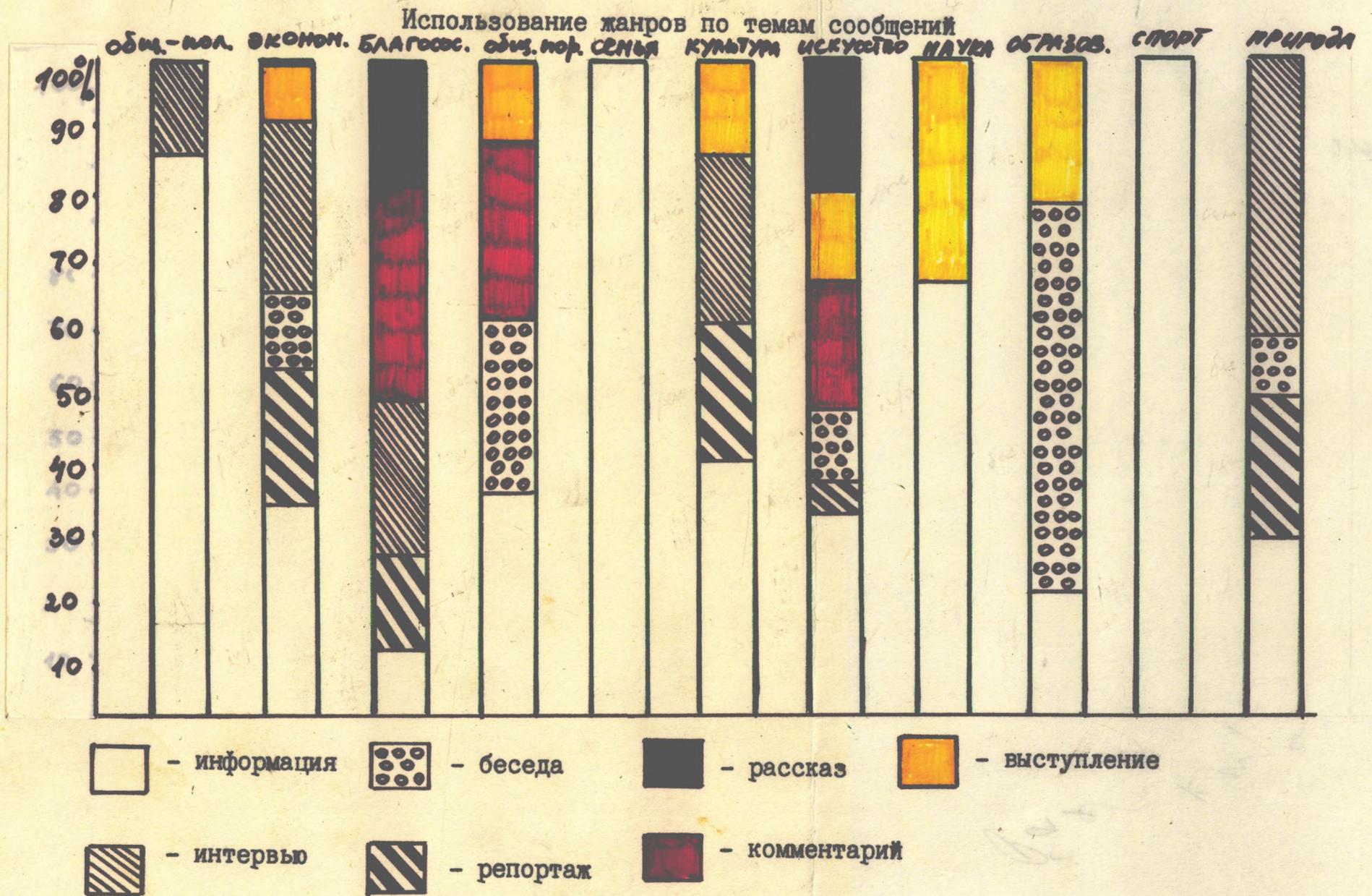
Информационные заметки использовались в освещении всех тем. Комментарии чаще встречались при рассмотрении проблем благосостояния, общественного порядка, искусства. Репортажи освещали темы экономика, благосостояние, культура, искусство, природа. (См.рис. I)

География сообщений.

Информационная передача "Эхо дня" знакомит своих слушателей прежде всего с основными событиями жизни нашей республики. Это подтверждают полученные нами данные: сообщения, локализованные географически на территории ЭССР, составляют 86,6% от общего количества сообщений, в СССР - 7,0% в капиталистических странах - 2,1%, Мировой океан - 1,7%, зарубеж - 1,4%, социалистические страны - 0,5%, другие республики - 0,3%, неопределенная - 0,5%.

В передачах сообщалось о происходящем в 12 районах нашей республики, кроме того, говорилось и об Эстонии в целом.

Рис. 1.



Охват районов республики (в единицах анализа):

- Тарту -	77
- Кохтла-Ярве -	35
- Кингисепп -	19
- Эстония в целом -	18
- Пярну -	17
- Йыгева -	13
- Выру -	12
- Раквере -	7
- Вильянди -	7
- Пайде -	5
- Валга -	5
- Нарва -	3
- Рапла -	2

За две недели марта сообщения в передачах "Эхо дня" по темам или сферам общественной жизни распределились следующим образом:

- общественно-политическая -	8,8% (56 ед.ан.)
- экономика -	35,9% (227)
- благосостояние -	6,8% (43)
- образ жизни -	0
- общественный порядок -	0,3% (2)
- культура -	7,0% (44)
- искусство -	17,4% (110)
- наука -	4,6% (29)
- образование -	3,5% (22)
- спорт -	5,2% (33)
- природа -	5,8% (37)

В зависимости от географии сообщений меняется и удельный вес освещаемых в передачах тем (см. рис.2 и 3). Как видно из рисунка информация об экономических проблемах, проблемах общественного порядка, природы касается в основном ЭССР.

Демографически сообщения локализируются большей частью в столице республики и городах, а также в различных районах и на селе.

Темы и проблематика.

ЭССР (единицы анализа)

Общественно-политическая

идеология	24
партийное руководство	18
администр. руководство	4
комсомол	2
проблемы внешней политики	6

Экономика

общие вопросы	14
промышленность	81
агропромышленный комплекс	4
сельское хозяйство	86
строительство	10
энергетика	3
рыбное хозяйство	16

Благосостояние

общие вопросы	9
уровень жизни	2
торговля	17
обслуживание	10
здравоохранение	2

Общественный порядок

общие вопросы	2
юридические проблемы	3
дорожное движение	10
несчастные случаи	7
алкоголизм	6

Семья

личная жизнь	2
--------------	---

Культура

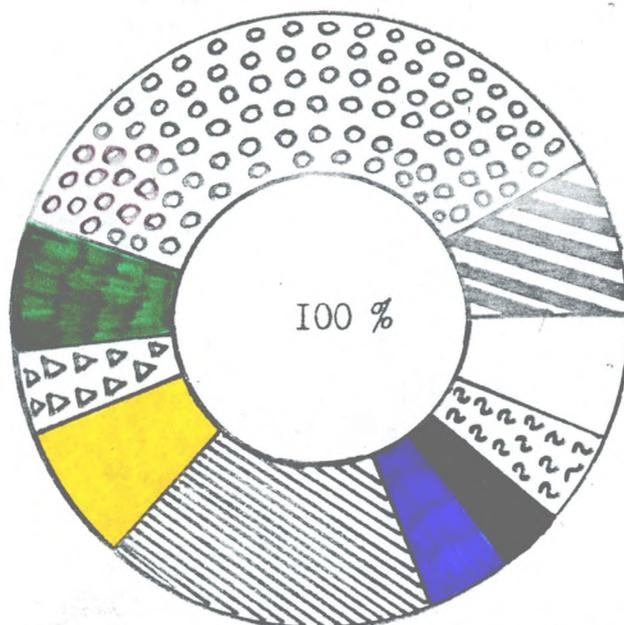
общие вопросы	8
кино	32
самодеятельность	1
фольклор	2

Искусство

общие вопросы	4
театр	28
литература	2
изобразительное искусство	2
музыка	12
эстонский театр	23
эстонская литература	8

Рис.2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СООБЩЕНИЙ ПО ТЕМАМ



- обществ.-политическая



- экономика



- благосостояние



- обществ. порядок



- культура



- искусство



- наука



- образование



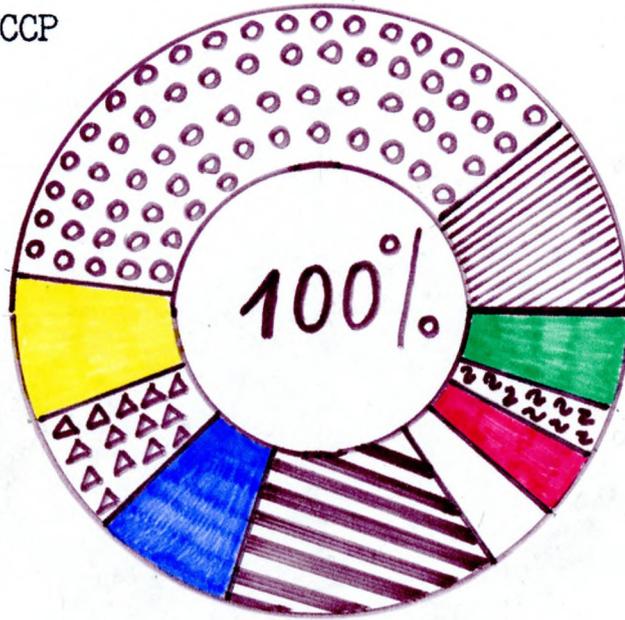
- спорт



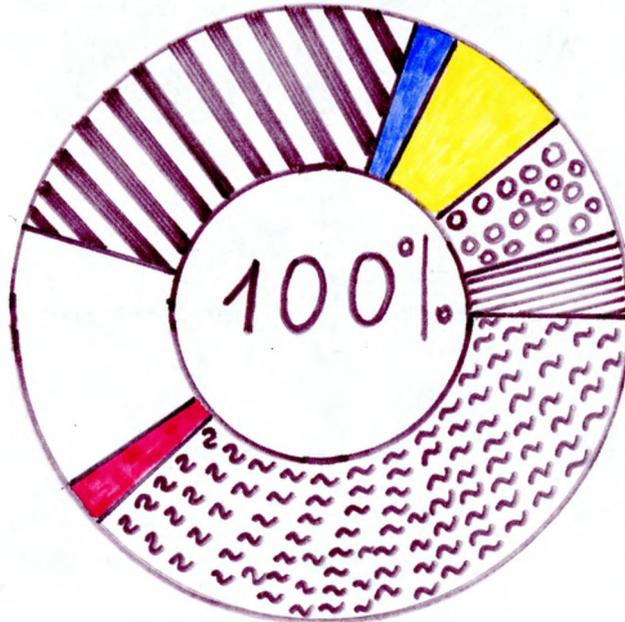
- природа

Рис.3

ЭССР



СССР



<u>Наука</u>	ЭССР
общие вопросы	7
наука и техника	13
естественные науки	1
<u>Образование</u>	
общие вопросы	2
среднее и профтехобразование	11
вузы	7
внешкольная работа	1
<u>Спорт</u>	
спортивные соревнования	14
<u>Природа</u>	
окружающая среда	18
парки, заповедники	4
природные явления	5
научные проблемы	4

Время действия.

Настоящее время действия в передачах "Эхо дня" составило в целом 56,4%, прошлое - 15,4%, будущее - 11,5%, проходящее через несколько временных отрезков - 1,9%, неопределенное - 14,8%.

Время действия:	ЭССР	СССР
неопределенное	14,1%	20,5%
прошлое	12,8%	34,1%
текущий год	3,1%	-
настоящее	23,4%	11,4%
этот месяц	0,5%	-
эта неделя	0,2%	2,3%
вчера	0,4%	-
сегодня	26,3%	22,7%
сейчас	3,8%	-
завтра	0,7%	4,5%
на следующей неделе	0,2%	-
в следующем месяце	0,5%	-
в следующем году	1,3%	-
в ближайшее будущее	10,6%	4,5%
проходящее через периоды	2,2	-
	100%	100%

Как видно в сообщениях передачи "Эхо дня" больше всего сообщается о событиях текущего дня (время "сегодня").

Выступающие (лица, делающие сообщения).

Большинство выступающих в передачах "Эхо дня" - представители мужского пола (74,4% сообщений были сделаны мужчинами).

По социально-профессиональному составу лиц делающих сообщения наиболее представительная группа (кроме самих дикторов и журналистов) руководящие работники - 22,9%.

Состав выступающих:	В целом
диктор	30,6% (194)
журналист, корреспондент	18,8% (119)
руководящие работники	22,9% (145)
специалисты	13,0% (82)
творческие работники	8,1% (51)
научный работник	3,0% (19)
рядовой труженик	0,3% (2)
учащийся	0,2% (1)
не определить	1,9% (12)
другой	1,3% (8)

Наиболее представительная группа руководящих работников выступала в сообщениях на самые различные темы - экономика, общественно-политическая, культура, искусство, наука, образование, природа.

По теме спорт в информационных сообщениях выступали сами дикторы. (См. рис. 5).

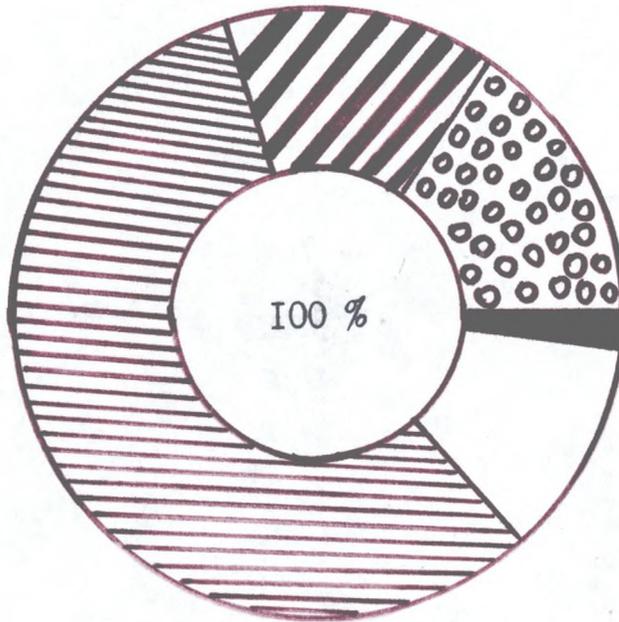
Герои сообщений.

45,8% сообщений от их общего количества имели своего конкретного героя. Чаще в этом качестве выступает группа, а не отдельный индивид. В 13,6% сообщений можно было определить национальную принадлежность героя сообщения, 12,2% составляют представители коренной национальности республики (1,4% некоренной национальности).

Представительны такие группы героев сообщений: творческие работники (9,7%), спортсмены (5,8%), учреждения (8,1%), рядовые труженики (2,4%). руководители трудовых коллективов (3,8%).

Рис.4

ВРЕМЯ



- прошлое



- настоящее



- через не-
сколько
периодов

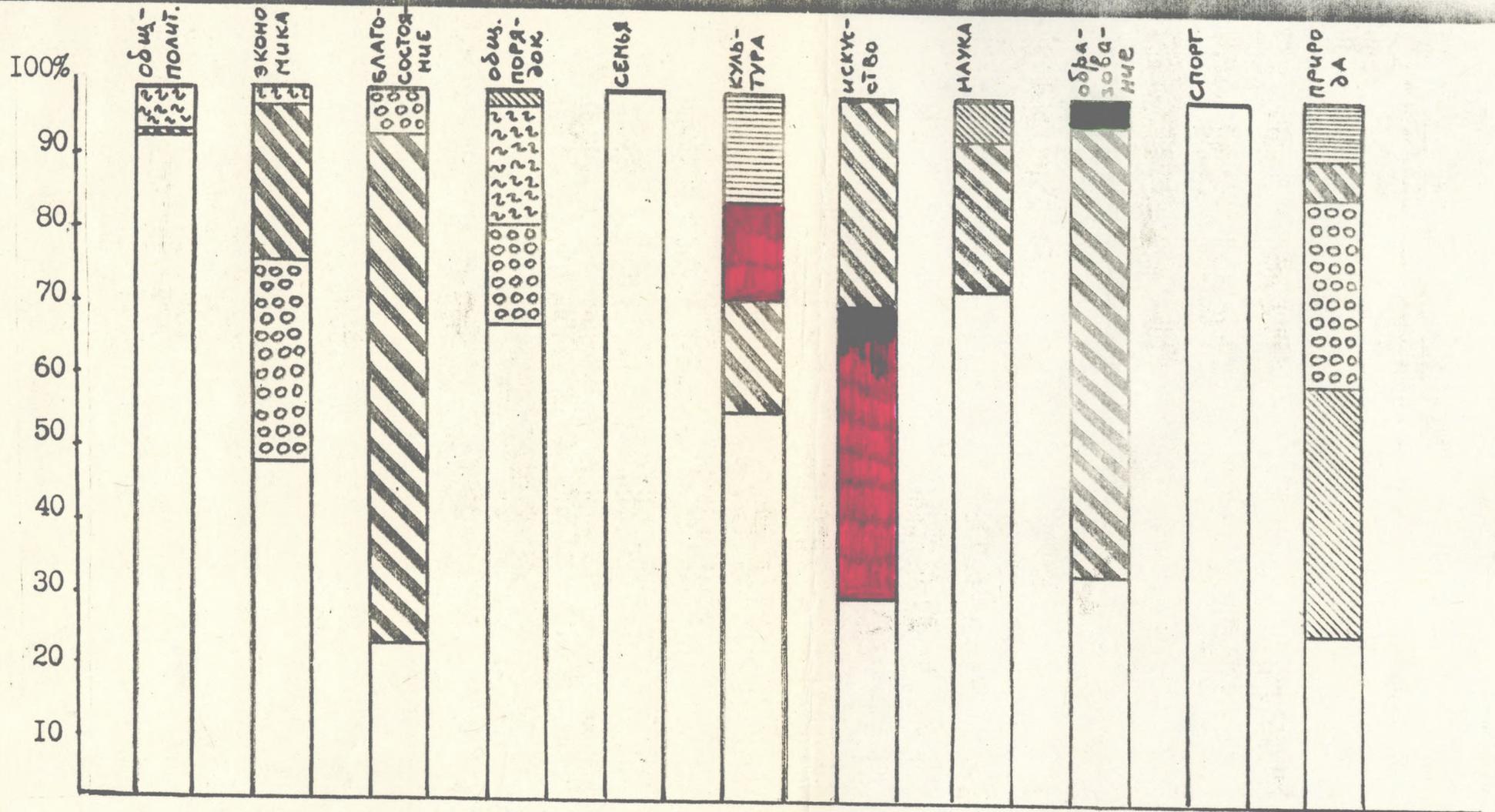


- неопределенное



- будущее

Рис. 5



-  - журналист, диктор
-  - специалист
-  - научный работник
-  - творческий работник
-  - руководитель
-  - другие
-  - не определить
-  - учащийся

Уровни сообщений.

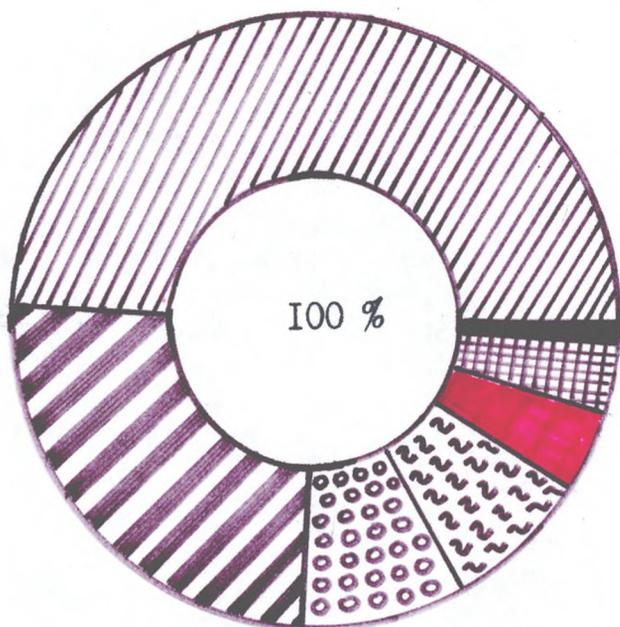
Вполне естественно, что в информационных передачах "Эхо дня" большинство сообщений относятся к уровню "информация, знания" - 49,3%. В передачах сообщения относятся к следующим уровням:

	всего	ЭССР	СССР
первичные потребности	-	-	-
индивид, личность	0,5%	0,2%	-
роль	3,9%	4,0%	2,3%
группа	7,3%	6,6%	2,3%
предметная среда	0,5%	0,5%	-
учреждение	24,6%	28,2%	4,5%
Эстония	4,1%	4,7%	-
СССР	0,5%	0,2%	4,5%
зарубеж	-	-	-
глобальный	0,5%	0,5%	-
оценки	8,8%	9,9%	4,5%
информация, знания	49,3%	45,3%	81,8%
	100%	100%	100%

Полученные данные анализа содержания передач "Эхо дня" свидетельствуют прежде всего об их оперативности. Широко используются оперативные жанры радиожурналистики (интервью, репортаж), в большинстве сообщений рассказывается о событиях настоящего времени (события сегодняшнего дня, события, происходящие в момент выхода передачи в эфир - время действия "сейчас"). Слушателей знакомят с основными событиями жизни нашей республики. Передачи конкретны, сопровождаются музыкальным оформлением.

Рис.6

УРОВНИ СООБЩЕНИЙ



- | | | | |
|---|----------------------|---|--|
|  | - знания, информация |  | - Эстония |
|  | - учреждение |  | - роль |
|  | - оценки, ценности |  | - индивид, личность, среда, СССР, глобальный |
|  | - группа | | |

Заключение.

Радиовещание на некоренное население республики представлено передачами редакции вещания Эстонского радио на русском языке и информационными передачами "Эхо дня". Таким образом радиослушатели имеют возможность ежедневно получать разнообразную информацию о жизни нашей республики, о чем свидетельствуют полученные данные. Информационные сообщения передач "Эхо дня" о текущих событиях дополняются более обстоятельным рассмотрением актуальных проблем различных областей общественной жизни в передачах вещания Эстонского радио на русском языке. Причем следует заметить, что и в тех, и в других передачах слушателей знакомят с труженниками республики коренной национальности.

Результаты же проведенного в июне 1986 года анкетного опроса населения республики некоренной национальности (т.е. основной слушательской аудитории) показали, что слушаемость передач на русском языке довольно низкая. Это касается и передач редакции вещания на русском языке, и передач "Эхо дня".

Так, 41% опрошенных нами (273 человека) слушают передачи редакции вещания на русском языке 1-2 раза в неделю и еще реже, 17% слушают каждый /или почти каждый/ день, 14% - 3-4 раза в неделю и 23% не слушают их вообще.

Передачи "Эхо дня" регулярно слушают 1,5% опрошенных, часто - 17,9%, иногда - 35,2%, не слушают вообще - 20,5% и 9,5% не знает такой передачи (респонденты с высшим образованием). Время выхода в эфир данных передач в целом устраивает радиослушателей и, видимо, не является причиной низкой слушаемости.

Выявился ряд противоречивых моментов между "спросом и предложением" - так, доминирующая тема сообщений на русском языке в начале года - экономика, по данным же опроса по степени интереса к данной теме она стоит на одном из последних мест и слушаемость соответствующих рубрик довольно низкая. Это касается и темы искусство, культура.

Таким образом, налицо резкое расхождение между запросами слушателей и тем, как они удовлетворяются в передачах (в основном это касается передач редакции вещания на русском языке). По всей вероятности причина кроется в недостаточном знании редакцией своей слушательской аудитории. Воздействовать же на аудиторию можно лишь только при условии полного знания ее социально-демографического состава, интересов, ориентации на различные каналы информации, т.е. в широком контексте включенности в систему МК.

Редакции вещания Эстонского радио на русском языке следует проявлять больше активности по части сотрудничества с социологами ИВЦ Гостелерадио ЭССР по изучению слушательской аудитории передач на русском языке. Руководству Гостелерадио ЭССР следует обратить внимание на проблемы, описанные выше.

номер передачи + время (8 р. в месяц)
ч. 710мс
к. 408
Соколинская

МЕТОДИКА КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ПЕРЕДАЧ ЭСТОНСКОГО РАДИО НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ.

Введение.

Одним из наиболее эффективных средств воздействия на личность, как известно, являются средства массовой коммуникации, которые призваны утверждать духовные ценности социалистического общества, оказывать идеологическое, политическое, воспитательное воздействие на оценки, мнения, поведение людей. Средства массовой коммуникации распространяют знания, ценности, нормы, активно формируют у аудитории представление о мире. Общественная роль СМК возрастает из года в год. Неуклонно растут потребности общества в информации, распространяемой с помощью радиотелевизионных средств и печати, расширяются функции средств МК, которые становятся главным способом тиражирования и распространения культуры в нашем обществе.

Одной из существенных особенностей массовой информационно-пропагандистской деятельности на нынешнем этапе развития нашего общества является ее тесная связь с развитием социологических и социально-психологических исследований СМК. Основная задача, которую ставит перед учеными в этой области ЦК КПСС - "глубокий анализ духовной жизни общества, выработка научно обоснованных рекомендаций по дальнейшему совершенствованию политико-воспитательной деятельности".^I

^I О дальнейшем улучшении идеологической, политико-воспитательной работы. Постановление ЦК КПСС от 26 апреля 1979 года. М., 1979, с. 12.

2

На XXVI съезде КПСС поставлена задача перестройки многих участков и сфер идеологической работы. "Надо добиться, чтобы ее содержание стало более актуальным, а формы отвечали современным запросам и потребностям советских людей".¹

Решение этих задач требует больших усилий практических работников идеологического фронта и исследователей, занимающихся научной разработкой проблем функционирования массовой пропаганды в нашем обществе.

Изучение радиовещания, как одного из действенных средств массовой коммуникации, уже прочно вошло в практику социологических исследований. К настоящему времени накоплен достаточный опыт по использованию различных методик изучения аудитории радио. Однако данные об аудитории остаются все же лишь одной частью данных о процессе коммуникации. Комплексное исследование процесса коммуникации предполагает использование и других методов исследования с целью получения данных о содержании информации, распространяемой тем или иным каналом МК. Содержательный аспект сообщений СМК представляется весьма важным. Коммуникатор отбирает из действительности /общей для него и реципиента/ языковые эквиваленты жизненным реалиям и кодирует их, т.е. придает значениям тот или иной смысл, создавая тем самым определенную модель действительности, картину мира, которая включает в себя знания о разных объектах действительности, их взаимосвязях, оценку важности того или иного события, ценностные суждения о мире и пр.

Именно этот аспект содержания, выступающий как носитель картины

¹Материалы XXVI съезда КПСС. М., 1981, с. 75.

мира, участвует в формировании и укреплении мировоззрения членов нашего общества, т.е. несет важную идеологическую, воспитательную нагрузку. Поэтому большое значение для исследований МК имеет вопрос о том, какое представление о мире и выражаемые с его помощью ценности и нормы культивируются коммуникатором.

Контент-анализ, прочно вошедший в практику социологических исследований, еще сравнительно мало используется в изучении радиокommunikации. Это обусловлено прежде всего тем, что радиовещание, выполняя общие функции и задачи современных средств массовой коммуникации, обладает специфическими особенностями, которые делают его уникальным средством информации, агитации и пропаганды, что вызывает определенные трудности в использовании данного метода для изучения радиосообщений, поскольку исследователю приходится иметь дело с живым словом.

Тем не менее ряд отечественных исследований радиокommunikации, в том числе работ ИВЦ Эстонского радио, уже доказали возможность успешного применения данного метода в изучении радиосообщений. Применение контент-анализа в исследованиях ИВЦ Эстонского радио, в частности, позволило сопоставить описания содержания передач и состава аудитории, сделать выводы об интересах разных социально-демографических групп, сопоставить данные о содержании и слушаемости и пр., еще раз подтвердив тем самым факт, что контент-анализ может служить методом самоконтроля коммуникатора, проверки успешности осуществления поставленных перед ним задач. ^I

^I См., например, Тимак Р. О методике контент-анализа радиопрограммы. - В сборнике: Современные методы исследования средств массовой коммуникации. Таллин, 1983, с.116.

I. Основные положения метода контент-анализа.

Контент-анализ принадлежит к методам социологического исследования, сочетающим в себе приемы формализованного наблюдения и статистических процедур в анализе массовой совокупности текстов. Возникновение контент-анализа обусловлено было необходимостью создания такого метода, который позволил бы на основе текста делать объективные заключения о внетекстовой реальности. Таким образом реальность в контент-анализе изучается через совокупность текстов, которые всегда есть продукт социальной среды и несут на себе влияние разнообразных социальных факторов.

Впервые данный метод был использован для изучения содержания газет. Существенный вклад в дальнейшее развитие контент-анализа был внесен исследованиями в области литературы. Постепенно сфера его применения расширилась: изучение газет и литературы сменилось изучением различных каналов массовой коммуникации и СМК в целом, что позволило, в свою очередь, расширить и тематику контент-аналитических исследований.

Контент-анализ принадлежит к так называемым строгим методам, а строгое исследование всегда включает в себя некоторую процедуру, т.е. определенную контролируемую сознательно и фиксированную последовательность действий с эмпирическими объектами. Методологическая сущность строгости определяется двумя основными критериями – соответствием цели и воспроизводимостью результата. Третий критерий, не входящий в само понятие строгости, это критерий относительной простоты – как правило, чрезмерная сложность процедуры затрудняет возможность воспроизведения результатов и проверки надежности исследования.

Основные требования, которым должен отвечать данный метод, следующие: контент-анализ должен быть объективным, систематичным, количественным. Однако контент-аналитическое исследование предполагает также и включение качественных элементов в анализ содержания текстов. Сведение контент-анализа к чисто количественным приемам и статистическим операциям не может, как правило, дать надежных и обоснованных результатов социологического исследования.

Методический аспект контент-анализа предполагает возможно строгую формализацию правил понимания текста исследователем, т.е. наличие обоснованных и надежных процедур для соотнесения лингвистических и содержательных характеристик текста. Ядром контент-аналитической процедуры является алгоритм перевода языка изучаемых текстов на метаязык социологического, социально-психологического описания отраженных в этих текстах явлений действительности. Если сообщения рассматриваются как информация о чем-то, то их содержание можно представить в виде косвенных показателей, которые должны быть формализованы и обработаны таким образом, чтобы была получена обоснованная информация о тех сторонах источника, которые непосредственно наблюдаемы.¹

Наболее эффективен данный метод при изучении регулярных потоков текстов. Под текстами в контент-анализе понимается вся совокупность внешних проявлений человеческой деятельности, приобретающая систему знаковых функций. Контент-анализ предполагает, чтобы совокупность текстов была достаточно велика, чтобы ее исследование давало бы определенные статистически значимые результаты. Однородна - тексты должны характеризоваться определенной

¹ М.Лауристин. Анализ содержания как метод исследования социальной направленности массовой информации. Автореферат кандид. дисс., М., 1976, с. 132.

общностью по определенному параметру. Эта общность предполагает наличие в тексте некоторых инвариантных элементов содержания, повторяющихся по всему тексту, которые берутся в качестве единиц анализа и подлежат квантификации по определенным признакам – категориям анализа. Категории анализа отражают в своем содержании двойственную природу эмпирического объекта контент-анализа-совокупности текстов. Их понятийное содержание часто заимствовано из теоретических построений психологии, социологии и других общественных наук. В то же время категории контент-анализа не сводимы полностью к этим теоретическим понятиям и категориям, поскольку их конкретное содержание определяется и ограничивается набором значений выделяемых элементов текста, которые могут служить эмпирическими индикаторами категорий. Поэтому категории контент-анализа должны быть всегда операционально определены как признаки исследуемых текстов.

Категории в контент-анализе обычно объединяются в подгруппы. Обнаружение, определение и выявление же индикаторов по основным категориям проводится на подготовительном этапе исследования. Индикаторы должны полностью соответствовать как категориям, так и контексту.

В задачи контент-анализа входит выявление объективно существующих фактов, заключенных в текстах, подлежащих исследованию, а также их социологическая интерпретация. Способ отыскания таких фактов заключается в извлечении из текста ключевых понятий, знаков, символов, других смысловых единиц /единиц анализа/ и проведение над ними соответствующих операций.

Объективность извлечения из текста информации обеспечивается:

- 1/ определением объективных границ текста, его типа, коррелятивных связей с отраженными в нем социальными явлениями;
- 2/ выделением в качестве единиц анализа признаков текста или структурных единиц, репрезентативных по отношению ко всему тексту или его частям;
- 3/ выделением единиц анализа, имеющих повторяемость по всему тексту, удобных для измерения, счета и сравнения.

В контент-анализе, как правило, выделяются единицы регистрации, описания, контекста и счета.

Единица регистрации является минимальным сегментом текста, который содержит смысловые элементы, являющиеся индикаторами категорий анализа. Техника квантификации единиц анализа /регистрации/ по категориям содержания заключается в присвоении категории, как признаку каждой конкретной единицы регистрации, определенного численного значения при помощи единицы счета: объема, длительности, интенсивности в зависимости от наличия признака данной категории.

Единица контекста определяет те максимальные границы в пределах исследуемого текста, в рамках которых может уточняться смысл единицы регистрации. Единицей описания является текст-объект или какой-либо его аспект, который характеризуется полученными эмпирическими данными: каждая отдельная публикация или публикации отдельного автора, одного источника и пр.

Ход исследования в контент-анализе таким образом следующий: наблюдатель принимает решение о наличии или отсутствии определенного признака / категории анализа/ на основании применения набора заданных формальных алгоритмов и собственной компетенции. Далее проводится статистическая обработка результатов фиксации

единиц наблюдения и их признаков, анализ полученных данных и их социологическая интерпретация. Анализ считается объективным, когда разные наблюдатели, пользуясь одной схемой, на одном и том же объекте получают одинаковые результаты.

При использовании контент-анализа в качестве инструмента социологического исследования задача его заключается в выяснении социального содержания деятельности отдельных каналов массовой коммуникации: насколько связано содержание измеряемых текстов, распространяемых в течение длительного времени через данный канал или систему каналов МК с интересами, ценностями, нормами одних или других социальных групп; контент-анализ может также выявить нормы и ценности, на которые ориентированы коммуникаторы, что позволит соотнести полученную картину с системой ценностей и норм, поддерживаемых в данном обществе.

II. Пробная методика анализа содержания тематических передач редакции вещания на русском языке Эстонского радио.

До настоящего времени изучение содержательного аспекта передач, транслируемых Эстонским радио на русском языке, не входило в круг исследований радиокommunikации, проводимых ИВЦ Эстонского радио. Однако данные и о содержательной стороне радиосообщений могут широко использоваться в практике редакционной деятельности как средство улучшения качества передач, повышения эффективности информационно-пропагандистской деятельности данного канала информации. Контент-анализ в комплексе с другими методами исследования процесса массовой коммуникации дает возможность подробнее интерпретировать и понимать восприятие информации, интересы аудитории и ее оценки программе в целом или отдельной передаче; изучить связи между характеристиками сообщения и установками поведения слушательской аудитории, а также ее реальным коммуникативным поведением.

Предпринятый нами анализ содержания текстов радиопередач имел прежде всего своей целью апробирование разработанной нами методики на конкретном материале с тем, чтобы иметь некоторый предварительный опыт для проведения в дальнейшем по согласованию с редакцией подобного рода исследований по интересующим ее проблемам.

Как известно, средства массовой коммуникации не только информируют, но прежде всего ориентируют аудиторию на определенные социальные ценности, т.е. выполняют роль управляющего фактора, но не прямо, а опосредованно, через формирование у людей установок, ценностных ориентаций. СМИ способствуют своей деятельностью

усовению человеком правил и норм социалистического образа жизни. Поэтому важным является вопрос о том, какие ценности и нормы распространяют каналы МК, какие стороны нашей жизни попадают в сферу внимания коммуникатора, какую картину мира он создает и пропагандирует.

Основной целью нашего исследования поэтому и являлось выявление ряда характеристик той модели действительности, которая предлагается радиослушателям. В соответствии с этой целью нам предстояло решить следующие исследовательские задачи:

1/ выявить основную тематику радиопередач - о чем и в связи с чем говорится в радиопередачах; насколько важным представляется авторам то или иное явление и событие; на какие ценности и нормы они ориентируют своих слушателей;

2/ выявить, соответствует ли содержание передач и другие характеристики специфике аудитории и данного канала информации / при этом предполагалось, что специфика местного канала информации, а также и самой слушательской аудитории должны оказывать существенное влияние на содержательный аспект радиопередач/.

Конкретные исследовательские задачи решались в рамках категорий, выбранных нами для анализа и будут рассмотрены ниже.

Эмпирическим объектом нашего исследования являлась совокупность определенных текстов радиопередач редакции вещания на русском языке Эстонского радио. Контент-анализ можно проводить параллельно передаче из эфира и по письменным текстам передач. В нашем исследовании кодирование проводилось по письменным текстам.

Время трансляции передач составляет 1,5 часа в будние дни и 2 часа в выходные; ряд передач транслируется повторно, поэтому

для получения статистически значимых результатов нами было проанализировано 33 передачи за одну неделю января этого года, одну неделю февраля этого года и одну неделю марта /в общей сложности было проанализировано 2764 единицы/. Выборка передач для анализа была случайной, поскольку условия хранения текстов передач в редакции не позволили произвести выборку согласно методическим требованиям социологического исследования.

В соответствии с основными положениями контент-анализа и целью нашего исследования в сферу нашего внимания вошли тематические передачи /в основном радиожурналы/, которые помимо информационной, реализуют также и регулятивную, ценностно-ориентационную функции. Чисто информационные сообщения по этой причине в анализ не включались, равно как и развлекательные передачи, литературно-музыкальные композиции, что, однако, не исключает возможность в дальнейшем включение в анализ и данных передач. За пределами нашего внимания остались также такие важные с точки зрения радиожурналистики моменты как качество звукового оформления, композиция передач, языковые особенности устной речи. Нас прежде всего интересовал вопрос о том, что говорится в передачах о реальной действительности.

Выбор и формулировка категорий анализа осуществлялась согласно основным требованиям контент-анализа. Система категорий, созданных для анализа, включала 2 уровня категорий:

- 1/ вещательные и журналистские характеристики передач,
- 2/ содержательно-проблемные характеристики текста.

Фиксировалось также на каком уровне ведется разговор в передаче, перечень уровней заимствован из методики анализа содержания передач "Тулипункт", проведенного ИВЦ Эстонского радио в 1976 году.

Единицы анализа тоже подразделялись на уровни: контекстовые единицы анализа /для передачи в целом/ - для идентификации категорий первого уровня, единицы счета - для идентификации категорий второго уровня. Интенсивность присутствия определенной категории рассматривалась как проявление некоторых реальных социальных тенденций. Кодирование проводилось на основе кодировочной инструкции, содержащей полный и подробный перечень категорий анализа. Данные фиксации единиц анализа были обработаны на ЭВМ.

Категории первого уровня.

Вещательные и журналистские характеристики передач.

Здесь фиксировались время начала передачи, ее продолжительность, день трансляции, редакция, подготовившая передачу, конкретный автор передачи, наличие музыкального оформления, жанр самостоятельных частей передач.

Как известно, конкретное назначение жанра определяет его место во всей системе радиовещания, формирует его конкретные черты. Жанр - это определенный тип произведения. Жанры различаются между собой по методам освоения действительности, ее описания, а также по способу коммуникации, контакта со слушателем. В ходе нашего исследования на предварительном этапе мы планировали выявить: 1/ интенсивность использования того или иного жанра в данных радиосообщениях, 2/ насколько широко используются различные жанры в передачах - охват, 3/ способ коммуникации в зависимости от жанра. Ряд важных для радиовещания жанров /таких как интервью, репортаж, беседа/ предполагает участие в передаче других лиц, помимо самого журналиста. Какова эта выборка, кому предоставляется чаще всего возможность для выступлений? Для выявления этого на-

ми была введена категория "выступающий", где фиксировались пол лица, делающего сообщение, его социальный статус, а также язык, на котором делается сообщение.

Категории второго уровня.

Содержательно-проблемные характеристики текста.

Основными категориями анализа здесь являлись следующие категории: локализация событий, герой сообщения, тема сообщения, проблемность освещения.

Категория "географическая локализация событий".

Данная категория фиксировалась по упоминаниям конкретных географических названий, местностей, где происходило какое-либо действие, о котором сообщается в передаче. Предполагалось, что в силу специфики местного канала информации - редакции вещания на русском языке Эстонского радио, содержание его передач должно географически локализоваться преимущественно на территории Эстонской ССР. Исследовательская задача в данном случае заключалась в выявлении географии сообщений, локализованных на территории Эстонии - насколько она широка и охватывает города и районы нашей республики. Для определения последнего вводились индикаторы демографической локализации событий - столица, города, деревня, поселок, область, край, райцентр. Дополнительно вводилась категория "локализация событий институционально", которая фиксировалась по упоминаниям конкретных социальных институций.

Категория "герой сообщения".

Представления о мире, убеждения, знания, ценности и нормы выражаются и распространяются, как упоминалось выше, массовой коммуникацией, в сообщениях которой культивируются утверждения о том, что хорошо, что плохо, что правильно, что неправильно, что и с чем, и каким образом взаимосвязано. Сами же ценности не могут пе-

редоваться иначе, как на основе множества образцов поведения людей. В живых рассказах о людях заключена огромная эмоциональная сила, которая делает радио сильнейшим воспитательным средством. Отсюда большое значение приобретает выявление моделей персонажей на предмет того, какой социальный тип они собой представляют. Поэтому одной из основных категорий в нашем анализе являлась категория "герой сообщения". Герой сообщения понимался как отдельный индивид, группа индивидов или какой-то объект, о котором сообщает выступающий и который является инициатором какого-либо действия в определенной сфере общественной жизни. Герои сообщений при всей своей индивидуальности обладают типическими чертами, присущими целым социальным группам нашего общества. С помощью фиксации соответствующих индикаторов данной категории предполагалось выявить тип героя сообщений - отдельная личность, группа индивидов, социальная институция, герой-функция или герой-лицо/определялись по конкретным указаниям социального статуса героя или отсутствия, в том случае, когда говорилось о человеке вообще, просто прохожем, жителе города и пр., т.е. без указания профессиональной принадлежности человека/.

Планировалось выявить, о людях каких профессий говорится больше всего, говорится мало или же вообще не сообщается.

Как известно, профессиональные и половые различия проявляются в различных сферах общественной жизни. Так, например, изменение социального положения женщины приводит к тому, что она, наряду с мужчиной, становится активным участником общественного производства. С помощью индикатора "пол героя сообщения" мы хотели выявить, насколько эта социальная тенденция прослеживается /и проявляется ли она вообще/ в радиосообщениях. С этой целью дан-

ный индикатор вводился также и в категориях первого уровня: пол автора передачи, пол выступающего лица.

В рамках данной категории мы планировали также проследить меру интегративности сообщений по частоте упоминаний "абстрактных героев" - человек вообще, все мы, каждый из нас, все люди, все общество, человечество в целом. Ведь одна из важнейших функций массовой коммуникации - интегративная, направленная на повышение сплоченности тех или иных групп, нашего общества в целом. Причем можно предположить, что значение данной функции средств МК значительно возрастает в условиях национальной республики, состав населения которой весьма разнообразен.

Категория "время действия".

Радиовещание, как известно, является наиболее мощным источником оперативной информации. Чем быстрее информация попадает в эфир, тем острее и с большим вниманием воспринимают ее слушатели. Чтобы радиослушатель почувствовал оперативный характер информации, на радиоприменяются специальные приемы, к числу которых относится упоминание времени, когда произошло то или иное событие. Поэтому в нашем анализе мы фиксировали 3 группы признаков временной отнесенности действия, настоящее, прошлое и будущее. Для ряда радиожанров признак время действия является одним из ведущих признаков - сиюминутность интервью или радиорепортажа, к примеру. Поэтому отдельно нами выделялись такие признаки временной отнесенности действия: сейчас, сегодня, завтра, вчера, текущая неделя, текущий месяц, этот год.

Категория "тема сообщения".

Успех любой передачи во многом определяется удачным выбором темы, ее актуальностью. По данным ряда исследований сами журналисты

при оценке своих материалов ставят на первый план актуальность, важность проблемы, ее остроту, своевременность, новизну, глубину раскрытия темы. В рамках данной категории нам хотелось выявить: 1/ какие стороны общественной жизни чаще всего попадают в сферу внимания коммуникатора, 2/ насколько широк охват сторон общественной жизни в радиосообщениях, 3/ какова основная проблематика в рамках освещаемой темы, 4/ насколько конкретны темы сообщений. Большая насыщенность множества текстов какой-либо темой может быть давлением реальности /когда реальность густо насыщена определенным явлением/, выражением специфических интересов создателей текстов, ответом на активный запрос потребителей.

В общей сложности категория "тема сообщения" включала 12 тем /или сфер общественной жизни/: общественно-политическая, экономика, благосостояние, образ жизни, общественный правопорядок, семья - дом - личность, культура, искусство, образование, наука, спорт, природа. В рамках каждой темы были выделены конкретные области - например, тема - искусство, область - театр, а также конкретный круг проблем, затрагиваемых в рамках данной сферы и области - например, сфера - экономика, область - промышленность, проблематика - производительность труда.

Категория "проблемность освещения".

Как правило, поводом для проблемного выступления служат не просто события дня, а типичные события, ряд явлений или фактов, отражающих определенную тенденцию в реальной жизни. Средства массовой коммуникации призваны поднимать важные проблемы, затрагивающие всех людей, общество в целом, глубоко их разрабатывать и при этом давать не только констатацию фактов, но намечать, указывать конкретные пути их решения.

Авторское решение придает сообщаемым фактам окраску личного

отношения к тому, о чем сообщается, усиливает его эмоциональное воздействие на слушателей. Для выявления проблемности освещения тех или иных тем в целом в нашем исследовании фиксировались следующие признаки: наличие острых проблем или конфликтов в рамках данной темы и области, уровень проблем и конфликтов /например, конфликт "личность - группа", "личность - институция", проблемы на уровне индивида, личности, группы и пр./, меры по разрешению проблем и конфликтов, лица или институции, отвечающие за принятие мер и разрешение конфликтов. Наличие проблем и конфликтов фиксировались в том случае, когда можно было четко определить сферу общественной жизни, где происходило действие и возникли проблемы, в чем конкретно они состоят. Упоминания о наличии "абстрактных проблем" /когда просто говорится, что проблем много, но суть их неясна/ не фиксировались.

Категория "уровень сообщения".

В рамках данной категории фиксировалось на каком уровне ведется разговор со слушателем. Перечень уровней был составлен по шкале психологической близости и делился на четыре группы:

- уровень личности и индивида,
- уровень группы и коллектива,
- уровень среды,
- уровень ценностей и знаний.

Здесь основная исследовательская задача заключалась в том, чтобы выяснить: на каких уровнях ведется разговор со слушателями в зависимости от тематики передачи, ее жанра, каков удельный вес уровня "ценности и знания" независимо от тематики сообщения.

Последнее представлялось весьма важным в силу того, что журналистика, обращаясь к массовой аудитории, выполняет ведущую для

журналистики вообще функцию - идеологическую, идейно-воспитательную. Поэтому ее произведения обязаны с точки зрения ценностей социалистического общества отвечать на актуальные вопросы жизни общества.

Категория "форма обращения".

Автор передач привлекает к участию в анализе своего материала и слушателей. Создание эффекта присутствия должно быть целью каждой передачи, в каком бы жанре она бы не была решена. Для того, чтобы контакт говорящего и слушателя был действительно прочным, устойчивым употребляются формы прямого обращения к слушателю. Как правило, такая форма обращения в некоторых жанрах является наиболее действенной, поскольку слушатель принимает материал близко к разуму, он затрагивает его собственные мысли и чувства, глубоко заинтересовывает его. В нашем анализе фиксировались следующие формы обращения к слушателю: непосредственное обращение к слушателю / в том числе и представление слушателям лица, которое будет выступать у микрофона/, опосредованное, которое подразделялось на: непосредственное обращение выступающего к своему собеседнику /когда слушатель как бы присутствует при разговоре/ и опосредованное обращение к слушателю / при чтении какого-либо текста, очерка, зарисовки и пр./.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ ТЕМАТИЧЕСКИХ ПЕРЕДАЧ РЕДАКЦИИ ВЕЩАНИЯ
ЭСТОНСКОГО РАДИО НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ.

Общие распределения.

32

Нами было проанализировано в общей сложности 33 передачи, что составило 2764 единицы анализа. Наиболее насыщенным передачами оказался конец недели - 10,2% передач составили передачи, которые транслировались по радио в пятницу, 31,0% - в субботу и 36,1% - в воскресенье. Наибольшая продолжительность передачи составила 23 минуты /33%/. →

В основном передачи были подготовлены журналистами, работниками редакции /52,6%/ и коллективом редакции /46,5%/, передачи, подготовленные специалистами составили 0,9% /передачи рубрики "Здоровье здоровых", автор передачи - врач/. Среди авторов передач вдвое больше оказалось женщин /36,3%/, авторы мужского пола составили 17,2%. →

Почти все передачи имели соответствующее музыкальное оформление / музыкальные вставки, песни, голоса природы, шумы и пр./.

В проанализированных передачах в той или иной степени были использованы все 9 из перечисленных нами и фиксируемых жанров /см. табл. I/, наиболее интенсивно использовались такие жанры как беседа /50,8%/, репортаж /23,3%/, выступление /6,8%/, комментарий /5,7%/. Интервью составило лишь 0,5%, однако, здесь следует сделать оговорку. Вполне возможно, что это случайный факт, поскольку, как уже говорилось выше, мы не имели возможности произвести выборку текстов строго в соответствии с методическими требованиями социологического исследования, так что сама выборка текстов передач для анализа являлась в некоторой

степени случайной.

Из фиксируемых форм обращения к слушателю /непосредственное и опосредованное/ прямое обращение чаще использовалось в таких жанрах, как выступление, информативные сообщения, комментарии, что вполне соответствует назначению этих жанров. Форма опосредованного обращения, когда автор, находящийся у микрофона, обращается с "диалогическим монологом" к радиослушателю, который мыслится как активный участник этого двустороннего контакта, широко использовалась в беседах, репортажах, очерках и рассказах.

ВЫСТУПАЮЩИЕ:

Как показывают полученные данные, у микрофона чаще всего выступали представители руководящих работников /руководители среднего звена/ - 24,8% от общего числа всех выступающих, специалисты - 16,4%, учащиеся - 7,2%, представители творческой интеллигенции - 6,7%. Выступающие лица, по социальному статусу относящиеся к рядовым труженикам /рабочие, колхозники и пр./, а также научные работники составили лишь по 1,2% те и другие соответственно. Можно отметить, что из общего количества выступающих в передачах лиц, большинство оказались представители мужского пола - 56,1% /выступающие женского пола составили 42,8%/. *стр. 37 → 2*

Как и предполагалось, содержание передач географически локализовалось преимущественно на территории нашей республики /80,9%/, что вполне закономерно и соответствует функциям, выполняемым местным каналом МК. Однако охват районов нашей республики оказался крайне узким - только в 10,3% передач действие происходило в каком-либо конкретном районе Эстонии, из 16 признаков категории "география по Эстонии" было охвачено только 5. В большинстве случаев место действия в передачах - это столица нашей республики или крупный город /59,6% и 6,0% соответственно/. Дерев-

ня, село, поселок, райцентр, как демографические места действия, встречались в передачах крайне редко, так, например, место действия "деревня, село" составляет лишь 0,4% от общего количества передач, где фиксировалось "место действия", райцентр - 0,2%.

*локализация
мест. →*

Более половины проанализированных передач имели своего конкретного героя - 55,7%. Чаще всего героем передачи являлся герой-субъект - 37,2%, герой-объект /различные социальные институты/ составил 6,4%, причем в качестве героя, как правило, выступает отдельная личность, а не группа. Среди героев радиопередач чаще встречались герои-мужчины - 14,5%, героини женского пола составили 9,6%. Поскольку анализ проводился по письменным текстам передач, не всегда можно было точно определить национальную принадлежность героя, как это планировалось на начальном этапе исследования. Признак этот фиксировался нами в том случае, когда по тексту можно было точно определить национальность. Количество представителей коренной и некоренной национальности среди героев радиопередач оказалось приблизительно равным - герои коренной национальности - 5,1%, героини некоренной национальности - 5,3%. Данный признак в нашем анализе, также как и индикаторы "абстрактного героя" /"человек вообще", "все мы", "каждый из нас", "все люди"/ интерпретировался как один из признаков интегративности сообщений - с кем предлагается слушателю отождествлять самого себя. Показатель использования "абстрактного героя" оказался довольно значительным - составил в общей сложности 8,7%.

С точки зрения социального статуса /профессиональной принадлежности/ героя, чаще всего им являлись учащиеся - 7,5%, специалисты - 4,6%, представители творческой интеллигенции - 3,6%,

руководители среднего звена - 3,6%. Рядовых тружеников среди героев радиопередач, также как и среди выступающих у микрофона лиц, оказалось не особенно много - они составили всего 2,1% от общего количества всех героев. В целом герой-функция /герой передач с указанием его социального статуса/ более характерен для вошедших в анализ передач, чем герой-лицо / просто человек, без указания рода профессиональной деятельности/ - 24% и 13,2% соответственно. /См. табл. 2/.

Что касается временной отнесенности событий, о которых сообщалось в передачах, в большинстве случаев время действия конкретно определить было затруднительно, и мы фиксировали его как "неопределенное время действия" - 62,6%. Далее этот признак распределился следующим образом: определенное настоящее - 11,2%, неопределенное настоящее - 13,5%, будущее - 4,3%, прошлое - 7,5%. Следует отметить, что наиболее оперативными и конкретными оказались такие жанры как беседа, репортаж, комментарий и выступление. Именно в этих жанрах чаще всего указывалось конкретное время действия, рассказывалось о событиях, произошедших в недавнем прошлом или в момент трансляции передачи в эфир. Так, например, радиорепортаж, который является одним из наиболее специфических жанров радиожурналистики - в высшей степени оперативный жанр. Его уникальное свойство проявляется в том, что о событии рассказывается в момент его свершения, рассказывается "наглядно", с использованием средств звуковой выразительности. В нашем анализе передачи именно этого жанра чаще всего рассказывали о событиях, происходящих "сейчас", "сегодня", "в этом году", "на этой неделе", "в этом месяце". Это относится также и к таким жанрам как оперативный комментарий, выступление.

/Распределение признака "время действия" см, в табл. 3/.

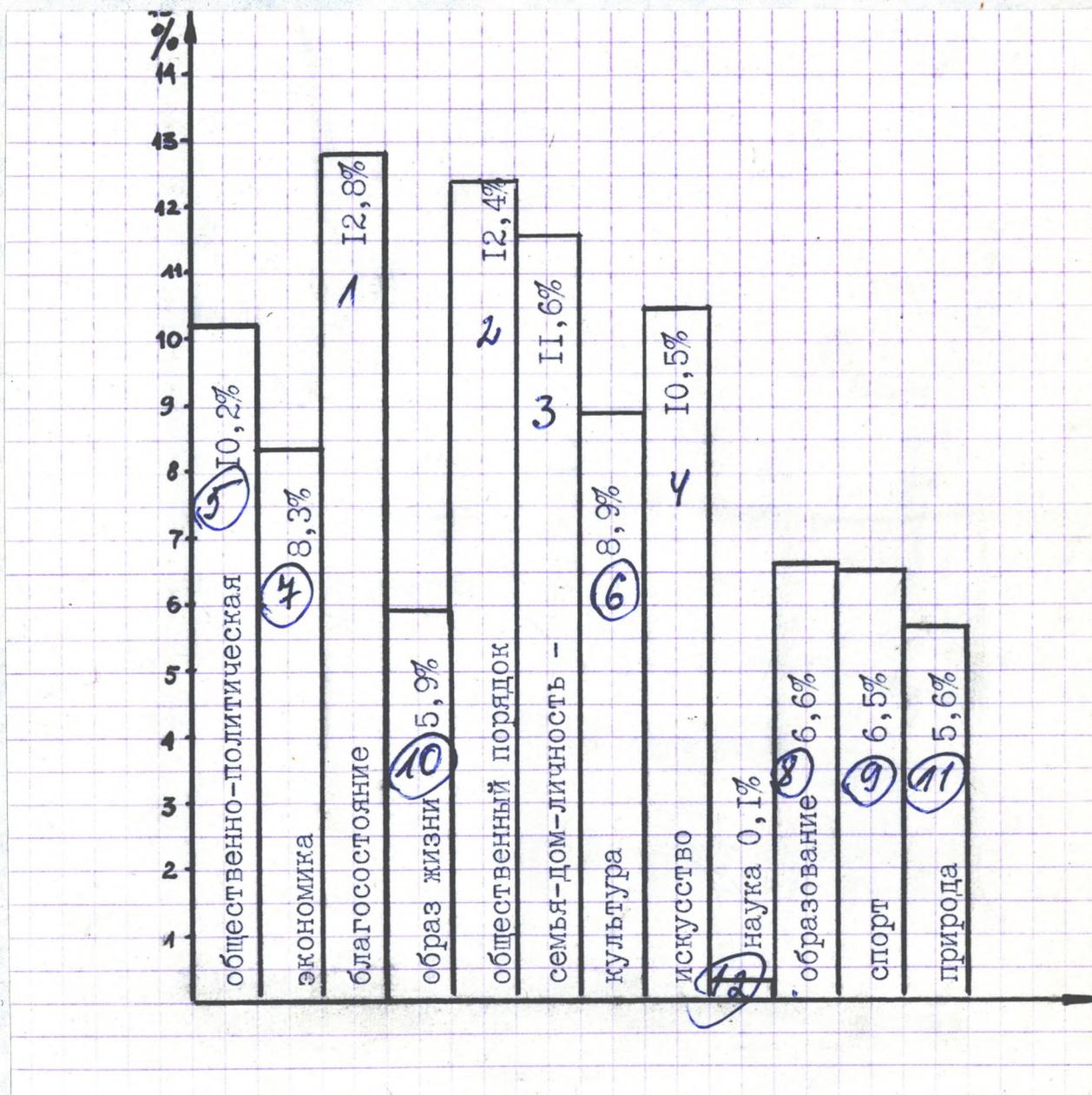
Наиболее "популярными" в радиопередачах оказались следующие темы: благосостояние - 12,8% от общего количества передач, общественный порядок - 12,4%, семья-дом-личность - 11,6%, искусство - 10,5%. В рамках общественно-политической темы чаще всего говорилось о военной тематике /область - армия/, административном руководстве, деятельности профсоюза, народного контроля. В рамках темы экономика наиболее актуальными оказались вопросы строительства, промышленности, общие проблемы развития экономики. Коммунальное хозяйство, обслуживание, здравоохранение - круг вопросов, освещаемых в рамках темы благосостояние. Проблемы образа жизни ставятся чаще всего в связи с модой, свободным временем человека. Сравнительно мало говорилось о традициях и нравах, вопросах морали. В рамках темы общественный порядок наиболее актуальными оказались общие проблемы общественного правопорядка, проблемы дорожного движения, алкоголизма. Тема семья-дом-личность представлена сообщениями о личной жизни человека, его характером, проблемами, связанными с воспитанием детей. В сообщениях на тему культуры предпочтение было отдано вопросам самодеятельности, кино и фольклора, очень мало говорилось о деятельности институтов массовой коммуникации - печати, радио, телевидения. Тема искусство: о литературе и в частности об эстонской литературе сообщалось крайне мало в рамках данной темы, большее количество сообщений было посвящено вопросам музыки, театра, эстонского театра в том числе. Тема наука в анализируемом массиве передач была представлена всего лишь двумя сообщениями, т.е. практически отсутствовала. Образование: внешкольная работа, общее образование. В рамках темы спорт рассматривались такие проблемы - проблемы массового спорта, спортив-

ных соревнований. О природе чаще всего говорилось в связи с проблемами взаимоотношения "человек - природа", рассказывалось об окружающей нас среде и пр.

В целом картина тематического содержания передач выглядит следующим образом: проблемы армейской жизни, войны и мира; организационные вопросы в области строительства, проблемы материального стимулирования, организационные вопросы в области промышленного производства; правовые проблемы в сфере обслуживания, организационные вопросы в области коммунального хозяйства; психологические проблемы, связанные с модой, организация свободного времени человека; проблемы преступности, правовой пропаганды, безопасности движения; психологические проблемы личности, характер человека; организация самодеятельности, проблемы творчества в области кино, музыки, театра, эстонского театра; вопросы внеклассной воспитательной работы, проблемы учебного процесса в школах, профтехучилищах; организация массового спорта, результаты спортивных соревнований; проблемы законности в отношении человека к природе, проблемы охраны природы, социально-психологический аспект взаимоотношения "человек - природа".

Следует отметить, что почти во всех темах ведущее место занимают организационные проблемы, много говорилось также и о психологических проблемах в различных сферах общественной жизни / экономика, благосостояние, общественный порядок, семья-дом-личность, актуальной оказалась и правовая проблематика, а также проблемы, связанные с нарушением норм поведения / образ жизни и общественный порядок/. Процентное распределение проблематики по темам см. в приложении 2.

Распределение тематики радиопередач.



Наличие так называемых "проблемных передач" /т.е. передач, в которых ставятся конкретные проблемы или конкретно говорится о существующих проблемах/ в целом оказалось весьма незначительным: они составили всего лишь 21,1% от общего количества передач, вошедших в анализ. В большинстве же случаев о существующих в той или иной сфере общественной жизни проблемах не говорится или сообщается абстрактно, не раскрывая при этом в чем суть проблемы. Наиболее "проблемными" оказались передачи, освещающие темы "благополучие", "общественный порядок" и "образ жизни", а наиболее "благополучными" /где менее всего оказалось проблем/- образование, семья-дом-личность. /См. табл. 4/.

Наличие проблем от общего количества передач /в %/

Наличие проблем по темам сообщения /в %/

Проблема есть - 12,6%

общественный порядок - 23,2%
 благополучие - 22,9%
 образ жизни - 9,5%

Проблема была - 2,2%

благополучие - 24,2%
 экономика - 21,0%
 общественный порядок - 22,6%

Проблем несколько - 0,7%

экономика - 40%
 культура - 20%
 семья - 15,0%

Проблема может возникнуть - 0,5%

благополучие - 46,7%
 образ жизни - 40,0%
 общественно-политич. - 6,7%

Проблем нет, все хорошо - 5,4%

благополучие - 19,3%
 семья - 18,6%
 образ жизни - 12,1%

меры!

О конкретных мерах по разрешению проблем и конфликтов в передачах сообщалось крайне мало - всего 4,1% передач от их общего количества содержали высказывания подобного рода /меры принимаются - 1,0%, меры были приняты - 1,0%, меры предлагаются - 0,7%, меры принимаются, но они неэффективны - 0,5%, меры не принимаются - 0,4%/. Большинство высказываний о соответствующих мерах относятся к темам благополучие и экономика. Также мало говорилось в передачах и о тех, кто принимает меры или ответственен за принятие мер и решение проблем 4,1% передач от их общего числа/: административный орган - 0,9%, общественная организация - 0,9%, сама личность - 0,6%, должностное лицо - 0,5%, институция - 0,5%, трудовой коллектив - 0,4%, государственный орган - 0,2%.

УРОВНИ:

Из 12 уровней сообщений в анализируемых передачах было использовано 10 - отсутствуют уровни "зарубеж" и "глобальный". Большинство сообщений относятся к уровням "роль" - 17,2%, "группа" - 15,9%, "учреждение" - 15,8%, что соответствует полученным данным по категории "герой сообщения" - как правило, в передачах речь идет не о человеке вообще, абстрактном человеке, а о конкретной личности, включенной так или иначе в общественное производство и выполняющей вполне определенную социальную функцию. Показатель уровня "ценности, оценки" составил 8,9% / пятое место/, однако, сообщения этого уровня относятся преимущественно к темам "культура" и "искусство", что вполне закономерно, но тем не менее не должно исключать наличие различного рода ценностных и оценочных суждений для освещения таких важных с идеологической и воспитательной точки зрения тем, как общественно-политическая, образ жизни, благополучие, семья-дом-личность.

Ниже приводятся данные интенсивности использования того или иного уровня для освещения различных тем.

Уровень сообщения /% от общего количества передач/	Количество в ед. анализа	Интенсивность использования по темам
I. первичные потребности / I,2%/	34	благосостояние, семья
2. индивид, личность /II,8%/	327	семья, образ жизни, общественный порядок
3. роль /I7,2%/	476	общественный порядок, общественно-политическая тема, искусство
4. группа /I5,9%/	439	образование, общественно-политическая, семья
5. предметная среда /0,8%/	23	благосостояние
6. учреждение /I5,8%/	436	благосостояние, общественный порядок, экономика
7. Эстония /I,6%/	43	культура, природа
8. СССР /0,8%/	21	общественно-политическая, природа
9. оценки, ценности /8,9%/	246	искусство, культура
10. знания /5,8%/	159	искусство, общественный порядок, природа

11,8
1,2

130
17,2

15,9
0,18

16

В качестве дополнительной задачи данного этапа исследования являлось рассмотрение распределения ряда признаков анализа в зависимости от редакции, являющейся автором передачи. Ниже мы рассмотрим некоторые данные по основным категориям анализа по трем редакциям: общественно-политической, молодежной и редакции обменных передач.

Передачи общественно-политической редакции составили 49,4% от общего количества проанализированных нами передач, молодежной - 40,4% и редакции обменных передач 10,2%. Большинство передач общественно-политической редакции были подготовлены журналистами - 57,0%, 41,1% - коллективом редакции и 1,9% - специалистами. Из передач молодежной редакции, наоборот, большинство составляют передачи, подготовленные всем коллективом - 64,7%, 35,3% - журналистами. Все передачи редакции обменных передач были подготовлены журналистами.

ЖАНРЫ!

Наиболее широкий охват жанров радиожурналистики был представлен в передачах общественно-политической редакции и молодежной, в передачах обменной редакции было зафиксировано использование трех жанров - рассказа, выступления и беседы.

Из числа выступающих у микрофона лиц в передачах общественно-политической редакции большинство составили руководители среднего звена /28,1%/ и специалисты / 20,5%/, за исключением самих журналистов-выступающих; в передачах молодежной редакции, помимо вышеуказанных групп, 12,5% выступающих составили учащиеся/руководители среднего звена - 18,6%, специалисты - 15,5%. В передачах редакции обменных передач большинство выступающих оказались представителями творческой интеллигенции - 36,7%, руководители среднего звена - 33,1% и сами журналисты - 30,3%. Других выступающих у микрофона лиц в передачах данной редакции за-

фиксировано не было.

География сообщений наиболее полно представлена в передачах молодежной редакции, в которых помимо Эстонии, сообщения локализовались географически и в СССР, в социалистических и капиталистических странах, всех странах мира - соответственно: 77,4%, 14,5%, 0,1%, 2,1%, 0,2%.

Здесь же наиболее широко представлена и демография сообщений - из 7 признаков данной категории /"место действия"/ в передачах молодежной редакции охвачено 6.

Демографическое место действия в сообщениях.

Редакция	Место действия / %% /						
	столица	город	край	область	район	райцентр	село
общест.-пол.	65,6	1,1	-	-	0,7	0,1	0,8
молодежная	57,8	11,3	0,2	0,1	2,2	0,2	-
обменных	37,7	9,3	-	-	21,4	-	-

Наиболее "проблемный" оказались передачи общественно-политической редакции - 30,3% передач, подготовленных данной редакцией содержали упоминания о проблемах вообще / сюда входят и "оптимистические" высказывания типа "сейчас проблем нет, все хорошо"/, из этого количества 24,1% передач сообщали о существовании острых проблем и конфликтов. По другим редакциям данные следующие: проблемы есть - молодежная редакция - 8,3%, обменная - 8,6%, проблем нет, все хорошо - молодежная - 4,3%, обменная - 2,8%, общественно-политическая - 6,2%.

Темы: Теперь о тематике передач. Большинство сообщений в передачах общественно-политической редакции посвящались вопросам общественного порядка, семьи и благополучия. Передачи молодежной

редакции рассматривали проблемы общественно-политической тематики, образования, искусства, спорта, экономики. В сообщениях обменной редакции большей частью освещались вопросы искусства, культуры, благосостояния. Ниже приводится тематика сообщений в зависимости от редакции, подготовившей передачу.

Тема сообщения	Редакции		
	общественно-полит.	молодежная	обменная
общественно-полит.	4,2%	19,4%	2,8%
экономика	6,9%	12,2%	-
благосостояние	18,0%	3,2%	25,3%
образ жизни	8,9%	1,1%	11,0%
общественный порядок	23,5%	2,1%	-
семья-дом-личность	17,1%	6,5%	6,1%
культура	7,0%	7,0%	25,6%
искусство	0,3%	18,6%	28,5%
наука	0,1%	-	-
образование	1,3%	14,7%	-
спорт	1,0%	14,8%	-
природа	11,4%	-	-

Как указывалось выше, 55,7% всех проанализированных передач имеют своего конкретного героя, из их числа 23,3% составляют передачи, имеющие своего героя, которые были подготовлены общественно-политической редакцией, 16,7% - молодежной и 4,3% - редакцией обменных передач. Среди героев передач общественно-политической редакции большинство составляет "абстрактный герой" - "человек вообще, каждый из нас" - 11,6%, учащиеся - 6,8%, руководители среднего звена - 5,6%. Наиболее широкий охват индикатора

торов данной категории был представлен в передачах молодежной редакции, в которых в качестве героя выступали представители всех перечисленных нами социальных групп и институтов. Чаще всего героями передач становились учащиеся - 10,1%, специалисты - 5,4%, дети - 3,2%, общественные организации - 3,0%. В передачах редакции обменных передач в качестве героев чаще всего выступают представители творческой интеллигенции - 22,4%, общественные организации - 10,0% и человек вообще - 4,3%.

Большинство сообщений передач общественно-политической редакции относятся к уровню "индивид-личность" и "роль", молодежной - "группа" и "роль", обменной - "учреждения", "ценности".

Уровень сообщений в передачах.

Уровень %%	Редакция		
	общественно-полит.	молодежная	обменная
первичные потребн.	2,0%	0,5%	0,4%
индивид-личность	16,5%	8,2%	3,9%
роль	15,3%	20,0%	15,7%
группа	10,5%	24,2%	8,9%
среда	0,4%	0,2%	5,7%
учреждение	19,8%	10,4%	17,8%
Эстония	1,9%	0,7%	3,2%
СССР	0,7%	0,8%	0,7%
ценности-оценки	5,3%	11,1%	17,4%
знания	4,0%	7,9%	5,7%

Прямое, непосредственное обращение ко слушателю встречалось чаще всего в передачах молодежной редакции.

Заключение.

Пробный контент-анализ передач редакции вещания Эстонского радио на русском языке показал, что в передачах данной редакции довольно широко освещается жизнь нашей республики, разнообразна и актуальна проблематика тематических передач. Большинство передач имеют своего конкретного героя, в качестве которого в равной мере выступают представители коренной национальности республики, так и представители других национальностей, что может служить одним из показателей меры осуществления данным каналом массовой информации одной из важнейших функций СМК - интегративной. Однако большинство героев передач по социальному статусу относятся к представителям руководящих кадров, творческой интеллигенции и специалистам, в то время как портретов рядовых тружеников встречается довольно мало. В равной мере это относится и к выступающим у микрофона лицам, среди которых также большинство составляют руководители среднего звена, представители творческой интеллигенции и специалисты. Выступающих-рядовых тружеников оказалось еще меньше, чем героев-рядовых тружеников - 1,2% и 2,1% соответственно.

Географически жизнь нашей республики в радиопередачах ограничивается Таллином и рядом других наиболее крупных городов республики, показ жизни на селе практически отсутствует. В ряде случаев было затруднительно точно определить проблематику сообщения по той или иной теме, когда, например, говорится в общем о промышленности, управлении и пр. Незначительным оказалось коли-

чество так называемых проблемных передач, о проблемах говорится мало, а если и говорится, то большей частью абстрактно, без указания сути, причин и возможных решений.

Некоторая неопределенность сообщений выявилась в ходе рассмотрения категории "время действия" - в большинстве случаев /62,6%/ оно было неопределенным.

Что касается тематики сообщений, то, как указывалось выше, она довольно широка и разнообразна. Однако весьма серьезные сомнения могут возникнуть по поводу целесообразности такого широкого отражения жизни нашей республики в передачах данной редакции. Во-первых, не исключена возможность такого положения, когда говорится "обо всем по-немногу", т.е. фактически ни о чем. Вполне вероятно, такое положение уже существует в настоящее время, о чем, во всяком случае, свидетельствуют данные - некоторая неопределенность при освещении ряда тем, без указания конкретной проблематики, конкретного времени, героя, проблем. Тема наука в проанализированных нами передачах практически отсутствует. Большая насыщенность некоторых текстов какой-либо темой / в равной мере как и ее полное отсутствие/ может являться давлением самой реальности или выражением каких-либо специфических интересов коммуникатора. В данном случае наиболее вероятно, что практически нет возможности "объять необъятное" - т.е. охватить все стороны общественной жизни без исключения, поскольку время в эфире передач данной редакции крайне ограничено - 1,5 часа - 2 часа в сутки. Во-вторых, вопрос о целесообразности такого широкого охвата в радиопередачах общественной жизни встает еще и в связи с тем, что с этой задачей довольно успешно справляются местные газеты на русском языке, во всяком случае, по предварительным данным контент-анализа газет "Ноорте

Хяэль" и "Молодежь Эстонии" за период с 19 по 24 апреля нынешнего года тематическое содержание газеты "Молодежь Эстонии" было следующим: общественно-политическая тема - 29,1%, культура - 18,1%, спорт - 12,1%, экономика - 11,9%, образование - 10,7%, благосостояние - 4,4%, образ жизни - 3,8%, наука - 3,1%, семья - 2,7%, общественный порядок - 2,4%, природа - 1,4%.

О проблеме дублирования / особенно функционального дублирования / друг друга отдельными источниками информации довольно много пишется в публикациях последних десятилетий, посвященных исследованиям процесса массовой коммуникации. Как известно, печать, радио и телевидение выполняют в обществе различные функции, при этом каждому из средств "удаются" в большей степени одни и в меньшей другие. Существует как бы своя иерархия этих функций для каждого средства МК. Реальные функции какого-либо канала информации представляют собой некоторое слагаемое от целей, которые ставит перед собой редакция и реального потребления материалов этой редакции аудиторией, ведь часто сама аудитория "корректирует" функционирование какого-либо средства. Учет специфики выразительных средств радио, специфики местного канала информации, четкое осознание тех функций, которые призван осуществлять именно данный канал МК, а также исследования слушательской аудитории, ее реального коммуникативного поведения - необходимые условия для того, чтобы избежать возможность дублирования друг друга различными средствами МК. Поэтому наряду с проведением контент-аналитических исследований содержания радиопередач редакции вещания Эстонского радио на русском языке, правомерно поставить вопрос и о проведении исследований по изучению слушательской аудитории, являющейся многонациональной по своему составу и разнообразной по социально-демографи-

ческим признакам.

Как уже отмечалось, контент-анализ можно проводить по письменным текстам передач и параллельно передаче из эфира, что является более трудоемким способом. При анализе передач по письменным текстам исследователь имеет возможность возвратиться к какой-либо части текста для повторного прочтения, что позволяет более точно определять индикаторы категорий анализа, а это во многом повышает надежность исследования. Поэтому оформление текстов передач, условия их хранения имеют большое значение для контент-аналитического исследования. С трудностью такого рода мы столкнулись на начальном этапе исследования, когда проводилась выборка текстов для анализа.

КОДИРОВОЧНАЯ ИНСТРУКЦИЯ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА ПЕРЕДАЧ ЭСТОНСКОГО РАДИО НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ.

Категории первого уровня.

1. Номер передачи

2. День трансляции (1-7)

3. Редакция:

1 - общественно-политическая

2 - молодежная

3 - литературная

4 - обменных передач

3 4. Начало передачи /час/

4) 5. Начало передачи /мин/

5) 6. Продолжительность передачи

6) 7. Автор передачи:

1 - журналист

2 - специалист

3 - коллектив

4 - другие

7) 8. Автор передачи: Пол:

1 - мужской 18,0

2 - женский 36,9

0 - группа, коллектив

8) 9. Музыкальное оформление:

1 - есть 66,0

2 - нет 34,0

9) 10. Жанр самостоятельных частей передачи:

1 - рассказ, повествование 6,0

2 - выступление 10,1

понедел. - 12,7
 втор. - 12,3
 среда - 16,9
 четв. - 13,2
 пятн. - 19,5
 суб. - 8,4
 воск. - 16,6

корреспондент

музыка
 без
 голоса
 инф.

1. муз. вокальн
 2. песни
 3. голоса
 4. инф.

- 3 - комментарий 4,1
- 4 - интервью 6,9
- 5 - беседа 41,6
- 6 - репортаж 8,8

- 7 - очерк 6,3
- 8 - зарисовка 0
- 9 - информация 12,3
- 10 - разное 11,4

100%

10) II. Выступающий /лицо, делающее сообщение/:

- I - рядовой труженик 2,4
- 2 - специалист 8,7
- 3 - творческий интеллигент 11,4
- 4 - научный работник 4,5
- 5 - руководитель среднего звена 18,1
- 6 - руководитель высшего звена 5,0
- 7 - пенсионеры, домохозяйки 0
- 8 - диктор, редактор 11,9
- 9 - журналист, корреспондент 31,3
- 10 - ребенок 0
- II - учащийся 44,13
- III - нельзя определить социальную принадлежность по тексту /просто человек, житель города, прохожий и пр. / 1,6

11 - фотосъемка - 0,9

12 - фотосъемка с объективом - 12,3

13 - фотосъемка с объективом - 11,4

Военнослужащие...

1. неработ. пенсион.
2. раб. тожд. или др. усл.
3. раб. с/х
4. студент, учаш.
5. учитель-воспит., проф. буф.
6. культ. раб.
7. мед. раб.
8. научн. раб.
9. служ. админ. раб.
10. инж.-техн. раб.
11. рабочий
12. диктор
13. журналист
14. ребенок

11) I2. Пол выступающего:

- I - мужской 98,6 68,7
- 2 - женский 30,7
- 0 - не определить по тексту 0,6

12) I3. Выступление:

- I - на русском языке 99,6
 - 2 - на эстонском языке 0,4 (с переводом)
 - 3 - универс.
- 31,3*
11,9
43,2

Категории второго уровня.

13) 14. Географическая локализация - фиксируется по упоминаниям географических названий в сообщении:

- I - Эстония *82,1*
- 2 - СССР, *наша страна 10,8*
- 3 - другие республики *0,9*
- 4 - зарубеж *0,8*
- 5 - социалистические страны *0,2*
- 6 - капиталистические страны *0,8*
- 7 - развивающиеся страны -
- 8 - *(все)* страны мира, *весь мир 0,2*
- 9 - весь земной шар, вся планета Земля -
- 10- космос -
- 11- *моря* мировой океан, *0,6*
- 12-неопределенная *3,3*

14) 15. Географическая локализация по Эстонии:

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------|
| <i>5,5</i> 1 - Хаапсалу <i>р-нов</i> | II - Рапла |
| <i>1,7</i> 2 - Харью | I2 - Тарту |
| <i>0,23</i> 3 - Хийумаа | I3 - Валга |
| 4 - Йыгева | I4 - Вильнди |
| 5 - Кингиссепп | I5 - Выру |
| 6 - Кохтла-Ярве | I6 - Нарва |
| 7 - Пайде | <i>17 - Эстония в целом</i> |
| 8 - Пыльва | 0 - не говорится конкретно |
| 9 - Пярну | или не определить |
| 10- Раквере | |

14) I5. Географическая локализация по СССР:

- | | |
|------------------|-----------------|
| I - РСФСР | 2 - Украина |
| 3 - Белоруссия | 4 - Латвия |
| 5 - Литва | 6 - Узбекистан |
| 7 - Туркмения | 8 - Таджикистан |
| 9 - Казахстан | 10 - Киргизия |
| 11 - Армения | 12 - Грузия |
| 13 - Азербайджан | 14 - Молдавия |

I5- автономные республики

16 - наша страна в целом

0 - не определить или конкретно не говорится

15) I6. Локализация демографически:

I - столица 47,2

2 - город 9,3

3 - край 0,2

4 - область 0,8

5 - район 5,7

6 - районный центр —

7 - деревня, село, поселок 4,5

0 - не определить, не говорится конкретно 32,2

16) I7. Локализация институционально/ фиксируется по упоминаниям конкретных социальных институций, где происходит какое-либо действие/. Введена для четкого разграничения сферы и места действия/например, автор может находиться на промышленном предприятии, а тема беседы может относиться к общественно-политической сфере - например, комсомольская жизнь/.

тп

- 5 -1) парт., сов., комсомо., профсо. и другие организации управляемые и админ. органами, вер. минист., вер.

2,2 } I - государственный, партийный орган
2 - административный орган / сюда входят исполкомы, Верховный Совет, Верховный суд и пр./

- 2) 3 - общественная массовая организация - профсоюз, комсомол, ДОСААФ и пр./

9,7 } 4 - промышленное предприятие, объединение

0,1 } 5 - агропромышленный комплекс, подсобные вспомогательные хозяйства

3,8 } 6 - предприятия транспорта, связи, порт

0,7 } 7 - строительные организации, стройки

4,4 } 8 - с/х предприятия, хозяйства (колхозы, совхозы и др.)

1,5 } 9 - предприятия торговли, и

10 - предприятия обслуживания (общ. пит., дол. усл., пещ. - коллектив, * 0,7 - 0,4)

4,8 } 10) II - культурное учреждение

- 11) I2 - отраслевые институты, проектные институты, плановые организации

0,1 } 12) I3 - научно-исследовательские учреждения

- 13) I4 - институты массовой коммуникации

4,8 } 14) I5 - вузы, школы, техникумы, училища

1,3 } 15) I6 - дом, семья

16) I7 - детские учреждения

17) I8 - армия

1,3 } 18) I9 - предметное окружение /город, улица/

2,9 } 20 - природное окружение /парки, зоопарки, заповедники, дачи и пр./

0,9 } 21 - различные общества, клубы по интересам, кружки

0,4 } 22 - другие

0 - не определить 60,9

0,1 } 9) ученик. ИТ-ИИ здравоохранения (больн., колхоз, семья)

20)

21. Временная отнесенность событий:

- 23,2 1 - неопределенное время 62,6
- 0,1 2 - прошлое - 18 - 19 век 0,1
- 0,8 3 - начало века и до 1917 года 0,3
- 1,7 4 - 1917 - 1940 годы 0,9
- 0,1 5 - 1941 - 1945 г.г. 1,3
- 0,7 6 - послевоенное время до 60-х годов 0,5
- 1,2 7 - 1960-е годы 1,0
- 0,8 8 - 1970-е годы 0,7
- 0,6 9 - 1981-1985 г.г. 2,4
- 16,4 10 - прошлое (прошлый год, неоп. прошлое) *неравно*
- 1,2 10 - 1986 год / когда он назван конкретно / 1,3
- 27,9 12 - неопределенное настоящее 13,5
- 0,6 13 - этот месяц 0,5
- 0,3 14 - эта неделя 0,1
- 0,1 15 - вчера 0,1
- 9,3 16 - сегодня 2,5
- 3,5 17 - сейчас 6,7 *(происше через время сейчас сейчас)*
- 0,4 18 - завтра 0,1
- 0,1 19 - на следующей неделе -
- 0,2 20 - в следующем месяце 0,2
- 0,6 21 - в следующем году -
- 7,6 22 - в ближайшем будущем 3,8
- 23 - в далеком будущем 0,2
- 2,3 24 - проходящее через несколько временных отрезков 0,8

62,6
13,5
76,1

18
20

- 1 - 6,7
- 2 - 36,5
- 3 - 8,8
- 4 - 1,3
- 5 - 1,6
- 6 - 4,5
- 7 - 3,7
- 8 - 18,8
- 9 - 2,2
- 10 - 8,4
- 11 - 1,9
- 12 - 5,5

- 1 -

1. - ...

2. - ...

3. - ...

4. - ...

5. - ...

6. - ...

7. - ...

8. - ...

9. - ...

10. - ...

11. - ...

12. - ...

- 21 22. Сфера деятельности / тема/
- 22 23. Область деятельности
- 23 24. Проблематика

I. ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ СФЕРА:

испытание,

1/ Идеология - марксистское мировоззрение, теория марксизма, классики марксизма, их деятельность; деятельность КПСС, КПЭ, компартий других стран, рабочих партий, партийная работа, партийное воспитание, идейно-политическое воспитание трудящихся, коммунистическая идеология, революционные традиции, немарксистская идеология, буржуазные партии.

2/ Партийное ^{работа,} руководство - рассказ о деятельности ^{профсоюзное движение} КПСС, КПЭ, местных партийных организаций в области руководства / в том числе и руководства производством/. *сфера, шенури*

3/ Административное руководство - деятельность Совета Министров, Верховных Советов, исполкомов, СНД, работа депутатов в области административного руководства и т.п.

4/ Комсомол ^{молодежь, организации} - деятельность ВЛКСМ и ЛКСМЭ на всех уровнях, рассказ о прошлом и настоящем комсомола, традициях и пр.

5/ Профсоюз, народный контроль - деятельность соответствующих органов, профсоюзное движение, деятельность народных контролеров. *проблемы войны и мира, сфер.*

6/ Армия - войска, вооружения, армейская жизнь, патриотическое воспитание, военные столкновения и пр.

7/ Общие вопросы

8) общественно-рабочая

Эд.

Проблематика: I - ^{0,3} политические проблемы, 2 - ^{0,6} идеологические
 3 - ^{0,7} экономические, 4 - исторические, 5 - материально-технические,
 6 - ^{0,6} организационные, 7 - ^{0,1} правовые, 8 - кадры, трудовые ресурсы,
 9 - ^{0,2} социальные, 10 - ^{0,3} этические, 11 - мир, войны,
 12 - ^{0,3} национальные, 13 - ^{0,1} отношения, 14 - результаты, 15 - психологические,
 16 - ^{1,1} другие

II. Экономика.

- 1/ Общие проблемы - общие проблемы развития экономики, показатели уровня развития и пр. *наиболее важные*
- 2/ Промышленность - производство, специфика различных отраслей производства, промышленных предприятий, продукция, достижения трудовые коллективы, социалистическое соревнование и пр.
- 3/ Агропромышленный комплекс - проблемы создания комплексов, подсобных хозяйств, их структура, деятельность и пр.
- 4/ Сельское хозяйство - лесное, рыбное и прочие хозяйства, достижения, продукция и пр. *совхозы, колхозы*
- 5/ Строительство - как предыдущие пункты *7) транспортная стр. кол. хозяйство*
- 6/ Транспорт, связь - как предыдущие пункты
- 7 8) Управление - деятельность плановых и финансовых органов, принципы планирования и управления, различные аспекты теории управления /сюда не входят рассказы о выполнении планов конкретными предприятиями/.
- 8) Энергетика - энергопромышленность, энергетический кризис, экономия энергии и т.п. *9) нефть, газовое хозяйство, гидро и пр. строительство*

Проблематика:

- I - материально-технические вопросы, *технология мех., автотранспорт, смежные вопросы*
- 2 - ресурсы, *экономика рес.*
- 3 - организационные, *условия*
- 4 - эффективность
- 5 - качество, *интенсификация (ускорение) процессов*
- 6 - социалистическое соревнование, *для стимул. адеж.*
- 7 - кадры, трудовые ресурсы
- 8 - материальное стимулирование, *стимул. польза*
- 9 - отношения, сотрудничество, *опыт*
- 10 - социальные *(условия)*
- II - психологические
- I2 - правовые
- I3 - производительность труда, показатели *оценка труд. дел.*
- I4 - трудовой процесс
- I5 - другие *продукция*

III. Благополучие.

1/ Общие проблемы - бытовое обслуживание, показатели благополучия, цели и намерения нашего общества в этой области и пр.

2/ Уровень жизни - прямое упоминание об уровне жизни, его показатели на конкретном уровне и т.п.

3/ Торговля *ЭРСПО, объединение магазинов, торговля, рынок, рынок*

4/ Обслуживание *Деятельность соответствующих органов, учреждений*

5/ Социальное обеспечение

6/ Коммунальное хозяйство

7/ Здравоохранение

8/ Детские учреждения

Проблематика:

1 - материально-технические проблемы, *условия труда*

2 - организационные

3 - ресурсы

4 - качество

5 - социалистическое соревнование

6 - трудовые показатели, *преимущество труда*

7 - работа сама, трудовой процесс, *условия труда*

8 - кадры, трудовые ресурсы

9 - материальное стимулирование, *материальная заинтересованность*

10- отношения, сотрудничество

11- правовые

12- социального ^{или} развития

13- психологические

14- политические

15- здоровье, *профит., пропаганда меж. знаний*

16- другие

IV. Образ жизни.

- 1/ Общие вопросы - рассказ об образе жизни вообще, теоретические проблемы образа жизни, сравнение различных стилей и образов жизни.
- 2/ Поведение, общение - общение людей, межличностные отношения, культура поведения и пр.
- 3/ Мораль ^{цели} - нравственные нормы поведения личности, оценка чего-либо с точки зрения морали, нравственности.
- 4/ Нравы, традиции - упоминание об обычаях, традициях, нравах, обрядах, национальных особенностях, пр.
- 5/ Мода - одежда, проявления моды, этические проблемы, связанные с модой и др.
- 6/ Свободное время, увлечения, хобби - все, что с этим связано.

Проблематика:

- I - материальные вопросы
- 2 - организационные
- 3 - воспитательные
- 4 - изменение морали и образа жизни
- 5 - преемственность и развитие
- 6 - нормы, ценности
- 7 - проблемы молодежи
- 8 - проблемы престарелых
- 9 - склонность к нарушению норм поведения
- 10- другие
- II- психологические
- I2- социальные

У. Общественный порядок.

1. Общие проблемы - выполнение требований законодательства и общественного порядка, деятельность органов милиции в этой области, судов, их функции и пр.
2. Юридические проблемы - юридические консультации, их деятельность, правовая пропаганда, правовые нормы, их выполнение, нарушения и пр.
3. Дорожное движение - правила движения, их соблюдение, пропаганда правил движения, поведение пешеходов, несчастные случаи на дороге и пр.
4. Гражданская оборона - деятельность соответствующих органов, пропаганда соответствующих знаний, занятия по гражданской обороне и пр.
5. Несчастные случаи - пожары, несчастные случаи на воде и пр. /кроме дорожных происшествий, которые заносятся в графу "дорожное движение"/.
6. Алкоголизм - алкоголизм, как социальное явление, проблема пьянства, профилактическая работа по предупреждению алкоголизма и пр., борьба за трезвость.

Проблемы:

- 1 - правовые
- 2 - правовая пропаганда
- 3 - деятельность милиции, судов, народной дружины, комиссий, общественных инспекторов, обществ
- 4 - профилактика защиты правопорядка
- 5 - профилактика безопасности движения, слотри, месячники и пр.
- 6 - применение санкций
- 7 - отклонения от норм поведения
- 8 - преступность
- 9 - социальная активность
- 10 - психологические
- 11 - организационные
- 12 - другие
- 13 - медицинские

УІ. Семья - дом - личность.

1. Общие вопросы - общие высказывания о семье, как социальном институте, значение семьи в различных странах и в различные эпохи, демографические проблемы, в которых играет роль и семья.
2. Личная жизнь ^{смерть} - жизненный путь человека, становление личности, биографические данные и пр. ^{трудовой путь}.
3. Дружба, любовь - эмоциональная сторона взаимоотношений между людьми, интимные отношения, эмоциональная жизнь человека, пр.
4. Семья, дом - проблемы брака, совместная жизнь, семейные радости и огорчения, семейные традиции, распорядок жизни, домашние занятия /на конкретном уровне- если высказывания общие то заносить в графу "общие вопросы"/.
5. Дети - обязанности родителей в отношении детей, основные принципы воспитания, взаимоотношения "родители - дети".
6. Характер человека - характер, цели, интересы и пр.
7. Свободное время - личное свободное время, его организация .

Проблемы:

- 1 - материальные (*экология, бережливость*)
- 2 - организационные
- 3 - социальные
- 4 - проблемы развития личности
- 5 - проблемы воспитания, общения
- 6 - психологические
- 7 - нормы, ценности
- 8 - взаимоотношение поколений
- 9 - проблемы преемственности, развития
- 10- сексуальная жизнь
- 11- другие
- 12- здоровье

УИІ. Культура.

1. Общие вопросы - общее развитие культуры, уровень развития культуры, что есть культура и пр.
2. История - рассказ об исторических событиях, историческое прошлое, знаменательные даты и пр.
3. Кино - производство фильмов, артисты кино, режиссура, посещение кинотеатров и пр.
4. Музеи, библиотеки - деятельность музеев / кроме художественных - их занести в раздел "искусство"/, выставки, деятельности библиотек, читатели, чтение литературы и пр.
5. Самодеятельность - культурно-просветительная работа, самодеятельные кружки, деятельность соответствующих организаций и учреждений, хоровые кружки, общества и пр.
6. Печать, радио, ТВ - деятельность соответствующих институций, проблемы, с ними связанные.
7. Фольклор - народное искусство, народное творчество, народные праздники. *традиции*
и народное прошлое

Проблемы:

- | | | |
|---|---|--------------------|
| I - материально-технические | 2 - организационные | |
| 3 - идеологические | 4 - связанные с историческим развитием, <i>традиции</i> | |
| 5 - кадры | 6 - качество | 7 - познавательные |
| 8 - творческие <i>фестивали</i> | 9 - психологические | |
| 10 - уровня общего культурного развития | | |
| 11 - распространения и потребления культуры | | |
| 12 - этики, эстетики, | | |
| 13 - политические | | |
| 14 - творческое сотрудничество, отношения | | |
| 15 - результаты | | |

16 - *другое*

УИИ. Искусство.

1. Общие вопросы - все, что касается искусства в целом, как одной из форм общественного сознания.
2. Театр - театр, драматургия, театроведение, зритель, актер, роль и пр.
3. Литература - литературоведение, литературные произведения, литературное творчество, писатели и пр.
4. Изобразительное искусство - живопись, графика, скульптура, акварель, художники, скульпторы, их деятельность, прикладное искусство / сюда относятся также и художественные выставки/.
5. Музыка - музыкальные произведения, музыканты, композиторы, исполнители, концерты, оперная драматургия, музыкальные инструменты и пр.
6. Эстонский театр - прошлое эстонского театра, деятельность театров сегодня / в том числе и гастроль / и пр.
7. Эстонская литература - то же, что в пункте 3.
8. Эстонское изобразительное искусство - то же, что в пункте 4.
9. Архитектура - архитектурные ансамбли, градостроительство и т.п.
10. Искусствоведение - общие проблемы искусствоведения, историческое наследие и т.п.

Проблемы:

- | | |
|--|---|
| I - материальные | 2 - организационные |
| 3 - идеологические | 4 - историческое наследие |
| 5 - кадры | 6 - качество |
| 7 - познавательные | 8 - творческие |
| 9 - психологические | 10 - уровня общего культурного развития |
| II - этики, эстетики | I2 - политические |
| I3 - распространения и потребления различных видов искусства | |

14 - другие

фото

аналог

развития

традиции

сознания

(творч. сфера)

IX. Наука.

1. Общие вопросы - общие вопросы истории развития науки, наука как таковая, ее значение и т.п. *симпозиум*
2. Наука и техника - связь науки с практикой, наука и производство, вклад науки в развитие производства, развитие техники, технические выставки, новые технологии и пр.
3. Гуманитарные науки - области исследований, достижения, события научной жизни в этой области.
4. Естествознание и точные науки - то же, что и "гуманитарные науки".

Проблемы:

- 1 - материально-технические
- 2 - организационные
- 3 - исторического развития
- 4 - познавательные
- 5 - творческие
- 6 - этические
- 7 - связанные с новым поколением
- 8 - социальные
- 9 - кадры
- 10- качество
- 11- психологические
- 12- политические
- 13- идеологические
- 14- научная работа сама, как процесс
- 15- отношения
- 16 - результаты
- 17 - *другие*

X. Образование.

1. Общие вопросы - уровень образования, общее развитие в области образования и просвещения.
2. Общее образование - общеобразовательные школы / в общем или на уровне конкретной школы/, обучение и воспитание в школе и др.
3. Среднеспециальное и профтехобразование - то же, что и в пункте 2.
4. ВУЗ-ы - проблемы вузовского образования, студенты, студенческая жизнь, учеба в вузе, другие занятия в вузе / кроме научной работы студентов, которая заносится в графу "наука"/.
5. Школьные строительные дружины и студенческие отряды - их деятельность, все, что с ними связано.
6. Внешкольная работа - свободное время учащихся, его организация, участие в кружках по интересам, в обществах, клубах.
7. Дошкольное воспитание - дошкольные детские учреждения, как воспитательные учреждения.

мофех. школа

Проблемы:

- | | |
|---|---|
| I - материально-технические | 2 - организационные |
| 3 - результаты | 4 - кадры |
| 5 - обязательное обучение | 6 - проблемы учебного процесса |
| 7 - выбор профессии, подготовка к профессиональной деятельности | <i>воспитание</i>
<i>проблема учебной работы</i> |
| 8 - внеклассная воспитательная работа | <i>вечер,</i> <i>встречи,</i> <i>соревн</i> |
| 9 - самоуправление | |
| 10 - проблемы стройотрядов | 13 - отношения |
| 11 - другие | 14 - политические |
| 12 - воспитание | 15 - социальные |
| | 16 - закон |
| | 17 - психологические |

школа и др.
практика

воспитание
проблема учебной работы

вечер, *встречи,* *соревн*

XI. Спорт.

1. Общие вопросы - о значении физкультуры и спорта в общем, их развитие, история, достижения в области спорта и пр.
2. Спортивные соревнования - спорт на высшем уровне, соревнования, рассказ о спортсменах и т.п.
3. Массовый спорт - массовые спортивные мероприятия, участие в них, их организация, деятельность соответствующих организаций в этой области.
4. Олимпиады - олимпийское движение, подготовка к олимпиадам, все, что говорится в связи с олимпиадами.
5. Туризм - деятельность различных организаций по развитию и пропаганде туризма, походы и пр.

Проблемы:

I - материальные

2 - организационные

3 - последствия, результаты

4 - спорт на высшем уровне

5 - развитие массового спорта и физкультуры

6 - молодое поколение и спорт

7 - пропаганда спорта

8 - медицинские

9 - этические

10- другие

11- политические

12- культурные

13- исторические

14- психологические

XII. Природа.

1. Общие вопросы - природа как самоценность, изменение природы на протяжении времени, значение для человека.
2. Окружающая среда - деятельность человека в окружающей среде, отношение человека к природе в ходе своей деятельности и пр.
3. Взаимоотношение "человек - природа" - эмоциональное отношение человека к природе, красота природы, природа как источник эстетических чувств, человек на природе /отдых, туризм, занятия - рыбная ловля, охота и пр./ *коррекционнороботские мероприятия*
4. Национальные парки, заповедники - рассказ о парках, зоопарках, музеях природы, о важности сохранения природы, деятельность соответствующих организаций.
5. Животный мир - рассказ о животном мире, растениях, рыбах и пр. /кроме домашних животных/.
6. Природные богатства - полезные травы, растения, использование их человеком.
7. Погода, времена года, погодные явления - все, что с ними связано.

8. Научный

исслед., влияние природы, как ферезицит, слияние, слияние

Проблемы:

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1 - материальные | 2 - ресурсы, средства |
| 3 - организационные | 4 - научные, научно-технические |
| 5 - исторического развития | 6 - законности |
| 7 - социальные | 8 - социально-психологические |
| 9 - этические, эстетические | 10 - познавательные |
- 11 - загрязнения природы, ее охрана, *деление*
- 12 - политические
- 13 - взаимопомощь, сотрудничество

14 - другие

4
25. Наличие ~~острых проблем и конфликтов~~:

проблемных ситуаций

- 0 - нет, не сообщается *87,6*
- 1 - проблема есть *9,8*
- 2 - проблем несколько, много *0,3*
- 3 - проблема/проблемы была / были *2,2*
- 4 - проблема может возникнуть *0,1*
- 5 - проблем нет, все хорошо -

25
26. Уровень проблем и конфликтов:

0 - 96,4

- I - личность *0,2*
- 2 - среда *0,2*
- 3 - институция (*б.г.г. отрасль нар.хоз.*) *2,3*
- 4 - личность - личность
- 5 - личность - группа
- 6 - личность - среда
- 7 - личность - институция *0,3*
- 8 - группа - группа
- 9 - группа - институция *0,3*
- 10 - группа - среда
- II - институция - институция *0,8*

3,5%

26
ст.
к-то
в
возникновения
уфактены?
названия
названия
~~*не названы*~~
0 - не названы
не названы

- I2 - институция - среда
- I3 - государство - государство

27) 27. Меры *28.*

- 0,2* I - меры не принимаются
- 0,2* 2 - меры принимаются /принимались/, но они неэффективны
- 1,2* 3 - меры принимаются
- 0,8* 4 - меры были приняты
- 0,2* 5 - меры будут приняты
- 1,7* 6 - меры предлагаются
- 0 - не сообщается *95,7*

28. Кто решает проблемы и принимает меры, от кого ожидается решение проблем и принятие мер:

- 1 - личность *1,1*
- 2 - должностное лицо *1,2*
- 3 - трудовой коллектив *0,3*
- 4 - государственный, партийный орган, профсоюз, комсомол, другие органы управления *0,6*
- ~~5 - административный орган~~
- 6 - институция в целом *0,4*
- 7 - общественная организация
- 8 - республика в целом *0*
- 9 - государство
- 10 - все мы, общественность *0,5*

29. Уровень сообщения:

- 0,2* I - первичные потребности
- 3,4* 2 - индивид, личность
- 12,7* 3 - роль
- 6,8* 4 - группа
- 1,1* 5 - предметная среда, *прир. среда*
- 23,06* 6 - учреждение
- 4,5* 7 - Эстония
- 2,6* 8 - СССР
- 0,2* 9 - зарубеж
- 0,4* 10 - глобальные
- 17,5* II - оценки, ценности
- 27,6* I2 - знания, информация
- ~~0 - не определить~~

~~30. Форма обращения к слушателю:~~

~~1 - непосредственное обращение к слушателю~~

~~2 - непосредственное обращение выступающего у микрофона к своему собеседнику~~

~~3 - опосредованное обращение к слушателю~~

Объяснение уровней.

Личностный

1. Первичные потребности - говорится о чем-либо в связи со здоровьем человека, пищей, одеждой, жильем и пр. на уровне первичных потребностей.
2. Индивид, личность - говорится о человеке как о личности, характер, интересы, духовные потребности, способности и пр.
3. Роль - деятельность человека на работе, дома, в местах, требующих принятия какой-либо роли / труженика, гражданина, родителя и пр/.

Среда

4. Группа - деятельность группы или в рамках группы, общение в группе, коллективе / в семье, как коллективе, в дружеской компании, в трудовом коллективе и пр/.
5. Предметная среда ^{среды} - человек и вещи, искусственное окружение человека, его воздействие на человека и пр.
6. Учреждение - говорится о чем-либо на уровне учреждения, предприятия.
7. Эстония - события, происходящие в республике, на уровне всей республики.
8. СССР - события в СССР, государственные проблемы, решения .
9. Зарубеж - то же о загранице
10. Глобальные - в глобальном масштабе
11. Ценности, знания - сообщения о чем-либо как о ценности, суждения, содержащие оценочный аспект.
12. Знания - передача фактических знаний о чем-либо.