

Анализ особенностей медиапотребления молодого поколения Нигерии

Научный руководитель – Якова Тамара Сергеевна

Данилина Илона Олеговна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

E-mail: danilina.ilona.olegovna@mail.ru

В работе представлены результаты исследования паттернов медиапотребления молодого поколения Нигерии. Методология исследования включала количественный анализ данных, полученных в результате проведенного с октября по декабрь 2024 года онлайн-опроса 649 нигерийских студентов из штата Огун (Университет Олабиси Онабанджо), штата Лагос (Университет Ковенанта), (Университет Августина в Иларе), (Университет Лагоса), штата Квара (Университет Илорина), (Государственный университет Квара), штата Кадуна (Университет штата Кадуна), федерального столичного округа Абуджи (Университет Абуджи), а также анализ открытых данных аналитических компаний.

Данные опроса студентов показали, что только $\frac{1}{4}$ часть медиапотребителей использует традиционные массмедиа для получения новостей, среди них самый малый процент голосов набрала пресса – 3,41%, далее следует радио, набравшее 8,78% голосов, наиболее востребованным традиционным медиаканалом стало телевидение, получившее 15% от общего числа голосов. Подавляющее число студентов – 72,74% – предпочитает получать новости посредством новых медиа.

Термин «новые медиа» применяется к определению широкой категории каналов коммуникации, использующих цифровые технологии и функционирующих в онлайн-пространстве. Однако, в контексте проведенного исследования определение «новые медиа» имеет более узкую трактовку и обозначает, прежде всего, традиционные медиа, выпускающие информационный продукт на сайтах в Интернете, в мессенджерах, социальных сетях, специализированных сервисах, транслирующих аудио- и видеоконтент, а также новые каналы коммуникации – новостные приложения, сайты и паблики, не имеющие физических аналогов в оффлайн среде.

Одной из ключевой причин предпочтения молодым поколением нигерийцев новых медиа является широкое распространение Интернета, который позволяет получить доступ к информационным каналам из любого местонахождения, в тот время как функционирование традиционных медиа в Нигерии зачастую ограничивается территориальными рамками штата. По данным аналитического сервиса Statista [1], количество мобильных подключений в Нигерии значительно возросло за последние семь лет – 2017 году их количество составляло 157,7 миллионов, а в 2024 – 205,4 миллиона, число, которое составляет 91% от общей численности населения Нигерии.

Опрос студентов показал, что большинство пользователей новых медиа – 56,99% – продолжают выбирать в качестве предпочтительных источников информации традиционные нигерийские медиа, адаптировавшиеся под онлайн-среду. Среди наиболее часто упоминаемых вебсайтов нигерийских газет оказались Punch (23,25%), Vanguard (17,65%) The Nation (12,9%); среди телевизионных компаний – Channels TV (41,09%), NTA (17,83%) и TVC (17,05%).

Стоит отметить, что практически половина интернет-пользователей – 43,01% – регулярно пользуется зарубежными СМИ для получения новостей об Африке, Нигерии и

других странах. В топ самых популярных вошли BBC (40,73%), CNN (33,62%), Al Jazeera English (25,65%).

Результаты, полученные в ходе опроса, подтверждаются данными аналитической компании Statista, опубликовавшей статистику по теме «Еженедельный охват телевидения, радио и печатных СМИ в Нигерии в 2023 году» [2], согласно которой в ТОП-10 популярных массмедиа по общему охвату СМИ вошли зарубежные медиа BBC (42%), CNN (37%), Al Jazeera (30%), нигерийские телеканалы Channels TV (48%), TVC news (37%), NTA (32%) и газеты The Punch (47%), The Vanguard (38%), The Guardian (34%), Daily Trust (30%).

Привлекательность зарубежного медиапродукта объясняется несколькими причинами. Во-первых, более усовершенствованным инструментарием для создания мультимедийного контента. Например, сайт BBC предоставляет аудиодорожки для прослушивания публикации, интерактивные карты, визуальные элементы, обладающие большей привлекательностью за счет профессиональной обработки на технически продвинутом оборудовании. Для сравнения, сайт газеты Vanguard, публикует только текст, фото и видео, при этом качество визуального контента уступает качеству зарубежного конкурента. Во-вторых, зарубежные СМИ не подвержены ограничениям на свою деятельность со стороны нигерийского правительства, поэтому в отличие от локальных массмедиа свободно освещают резонансные события в Нигерии. В качестве примера ограничений деятельности на работу нигерийских массмедиа со стороны правительства, стоит привести два события, вызвавших наибольший резонанс в журналистском сообществе: в 2020 году регуляторный орган СМИ Нигерии (NBC) оштрафовал медиа-организации за освещение протестов против жестокости полиции, а в 2021 году направил письмо вещательным станциям, требуя от них уменьшить освещение ухудшающейся ситуации в сфере безопасности в стране – разбушевавшегося бандитизма и действий исламистской террористической организации «Боко харам» [3].

В контексте последнего аргумента стоит привести результаты онлайн-опроса, касающиеся уровня доверия к местным и зарубежным СМИ. Респонденты определили свой уровень доверия к местным СМИ следующим образом: очень низкий – 4,44%, низкий – 4,97%, средний – 62,17%, высокий – 24,87%, очень высокий – 3,55%. При этом уровень доверия к зарубежным СМИ как: очень низкий – 4,37%, низкий – 5,42%, средний – 46,85%, высокий – 31,82%, очень высокий – 9,62%. Результаты опроса показывают, что респонденты испытывают больше доверия к зарубежным массмедиа.

Основные выводы исследования: самым популярным источником информации являются новые медиа, среди них стоит выделить две категории – зарубежные новостные сайты и традиционные медиа Нигерии, в частности газеты и телевизионные каналы, которые смогли адаптироваться в онлайн-среде, при этом уровень доверия к информационным продуктам зарубежных СМИ превышает уровень доверия к локальным массмедиа.

Источники и литература

- 1) 1. Total number of mobile connections in Nigeria from 2017 to 2024: <https://www.statista.com/statistics/1176097/number-of-mobile-connections-nigeria/>
- 2) 2. Weekly TV, radio, and print media reach in Nigeria in 2023, by leading brand: <https://www.statista.com/statistics/1316947/weekly-reach-of-offline-media-brands-in-nigeria/>
- 3) 3. Nigerian Press Freedom in Grave Danger: <https://www.cfr.org/blog/nigerian-press-freedom-grave-danger>