

南宁市公交移动电视受众满意度测量与分析

邓新云¹, 尤瑞²

(1.广西大学 新闻传播学院, 广西 南宁 530004; 2.柳州铁道职业技术学院 运输与经济管理系, 广西 柳州 545007)

摘要:作为一种新型的移动媒体, 公交移动电视不仅继承了传统电视媒体的特征, 还拥有其独特的传播特点, 是顺应时代发展的产物, 同时也是传媒产业的一个经济增长点。南宁市公交移动电视在覆盖面及其对受众的影响程度上仍处于初级阶段, 为了更深入的了解公交移动电视的发展状况, 笔者通过实地调查法和问卷调查法, 试图了解这类新型媒体在发展过程中对受众所带来的利弊影响及存在的发展空间, 同时对移动电视的发展和创新的提供更多的建议和意见, 以便更好的规范与管理。

关键词: 公交移动电视; 节目类型; 乘客

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1672-8122(2013)01-0047-02

公交移动电视是通过无限数字信号发射、地面数字设备接收的方式进行电视节目的播放和接收, 是一种新型的、时尚的可安装于公交车上的高科技移动电视。有人把公交移动电视称之为继报刊、广播、电视、网络、手机之后的第六媒体, “电视长了脚, 跟着受众跑。”这是对公交移动电视较为形象的写照。^[1]

2001年, 公交移动电视最早出现在新加坡^[2], 2003年1月1日, 上海东方明珠移动电视开播, 成为内地第一个移动电视频道, 之后短短的几年时间, 移动电视在内地各大城市遍地开花, 它的迅猛发展引起了人们的广泛关注。

自2007年下半年以来南宁市有1000多辆公共汽车上安装了移动电视, 作为一种可以移动的电视, 公交移动电视逐渐影响了社会发展和我们的日常生活。作为一种新型的移动媒体, 公交移动电视不仅继承了传统电视媒体的特征, 还拥有其独特的传播特点, 是顺应时代发展的产物。南宁市作为西部地区发展较快的城市, 其经济水平、消费水平和开放程度随之增长, 这促进了城市公共建设的发展。公交移动电视作为人们认识城市形象的一个窗口, 其发展速度在一定程度上体现南宁市的经济发展水平, 并反映了南宁市民的精神文化生活。

但不可否认的是, 在南宁市, 公交移动电视在覆盖面及其对受众的影响程度上仍处于初级阶段, 仍有着许多问题亟待解决, 如节目内容设置、乘车环境和本身技术问题等。笔者从受众满意度方面分析受众满意的节目及反感的节目类型, 并结合问卷调查探究其原因, 试图发现这类新型媒体在发展过程中对受众所带来的利弊影响及存在的发展空间, 并对公交移动电视的发展和创新的提出可行性意见。

一、南宁市公交移动电视受众调查分析

为了进一步了解受众接触和使用公交移动电视情况, 笔者采用问卷调查的形式, 以南宁市区的公交乘客为调查对象,

共发放问卷2000份, 回收问卷1815份, 有效回收率为91%, 实际有效问卷为1687份。经过统计得知, 在所有乘客中, 18~40岁的乘客占绝大部分, 其中上班族和学生群体为主, 这些乘客偏向于年轻层, 乘客年龄分类的基本机构相对稳定。

被调查乘客男女比例较为均衡, 文化程度以大学本科(含大专)为主; 月收入多为1500元以上; 职业较多的为学生、城市一般职工和专业技术人员等。在出行情况方面, 每周乘坐公交车次数在6次以上的占总数的36%, 每次乘坐公交车时间在30分钟以上的占有32.8%, 乘车时间段主要为上下班高峰期, 这为公交移动电视的传播提供了一定的受众资源, 也利于乘客接触和使用公交移动电视。

二、受众感兴趣的节目类型分析

调查表明, 选择对公交移动电视关注和较关注的人群总数超过800人, 从未关注的乘客只占所有人群的小部分, 这就说明在所接受调查的乘客中, 绝大部分乘客在乘车时都会对南宁公交移动电视给予一定的关注, 这就为公交移动电视的生存和发展提供了一定的受众资源。笔者将从受众对公交移动电视的关注度、对节目内容的喜欢、收看状态等方面来分析受众感兴趣的节目类型。

目前南宁市公交移动电视节目主要包括新闻资讯、体育、娱乐休闲和生活服务等几大类。除此之外, 还有广告和文化类节目。调查数据表明, 乘客最为关注的节目类型是娱乐休闲类和新闻资讯类节目, 分别占总数的25.5%和20.5%, 其次对生活资讯类节目的关注度也相对较高, 占总数的19.1%。娱乐休闲类节目是最受乘客关注的节目, 这类节目以轻松幽默为主, 包含小品、幽默短片和动漫等丰富多彩的内容, 乘客在乘车期间观看这类节目可以短暂的缓解生活、学习和工作带来的压力; 其次, 受绝大多数乘客欢迎的是新闻资讯类节目, 新闻节目短小精悍、播出及时节目设置较为合理, 满足了大部分乘客的新闻需求; 生活资讯类节目最大的受众群

收稿日期: 2012-10-13

作者简介: 邓新云, 女, 广西大学新闻传播学院硕士研究生, 主要从事新闻学研究; 尤瑞, 男, 柳州铁道职业技术学院运输与经济管理系电子商务教研室副主任, 讲师, 硕士, 主要从事电子支付与电子商务安全研究。

体为女性乘客,公交移动电视播放的《天天饮食》、《家有妙招》等生活服务类节目集生活性、知识性、趣味性和实用性为一体的优势,吸引了多数女性乘客的目光。相比女性乘客,男性乘客倾向于选择体育类节目,这类节目荟萃了一周内重大体育赛事,随时为乘客更新最新的体育信息,满足了绝大部分体育爱好者的需求。

以上数据分析表明,乘客选择收看公交移动电视的目的非常明确,多数乘客是为了娱乐消遣和获得新闻信息,绝大多数乘客倾向于收看笑话、相声等娱乐节目,其次是获得新闻资讯和生活服务信息。

三、受众对移动电视的反感度状况分析

从调查结果来看,乘客对于公交移动电视较为反感的方面主要为广告播放太多、节目播放频率和公交移动电视技术。50.7%的乘客认为移动电视广告多且杂乱,乘客普遍反映广告节目质量不高,对他们不具吸引力;节目播放频率成为乘客对移动电视较为反感的一大因素,根据实地调查可知,公交移动电视的节目更新速度较慢,多数节目是从传统媒体移植而来且重复播放,这容易使乘客产生视觉疲劳;除此之外,节目的显示效果也在一定程度上影响着节目的传播效果,绝大多数乘客认为节目画面质量不高,信号不稳定,电视播放容易受到外界干扰,因此,公交移动电视如何不断提高和改进自己的技术成为扩大移动电视传播效果的一个至关重要的问题。

四、受众期望的节目类型分析

调查数据显示,在所有被调查乘客中,有443人希望增加法制类节目,占总数的20.9%;435人希望增加科普类节目,占总数的20.5%;600人希望增加人文类节目,占总数的28.3%;有530人希望增加动漫类节目,占总数的25%;希望增加其他类型节目的有109人,占总数的5.1%。

统计结果显示,四种节目类型的比例相差不大,相对来说,比例最大是人文类节目。结合分析调查对象的受教育程度分层情况,笔者可以看出,对公交移动电视较为关注的乘客中有72%是大学本科(含专科)以上学历,这部分人群主要是大学生或是刚出社会工作几年的年轻人,这部分调查对象知识积累相对丰富,素质相对高,对人文类这样感官型节目的需求会大于法制类、科普类这种知识型节目的需求,因此同等条件下,适当增加人文类节目是较为必要的。

五、结论

从以上分析来看,南宁市公交移动电视在一定程度上满足了受众的需求,比较符合受众的期待,但是从分析中也可

以看出,南宁市公交移动电视在节目设置、内容安排上仍有许多不足之处,其传播效果并不是非常理想,但总体来说,处于初级阶段的公交移动电视仍然具有很大的发展空间。对此,笔者从以下几个方面提出了建议和意见。

(一) 弱化节目的思考性,节目要深入浅出

根据对于公车环境和乘客心理的简要分析,公交移动电视受众的注意力持续性不长,这要求节目的制作要根据乘客和公车环境的特点来制作与之适应的节目,节目要相对的弱化思考性;信息类、观点类节目要深入浅出,用生动的形式言简意赅地表达和传播讯息。

(二) 强化节目内容的服务性、知识性、娱乐性

调查报告显示,在南宁市公交移动电视播放的节目中,最受欢迎的是娱乐类节目,其次是新闻资讯类节目和生活服务类节目。娱乐类节目声画合一、生动有趣,所以公交移动电视可以适当增加一些轻松幽默的动漫类节目,帮助乘客舒缓乘客较为紧张的注意力和精神状态。

(三) 合理控制广告投放的数量,增强广告内容的质量

广告是公交移动电视盈利的主要渠道,但同时也是影响公交移动电视传播效果的一大因素,调查结果表明,受众对大多数广告持有一种反感的态度,广告播放频繁、内容杂乱、播放时间太长等因素都会影响受众对公交移动电视的关注。所以在广告这方面一定要从受众的接受心理出发,根据受众的自身特点播放一些实用性、服务类广告,营造一个良好的收视环境。

(四) 改善节目本身技术,减轻客观环境对节目收视的影响

公交移动电视是一种会走路的媒体,它处于相对封闭的车厢内,其传播环境受到许多客观因素的影响^[1],空间较为狭窄,拥挤嘈杂,公交车驶入隧道或桥底时信号容易受到干扰,这些问题都是移动电视不可避免的。所以公交移动电视需要在节目画面、声音和信号传输技术等方面不断做出改进,提高设备的稳定性和抗干扰性,进一步扩大移动电视的传播效果和影响力。

参考文献:

- [1] 卢春郦.杭州公交移动电视发展探析[J].青年记者,2010(8).
- [2] 沈爱国,丁晓.杭州移动公交电视传播效果分析[J].新闻实践,2008(4).
- [3] 谭宇非,安平,罗锋莉.公交移动电视的星期与局限[J].今传媒,2007(6).