

АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА **ГОРТИС**

Данные по аудиториям печатных изданий, распространяемых в Санкт-Петербурге, предоставлены исследовательской фирмой "ГОРТИС".

Характеристика исследований

Генеральная совокупность (ГС) — население Санкт-Петербурга, не включая пригороды, старше 15 лет — 3509,6 тыс. чел.

Метод сбора информации — телефонный опрос.

Величина выборки — с 17 по 21 января 1997 года опрошено 2870 респондентов (с 9 по 16 сентября 1996 года — 2984 респондента).

Основные показатели

Средняя аудитория одного номера — расчетный показатель, показывающий, сколько в среднем человек ознакомились с содержанием каждого выпуска газеты, т.е. учитывает как постоянных читателей, так и часть переменной аудитории (тыс. чел., % ГС).

Аудитория журнала — количество читателей, ознакомившихся по крайней мере с одним выпуском журнала в течение прошедшего месяца (тыс. чел., % ГС).

Объемы аудиторий печатных изданий

(сентябрь 1996 года)

Средняя аудитория
одного номера газеты

Общеинформационные	тыс. чел.	% ГС
Аргументы и факты	606,4	17,3
Санкт-Петербургские ведомости	433,8	12,4
Комсомольская правда	133,5	3,8
Вечерний Петербург	120,9	3,4
Смена	98,7	2,8
Час Пик	88,3	2,5
Известия	83,7	2,4
Невское время	67,4	1,9
Спорт-Экспресс	42,1	1,2
Российская газета	29,0	0,8
Вести	28,1	0,8
Новый Петербург	19,3	0,5
Московский комсомолец	18,5	0,5
Правда	18,1	0,5
Труд	16,4	0,5
Советская Россия	15,6	0,4
Пять углов	11,5	0,3

Бесплатные	тыс. чел.	% ГС
Центр плюс	1671,8	47,6
Экстра Балт	1254,8	35,8
Шанс	390,3	11,1
Асток-пресс	343,1	9,8
Привет, Петербург	260,6	7,4
Петровский Курьер	104,2	3,0
Реклама плюс	68,0	1,9
Витрина-Петербург	24,2	0,7

Рекламно-информационные	тыс. чел.	% ГС
Реклама шанс	147,7	4,2
Из рук в руки	56,5	1,6
Недвижимость Петербурга	9,6	0,3
Бюллетень недвижимости	5,9	0,2

Финансово-экономические и деловые	тыс. чел.	% ГС
Экономика и жизнь	90,2	2,6
Коммерсантъ-daily	58,4	1,7
Деловой Петербург	51,8	1,5
Финансовые известия	24,0	0,7
Бизнес-шанс	17,3	0,5
Санкт-Петербургское ЭХО	5,3	0,2

Развлекательные	тыс. чел.	% ГС
Калейдоскоп	389,8	11,1
Спид-инфо	195,9	5,6
24 часа	84,1	2,4
Мегаполис-экспресс	54,2	1,5
Не скучай	42,9	1,2
Я-молодой	41,7	1,2
Совершенно секретно	31,5	0,9
Двое	20,5	0,6

Телевизионные программы	тыс. чел.	% ГС
Телевидение. Радио	710,0	20,2
Телевик	145,0	4,1
Панорама ТВ	120,0	3,4
Телеменю	26,0	0,7

Аудитория журнала

Журналы	тыс. чел.	% ГС
Огонек	159,3	4,5
Космополитен	128,5	3,7
Лиза	125,9	3,6
Натали	110,3	3,1
Бурда моден	74,3	2,1
За рулем	43,0	1,2
Домовой	41,8	1,2
Деньги	37,1	1,1
Автопилот	32,3	0,9
Коммерсантъ-weekly	30,4	0,9
Пятое колесо	27,2	0,8
Плейбой	22,9	0,7
Крестьянка	19,4	0,6
Новый мир	18,0	0,5
Здоровье	17,9	0,5

Структура аудитории еженедельника "Аргументы и Факты"

(январь 1997 года)

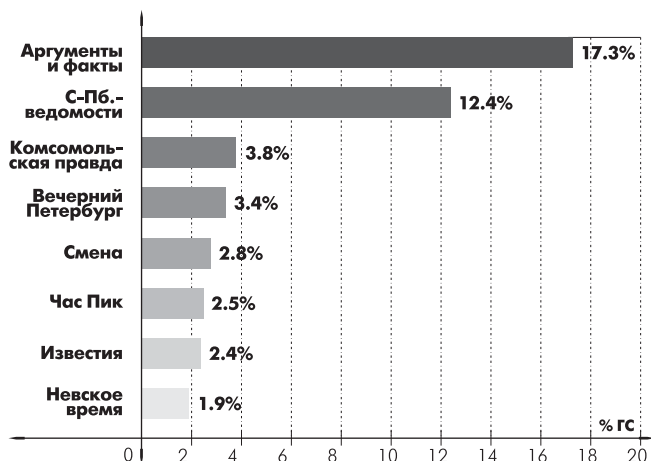
	Объем соц.-дем. группы тыс. чел.	Доля в аудитории газет %	Доля покрытия рынка %
Пол			
мужчины	243,1	47,7	14,9
женщины	266,5	52,3	14,1
Возраст			
16-24	96,8	19,0	14,7
25-34	92,2	18,1	15,9
35-44	110,1	21,6	15,8
45-54	108,5	21,3	17,4
55-64	56,6	11,1	12,0
65 и старше	44,8	8,8	9,2
Образование			
начальное	32,6	6,4	9,5
среднее общее	69,8	13,7	9,4
среднее специальное	140,1	27,5	13,1
высшее/незаконченное высшее	266,5	52,3	19,6
Занятость			
работающие	321,6	63,1	15,9
учащиеся/студенты	55,0	10,8	15,2
пенсионеры	71,3	14,0	9,1
безработные	24,0	4,7	11,1
домохозяйки	37,2	7,3	16,1
Профессиональная группа			
рабочие	48,9	9,6	11,1
технический персонал	43,3	8,5	18,7
специалисты-техники	47,9	9,4	18,7
специалисты-гуманитарии	75,9	14,9	27,9
лица творческих профессий	6,1	1,2	19,8
сфера обслуживания/торговля	27,0	5,3	15,4
военнослужащие и МВД	13,2	2,6	15,2
руководители высшего звена	11,7	2,3	15,2
руководители среднего звена	19,4	3,8	13,1
предприниматели	16,3	3,2	17,4
Доход на человека в семье			
более 1 млн.руб.	63,7	12,5	20,8

Рейтинги печатных изданий

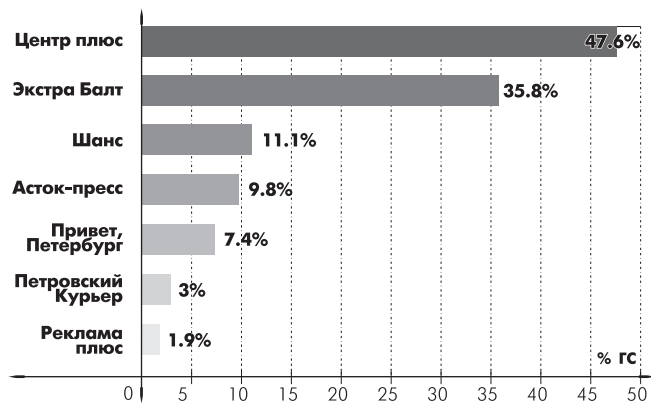
(сентябрь 1996 года)

На диаграммах приводятся средние аудитории одного номера газет и аудитории журналов, рейтинги которых превышают 1,5% и 1% соответственно.

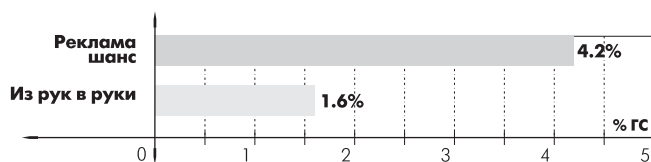
ОБЩЕИНФОРМАЦИОННЫЕ



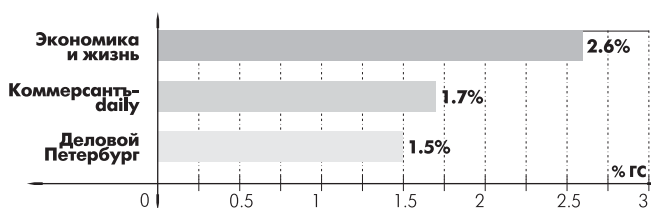
БЕСПЛАТНЫЕ



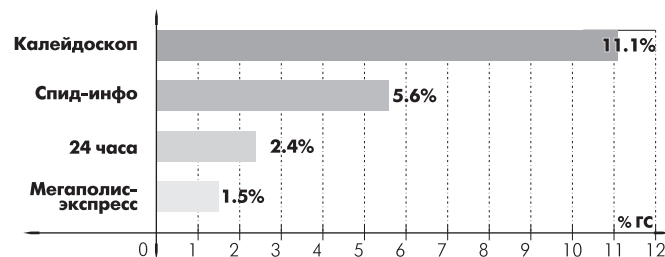
РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ



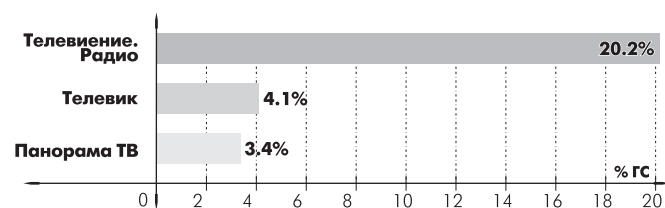
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ДЕЛОВЫЕ



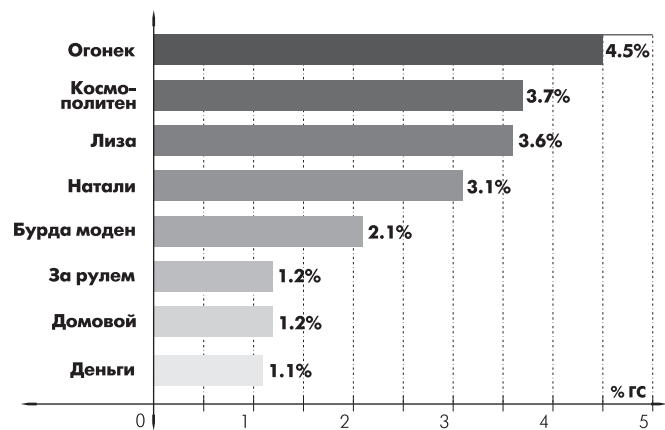
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ



ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ПРОГРАММЫ



ЖУРНАЛЫ



Динамика средней аудитории одного номера газет в 1995-96 гг.

