

АУДИТОРИИ ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

**ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА
ГОРТИС**

Анализ структуры аудиторий газет, распространяемых в Санкт-Петербурге, предоставлен 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 — в феврале 1997 года опрошено 2800 респондентов.

Структура аудитории петербургских газет

Сейчас в городе регулярно выпускается и распространяется порядка 300 газет различной тематической направленности: от развлекательных изданий и газет общеинформационного плана, до специализированной прессы для деловых людей.

Вместе с тем, число читающих газеты с каждым годом становится все меньше. Как показывают результаты исследований по замеру аудиторий СМИ, число читающих прессу с каждым годом снижается. На начало 1997 года только около половины горожан (54%) регулярно читают какие-либо газеты (без учета бесплатной прессы). 1996 год характеризовался значительными изменениями в читательских предпочтениях петербуржцев. С одной стороны, продолжалось снижение доли постоянных читателей газет среди взрослого населения Петербурга, с другой — произошло смещение читательских предпочтений в сторону еженедельных общеинформационных газет и бесплатных изданий от ранее более читаемых ежедневных общеинформационных изданий. Отток аудитории от информационной прессы к изданиям развлекательного плана — основной итог 1996 года.

Стабильностью отмечен лишь интерес аудитории к изданиям деловой и финансовой направленности, которые смогли за последний год даже увеличить число своих читателей. Эта тенденция коррелирует с реальным поведением рекламодателей, чья рекламная активность в этот период развивалась в аналогичном направлении.

Знаменательно, что снижение читательской активности происходило равномерно во всех социальных слоях города: несмотря на общее уменьшение численности аудиторий, структура читателей практически всех ведущих газет сохранилась по основным параметрам.

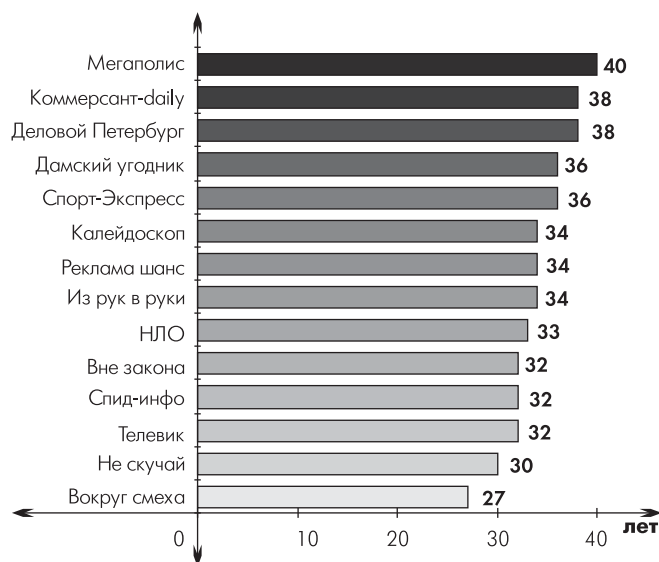
Возраст

Средний возраст петербуржцев — 44 года. Близкое к этому значению имеют аудитории большинства бесплатных газет, деловая пресса и ряд общеинформационных «молодежных» изданий («Комсомольская правда», «Смена», «Час Пик», «Вести»).

В аудитории порядка 10 изданий этот показатель значительно выше среднего городского уровня. «Взрослую» аудиторию имеют большинство газет информационного и аналитического плана — «СПб Ведомости», «Вечерний Петербург», «Невское время», «Известия», «Петровский курьер», «24 часа». Самая возрастная аудитория у «Советской России» — средний возраст 61 год!

Наиболее молодежные аудитории — у изданий развлекательной направленности и двух «деловых» газет — «Делового Петербурга» и «Коммерсанта-daily». Если учесть, что две последние газеты среди лидеров и по показателю уровня дохода и доли лиц с высшим образованием, то выводы — налицо.

СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ ЧИТАТЕЛЕЙ ГАЗЕТ (февраль 1997 года)



Образование

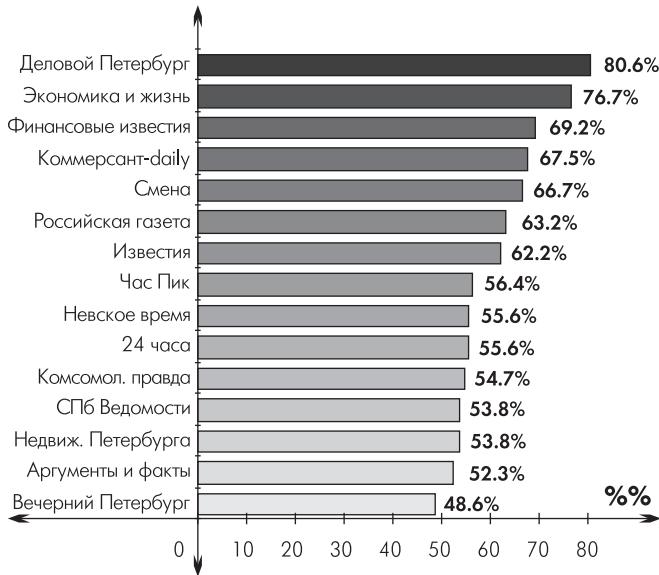
Среди взрослого населения города имеют высшее или незаконченное высшее образование 38-40%. В аудитории порядка 15 изданий этот показатель значительно выше городского уровня. В основном, это издания деловой направленности и общеинформационные газеты.

Ряд изданий тематической направленности («Спорт-Экспресс», «НЛО», «Телевик», «Из рук в руки», «Новый Петербург») и большинство бесплатных газет имеют среди своих читателей долю лиц с высшим или незаконченным высшим образованием примерно на городском уровне.

Наименьший интерес петербуржцы с высшим образованием испытывают к изданиям чисто развлекательного плана. В таких изданиях как «Телевидение. Радио», «Калейдоскоп», «Реклама шанс», «Спид-инфо» их доля в аудитории не превышает 25—31%. А в газетах «Вне закона», «Не сучай» и «Вокруг смеха» и того меньше: 9—13%.

ДОЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ С ВЫСШИМ ИЛИ НЕЗАКОНЧЕННЫМ ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ В ПОСТОЯННОЙ АУДИТОРИИ ГАЗЕТ

(февраль 1997 года)



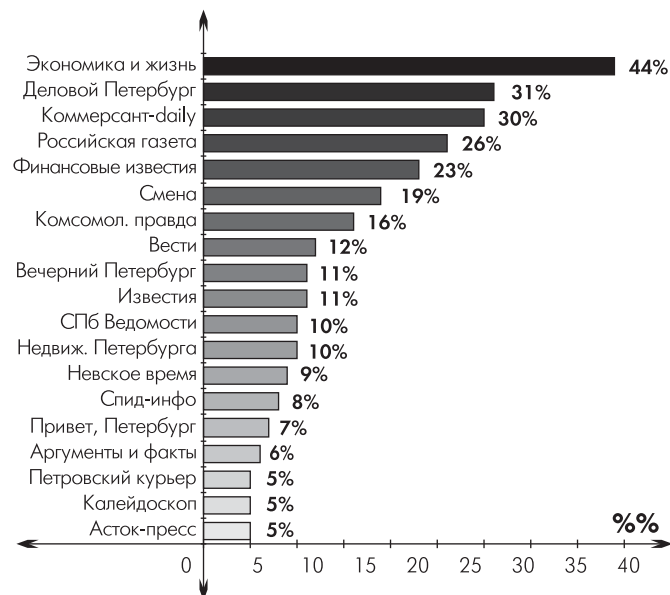
Профессиональный статус

Во взрослом населении Петербурга доля руководителей высшего звена управления составляет приблизительно 2.2%, а среднего — 4.2% (всего руководителей — 6.4%).

Интерес руководителей сконцентрирован, в основном, вокруг изданий деловой направленности и общепрофессиональных газет. Издания развлекательного плана руководители не жалуют — либо не хватает времени, либо не удовлетворяет содержание.

ДОЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ВСЕХ УРОВНЕЙ В АУДИТОРИИ ГАЗЕТ

(февраль 1997 года)



Доход на одного члена семьи в месяц

В среднем по городу этот показатель в январе-феврале 1997 года составлял 610 тысяч рублей, что эквивалентно \$110.

Наиболее состоятельные читатели — у деловой прессы и изданий рекламного характера. Аналогичный среднегородскому уровню душевой месячный доход у читателей бесплатных газет, раздаваемых у станций метро («Асток» и «Привет, Петербург!»), ряда развлекательных («Калейдоскоп», «Мегаполис-экспресс») и общепрофессиональных изданий («Смена» и «Невское время»).

Ниже среднегородского уровня душевой доход у читателей большинства общепрофессиональных и развлекательных газет, а также у бесплатных изданий, разносимых по почтовым ящикам горожан.

СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЙ ДУШЕВОЙ ДОХОД В СЕМЬЯХ ЧИТАТЕЛЕЙ

(февраль 1997 года)

