

УДК 007 : 304 : 659.3

АНАЛІЗ АУДИТОРІЇ РЕЙТИНГОВИХ КРИМСЬКИХ ДРУКОВАНИХ МАС-МЕДІА ЗА СКЛАДОМ ТА СОЦІАЛЬНИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

Айше Платонова

*Кримський інститут інформаційно-поліграфічних технологій УАД,
вул. Генерала Васильєва, 44, 95011, Сімферополь, Україна*

Зроблено спробу проаналізувати аудиторію рейтингових друкованих видань Криму з позиції типологічних та соціальних характеристик кожного з цих видань. Аналіз відповідно до специфічних особливостей розвитку, характерних для кримських друкованих мас-медіа.

Ключові слова: аудиторія, мас-медіа, рейтинг, соціальні характеристики, типологічні характеристики.

Актуальність проблеми статті полягає у вивченні аудиторії кримських рейтингових суспільно-політичних та інформаційних газет з урахуванням їх специфічних особливостей, а саме спроб становлення та розвитку рекламного ринку в умовах жорсткої ринкової конкуренції на території півострова (конкуренція між недержавними виданнями і виданнями, де серед засновників або співзасновників — органи місцевої влади та управління). Коли засновником або співзасновником друкованого видання у Криму є орган державної влади або управління, то кожен випуск обов'язково формується з урахуванням соціального та політичного замовлення цих владних структур.

Оскільки ці владні структури фінансують видання, у видавців немає бажання і прагнення до фінансової незалежності і збільшення самоокупності (наприклад, внаслідок розширення своєї читацької аудиторії та більш детального вивчення її потреб та інформаційних запитів або реклами). Прикладом таких видань у Криму є суспільно-політичні газети “Крымские известия” (засновник Верховна Рада АРК), лівоцентристська газета “Крымская правда”, а також газета “Крымское время”, що є під впливом партії “Союз” і її лідера Л. Миримського [5]. У випадку, коли засновником або співзасновником видання є недержавні особи (фізичні чи юридичні), випуски таких газет формуються виключно з урахуванням інформаційних інтересів і потреб їхньої цільової аудиторії (газети “Первая Крымская”, “События”).

У видань подібного типу є два способи утриматися на плаву, а ще краще стати інструментом, що приносить великий прибуток своїм власникам. Перший — реалізація накладу, а це неможливо без своєрідного інформаційного підпорядкування потребам цільової аудиторії, другий — реклама. І перший, і

другий варіанти безпосередньо пов'язані інтересом до цього видання з боку якомога більшої кількості читачів. І, згідно з нашими спостереженнями, саме у таких кримських видань виникає питання щодо детального вивчення своєї потенційної аудиторії в ракурсі її соціальних характеристик. Прикладом цього слугує хоча б той факт, що на сайтах таких друкованих видань ми легко змогли знайти дані, які відображають результати досліджень їхньої читацької аудиторії (сайт газети “События”, газети “Первая Крымская”). А ось дані щодо характеристик читацької аудиторії видань, що фінансуються коштом державних структур, нам вдалося отримати тільки в особистій бесіді з їх головними редакторами. І отриману нами інформацію не можна назвати цілковито достовірною з погляду маркетингових показників, оскільки ніяких маркетингових або інших досліджень своєї читацької аудиторії дані видання не проводили і проводити, мабуть, не збираються. Отже, можна вважати, що ступінь розробленості досліджуваної проблеми вкрай низький.

Мета нашої статті — визначити, за яку саме аудиторію (у контексті її соціальних характеристик) “б’ються” на кримському півострові рейтингові друковані суспільно-політичні та інформаційні мас-медіа недержавного фінансування і на яку аудиторію просто “орієнтуються” друковані мас-медіа, що підкоряються органам влади.

Виклад основного матеріалу. Характеризуючи аудиторію рейтингових друкованих мас-медіа автономії, ми враховували той факт, що, згідно з даними Головного управління статистики Автономної Республіки Крим, чисельність населення на 1 грудня 2010 року в регіоні становила 1 954 734 млн осіб, з них міське населення — 1 219 112 млн осіб, а сільське — 735 622 тис. осіб [6]. Виходячи з цих даних, ми можемо зробити висновок про те, що аудиторія Криму відноситься до соціуму великих урбаністичних територіальних структур, який володіє наступними, властивими лише йому характеристиками. По-перше, це переважання працездатного населення над непрацездатним. По-друге, переважання людей з вищою і середньою технічною освітою. По-третє, переважання людей, що проживають у містах і зайняті більшою мірою у сфері промисловості і науки, порівнюючи з сільськими мешканцями. Коло інтересів такої аудиторії зорієнтовано на економічну і політичну інформацію досить високого рівня, інформацію культурного напрямку, не обмежену рамками регіону, зарубіжну інформацію та різноманітні повідомлення, які формують загальний кругозір. Основною пресою аудиторії такого соціуму, в нашому випадку аудиторії безпосередньо кримського півострова, є тижневики, а також видання які виходять кілька разів на тиждень.

Розглянемо детальніше такі тижневі та щоденні рейтингові видання Криму і спробуємо визначити склад їхньої читацької аудиторії, а також її соціальні характеристики. Почнемо з інформаційно-аналітичної газети “Первая Крымская”. Засновником і видавцем є ТОВ “Берекет-М”. На 28 сторінках газети, що виходить один раз на тиждень, розміщені такі рубрики: політика, міжнародне життя, інфраструктура, соціальний захист, кримінал, ТВ програма. Крім того, колектив газети прагне зацікавити читачів і рекламодавців постійними сторінками: середовище проживання, дачна ділянка, здоров'я, телесвіт, зорепад і т.д. Щодо інформації, яка публікується у газеті, то пріоритет віддається аналізу поточних подій в Автономній Республіці Крим. Наклад видання — 40000 примірників, розповсюджується по всьому Криму. Формат

видання — А3. За своїм змістом тижневик орієнтований на широке коло читачів, серед яких середній клас, який тільки починає зароджуватись в Україні, а також гості та жителі півострова. Головний редактор газети Лілія Буджурова. Аналіз аудиторії цього видання дозволив виявити такі показники [1].

За статевою ознакою аудиторія газети поділяється так: чоловіки — 58%, жінки — 42%. За родом діяльності: керівники — 18%, фахівці — 36%, службовці — 24%, робітники — 22%. За віковими показниками: 55–65 років — 5%, 45–54 роки — 31%, 35–44 роки — 30%, 12–24 роки — 8%. За рівнем доходу: високий — 18%, вище середнього — 35%, середній — 32%, низький — 15%. За рівнем освіти: вища — 38%, середня — 54%, н/середня — 8%. З вищевикладених даних ми бачимо, що основна аудиторія цієї газети — чоловіки (спеціалісти або службовці з вищою або середньою освітою, віком від 35 до 54 років, які мають дохід середній або вище середнього).

Суспільно-політична газета “Крымское время”. Видавцем газети є ДП “Редакція газети “Крымское время””. Газета виходить двічі на тиждень по вівторках і четвергах форматом А4. Кількість шпальт — від 16 до 32. Розповсюджується видання по всій території півострова накладом 32 000 примірників. За словами головного редактора Михайла Черьомухіна, основна аудиторія газети “Крымское время” складається з “кабінетних людей” — керівників автономії, чиновників верхньої і середньої ланки, інтелігенції та пенсіонерів. Велика частина аудиторії поділяє такі цінності як прагнення до дружби і співпраці з Росією, захист російської мови на території кримського півострова, російської культури і т.д. Газета має такі рубрики: новини, політика, економіка, кримінал, люди, суспільство, якість життя, домашній адвокат, дозвілля, фотосесії, спорт, архів. Аналіз аудиторії цього видання дозволив виявити такі процентні показники [3]. За статевою ознакою аудиторія газети поділяється таким чином: чоловіки — 50%, жінки — 50%. За родом діяльності: керівники — 20%, фахівці — 30%, службовці — 10%, робітники — 10%, домогосподарки — 10%, пенсіонери — 20%. За віком: 55–65 років — 30%, 45–54 роки — 30%, 35–44 роки — 30%, 25–34 роки — 10%. За рівнем доходу: високий — 30%, вище від середнього — 30%, середній — 30%, низький — 10%. За рівнем освіти: вища — 70%, середня — 30%. З вищевикладених даних ми бачимо, що основна аудиторія цієї газети — чоловіки і жінки з вищою освітою, за родом своєї діяльності є фахівцями або керівниками, а також пенсіонери. Вік аудиторії цього видання коливається від 35 до 65 років. Читають газету люди із середнім, вищим від середнього і високим матеріальним достатком.

Щоденна суспільно-політична газета “Крымская правда”. Видається з лютого 1918 року. З 1991 року засновником газети є колектив редакції. Виходить газета 5 разів на тиждень, тиражем від 36 000 до 40 000 примірників, форматом А2, розповсюджується по всій території Криму. Газета має такі рубрики: політика, економіка, суспільство, туризм, спорт, культура, здоров'я, історія, події, все про все. На своїх сторінках газета веде боротьбу з насильницькою українізацією, з політикою обмеження використання російської мови, зі спробами переписати історію, розколоти православний світ, з тими силами, які намагаються розіграти в Криму “ісламську” карту і т.д. [4]. За інформацією, отриманою від головного редактора, аудиторія газети “Крымская правда” має такі характеристики. За статевою ознакою аудиторія газети ділиться так: чоловіки — 59%, жінки — 41%. За родом діяльності: керівники —

31%, фахівці — 29%, службовці — 12%, робітники — 7%, пенсіонери — 11%, домогосподарки — 10%. За віком: 55–64 роки — 27%, 45–54 роки — 30%, 35–44 роки — 23%, 25–34 роки — 15%, 16–24 роки — 5%. За рівнем доходу: високий — 9%, вище середнього — 21%, середній — 52%, низький — 18%. За рівнем освіти: вища — 56%, середня — 43%, н/середня — 1%. Головний редактор газети Бахарев Михайло Олексійович зазначив, що газета “Крымская правда” є насамперед сімейною газетою. Виписують її люди середнього достатку, причому серед читачів газети переважають одружені чоловіки з вищою освітою 44–65 років. Соціально-економічний профіль аудиторії газети — це керівники та спеціалісти із середнім доходом.

Щоденна суспільно-політична газета “Крымские известия” видається з 18 жовтня 1991 року. Виходить 5 разів на тиждень накладом близько 14 000 примірників, форматом А3, на 8 шпальтах. Газета має різноманітні рубрики: політика, економіка, місцеве самоврядування, агропромисловий комплекс, курорти і туризм, міжнародні відносини, людина і закон, соціальна сфера та охорона здоров’я, історія землі кримської, люди і долі, регіони, природа та екологія і т. д. Згідно з інформацією з інтернет-сайту газети (www.ki.rada.crimea.ua), “Крымские известия” публікують достовірну, з перших рук інформацію про діяльність представницької і виконавчої гілок влади автономної республіки, друкують нормативно-правові акти Верховної Ради Криму, документи Рахункової палати, матеріали, що висвітлюють проблеми та досвід роботи органів місцевого самоврядування. Особливу увагу “Крымские известия” приділяють популяризації положень Конституції Автономної Республіки Крим, питань збереження і практичної реалізації того могутнього потенціалу, який закладений в конституційних повноваженнях автономії. Серед читачів дуже популярні суботні додатки “Ветеран”, “Крым молодой”, “Вера, Надежда, Любовь”, “Серебряный грифон”, “Правовой компас”, тематичні сторінки “Прекрасны вы, берега Тавриды”, “Будем здоровы”, “Спортклуб”, “Сад, огород, усадьба”. Як зауважив головний редактор газети Іванченко Ірина Іванівна, у відсотковому співвідношенні за статевою ознакою аудиторія газети “Крымские известия” поділяється так: чоловіки — 63%, жінки — 37%. За родом діяльності: керівники — 31%, фахівці — 19%, службовці — 22%, робітники — 17%, пенсіонери — 11%. За віком: 55–64 роки — 23%, 45–54 роки — 34%, 35–44 роки — 30%, 25–34 роки — 11%, 16–24 роки — 2%. За рівнем доходу: високий — 12%, вище середнього — 28%, середній — 46%, низький — 14%. За рівнем освіти: вища — 61%, середня — 38%, н/середня — 1%. З вищевикладених даних ми бачимо, що основна аудиторія цієї газети — чоловіки, керівники або службовці, які мають вищу освіту, середній і вищий від середнього дохід, віком від 35 до 54 років.

Кримський суспільно-політичний тижневик “События”. Газета виходить з грудня 2005 року по п’ятницях. Засновником і видавцем є ТзОВ “ТНК-енерготранзит”. Розповсюджується по всій території Криму форматом А3. Газета має такі рубрики: політика, споживач, суспільство, кримінал, світська хроніка, телепрограма, оголошення, дитячий майданчик, архів, розваги, краса, здоров’я, калейдоскоп, IQ. Тираж видання — 40 000 примірників. Головний редактор-директор газети Людмила Марченко. За даними, що є на сайті видання, у відсотковому співвідношенні читацьку аудиторію газети можна охарактеризувати таким чином [2]. За статевою ознакою аудиторія газети

поділяється так: чоловіки — 41%, жінки — 59%. За родом діяльності: керівники — 10%, фахівці — 27%, службовці — 25%, робітники — 12%, домогосподарки — 10%, пенсіонери — 9%, учні — 7%. За віком: 55–65 років — 8%, 45–54 роки — 33%, 35–44 роки — 31%, 25–34 роки — 21%, 12–24 роки — 4%, 0–11 років — 3%. За рівнем доходу: високий — 14%, вище середнього — 26%, середній — 48%, низький — 12%. За рівнем освіти: н/середня — 7%, середня — 41%, вища — 52%. З вищевикладених даних ми бачимо, що основна аудиторія цієї газети — жінки, спеціалісти або службовці віком від 34 до 54 років з вищою освітою і середнім доходом.

Висновки. Проаналізувавши та узагальнивши наведені вище статистичні дані, ми можемо зробити такі висновки щодо соціальних характеристик і складу аудиторії рейтингових друкованих видань Криму. Основну аудиторію рейтингових суспільно-політичних та інформаційних друкованих видань становлять більшою мірою чоловіки, які мають вищу освіту. За родом діяльності серед них переважають фахівці, керівники і службовці. За віковими показниками переважають чоловіки від 35 до 54 років, які мають середній дохід, або дохід вищий від середнього. Також необхідно зазначити, що такі рейтингові видання Криму як “Крымская правда”, “Крымское время” і “Крымские известия” орієнтуються здебільшого на російськомовну аудиторію. Проводячи паралель між цими даними (наданими виданнями) і даними, отриманими нами в ході анкетування кримських респондентів виходить, що рейтингові суспільно-політичні та інформаційні видання Криму для рекламодавців є малоефективними з погляду розміщення в них рекламної інформації, тому що саме чоловіки від 35 до 54 років з достатком вищим від середнього є в Криму найменш активною і найменш зацікавленою групою з погляду споживання рекламної інформації в пресі.

1. Сайт газети “Первая Крымская” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.1k.com.ua>. — Загол. з екрану.
2. Сайт газети “События” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sobytiya.com.ua>. — Загол. з екрану.
3. Сайт газети “Крымское время” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.time4news.org>. — Загол. з екрану.
4. Сайт газети “Крымская правда” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kp.crimea.ua>. — Загол. з екрану.
5. Печатные СМИ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukraine.ru/elections2004/media/pechatsmi.html>. — Загол. з екрану.
6. Численность населения 01-11.10, экспресс-выпуск от 9.01.2011 г., №16 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sf.ukrstat.gov.ua/exprreliz.htm>. — Загол. з екрану.

**THE AUDIENCE ANALYSIS OF RATING PRINTING
CRIMEA MASS MEDIA THROUGH ITS STRUCTURE
AND SOCIAL CHARACTERISTICS**

Ayshe Platonova

Crimean Institute of Information and printing technologies
of the Ukrainian Academy of Printing,
Generala Vasylyeva Str. 44, 95011, Simferopol, Ukraine

In the given article there is an attempt of the analysis of audience of printing editions of Crimea from the position of its structure and social characteristics. The given analysis is spent taking into account specific features of development that are specific to the Crimean printing mass-media.

Key words: mass-media, audience, rating, social characteristics.

**АНАЛИЗ АУДИТОРИИ РЕЙТИНГОВЫХ КРЫМСКИХ
ПЕЧАТНЫХ МАСС-МЕДИА ПО СОСТАВУ
И СОЦИАЛЬНЫМ ХАРАКТЕРИСТИКАМ**

Айше Платонова

Крымский институт информационно-полиграфических технологий УАД,
ул. Генерала Васильева, 44, 95011, Симферополь, Украина

Делается попытка анализа аудитории печатных рейтинговых изданий Крыма с позиции типологических и социальных характеристик каждого из этих изданий. Данный анализ проводится с учетом специфических особенностей развития, характерных для крымских печатных масс-медиа.

Ключевые слова: аудитория, масс-медиа, рейтинг, социальные характеристики, типологические характеристики.

Стаття надійшла до редколегії 01.09.2011

Прийнята до друку 26.09.2011