

## СОДЕРЖАНИЕ

МОЛОДЕЖЬ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ	2
ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЫ	3

## МОЛОДЕЖЬ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Аникина М.Е.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
факультет журналистики

Исследуя молодежную аудиторию, нужно помнить, что речь здесь идет не только об оперативной информации, но и о фундаментальных данных, бытовых сведениях, ведь молодой человек имеет ограниченные знания о мире и испытывает потребность в пополнении своеобразного личного «багажа». При анализе информационных предпочтений молодежи приходится учитывать общераспространенные источники массовой информации (печатные СМИ, радио, телевидение), а также ресурсы, доступные в рамках межличностной и групповой коммуникации (друзья, учителя, преподаватели, родители).

Как и для большинства россиян, для молодежи основным источником остается телевидение — ему отдают предпочтение 27% опрошенных. Второе место по вниманию молодежной аудитории делят между собой печатные газеты и журналы и Интернет — оба эти варианта назвали по 16% респондентов. Учитывая темпы распространения компьютерных технологий и роста их популярности среди пользователей, а также высокую адаптированность подрастающего поколения к технологическим новшествам, можно согласиться с экспертами, предрекающими печальное будущее традиционным информационным ресурсам.

Пессимистичные прогнозы не лишены оснований. Недавно компания Microsoft провела исследование, которое подтвердило доминирующее положение Интернета. 60% опрошенных европейцев назвали сеть более важным информационным источником, чем телевидение (его отметили 13,8%).

Однако сравнение «молодежных» данных с общероссийскими показателями свидетельствует, что в России Интернет пока не входит в число лидеров — новости из сети черпают лишь 7% наших сограждан. И хотя в целом по стране определенная динамика роста числа пользователей все же наблюдается, говорить о повальной интернетизации рано.

Межличностная коммуникация также по-прежнему остается значимым ресурсом — сведения от друзей используют 13% молодых людей. Такова же и доля радиослушателей. Можно утверждать, что сегодня радио играет скорее фоновую, а не основную роль в жизни людей моложе 30 лет. Его слушают «между делом», не придавая большого значения смыслу звучащего слова. Кроме того, современное радиовещание мало чем отличается от других видов СМИ и все чаще демонстрирует свою развлекательную направленность. Информации, которую можно было бы слушать не «вполуха», недостаточно. Да и передача именно для молодежи на деле не существует. Наоборот, приходится констатировать трансформацию или прекращение деятельности популярных ранее молодежных радиостанций.

Подрастающее поколение не хочет повторять ошибок предшественников и редко прислушивается к советам старших. Эту мысль подтверждают и данные опроса — родители остаются авторитетным ресурсом для 7% респондентов, учителя — для 2%. Книгу как источник сведений ценят 4% молодых людей.

Таким образом, можно сказать, что трансформации последних десятилетий в определенной степени влияют на информационные предпочтения молодежи.

## **ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРЕССЫ**

Колесниченко А.В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова  
факультет журналистики

Российская аудитория качественной прессы составляет незначительную часть населения страны и радикально отличается от остального населения по всему спектру параметров. По данным TNS Gallup Media, совокупный рейтинг двух общенациональных качественных газет («Известия» и «Коммерсантъ») в 1 квартале 2005 г. составлял 1,2% без учета пересечения аудиторий. В ходе исследования, проведенного в 2003 г. по заказу холдинга «Проф-медиа», было выяснено, что потреблять качественную информацию в различных форматах способны 39 млн. чел. (31% от населения страны старше 16 лет). Однако в ежедневном печатном виде это могут делать не более 5 млн. чел. (4%). Такова потенциальная аудитория российских качественных газет.

Несмотря на то, что женщины старше 16 лет в населении России составляют 55,1%, большая часть аудитории качественной прессы это мужчины. Коэффициенты affinity у мужчин лежат в диапазоне от 112 («Известия») до 136 («Эксперт» и «Секрет фирмы»), у женщин они составляют от 71 до 90. Читатели качественных изданий сравнительно молоды, высокообразованны и богаты. Так, 83% читателей «Коммер-

санта» моложе 55 лет, 61% имеют высшее образование, а 55% тратят на продукты питания менее половины семейного дохода. В то время как в населении в целом доля людей моложе 55 лет составляет 74%, высшее образование имеют 27%, а на продукты менее половины семейного дохода тратят 35%. Руководители и специалисты среди читателей журнала «Коммерсантъ-Власть» составляют 52% против 22% в населении страны в целом.

Различия касаются и отношения аудитории к публикуемой в изданиях информации. Читатели массовых изданий воспринимают практически любую информацию как шоу с архетипическим распределением ролей, что происходит за счет эксплуатации укорененных в сознании людей стереотипов. А для читателей качественной прессы средства массовой информации являются прежде всего источниками информации. Поэтому их тексты направлены не на закрепление, а на разрушение стереотипов, а параметр сложности текстов является второстепенным. По словам первого зам. главного редактора журнала «Эксперт» Т. Гуровой, в ходе исследований было установлено, что сложность текста как проблему при чтении журнала назвали не более 5-7% читателей издания.

Система ценностей аудитории качественной прессы также радикально отличается от системы ценностей остального населения. Зам. главного редактора газеты «Ведомости» К. Харатьян утверждает, что читатели его издания «считают себя патриотами в новом смысле этого слова, разделяют либеральные ценности и являются сторонниками западной демократии». В то же время по данным социологической компании «РОМИР-Мониторинг» (отчет за 2005 г.) лишь 18% граждан считают правильным движение России по пути стран Западной демократии, а 76% убеждены, что у России есть свой особый путь. Причем, 50% считают нормальным сосредоточение всей государственной власти в одних руках постоянно, а 27% допускают, что это может происходить в отдельные исторические периоды, в том числе сейчас.