Аудитория издания «1000 секретов»

NRS Россия Сентябрь 2020 - Февраль 2021

Mediascope

Содержание

1. Основные аудиторные показатели с. 6
2. Социально-демографический портрет аудитории с. 9

Аудитория издания «1000 секретов»

NRS Россия
Сентябрь 2020 - Февраль 2021

Mediascope

| © Mediascope

National Readership Survey – Россия: описание исследования

В отчете представлена информация по результатам National Readership Survey – Россия (100 тыс.+), проведенного в период Сентябрь 2020 - Февраль 2021

Цели исследования:
Оценка объемов аудитории периодических печатных изданий
Создание социально-демографического портрета аудитории
Описание потребительских характеристик аудитории.

Количество измеряемых изданий:
81 периодическое печатное издание.

Изучаемые характеристики читательских аудиторий:
Кроме оценки объемов аудиторий изданий NRS-Россия предоставляет информацию о социально-демографических характеристиках читателей изданий.
Исследование позволяет получить информацию о социально-демографической структуре населения России (100 тыс.+), и аудитории конкретных изданий по 17 характеристикам (пол, возраст, образование, занятость, доход, семейное положение, социальный статус, размер семьи и другие).
Проект направлен также на измерение базовых потребительских характеристик (проведение свободного времени, поездки за границу, наличие личного автомобиля и другие).

Генеральная совокупность:
Население городов России (с численностью100 тыс. человек и более) в возрасте 16 лет и старше.
Размер генеральной совокупности: 61 313,4 тыс. человек.

Метод:
Телефонное интервью и онлайн-опрос.
Используется компьютерная система телефонных опросов (CATI-Computer Assisted Telephone Interviewing).

National Readership Survey – Россия: описание исследования

Формирование выборки
Используется случайная двухступенчатая выборка.
На первой ступени телефонных номер домохозяйства случайным образом формируется компьютером с учетом общей базы АТС. В случае, если номер занят или не отвечает, проводится до 8 повторных звонков (call-back) в различные дни недели и в различное время суток.
На второй ступени для выбора респондента используется критерий «ближайшего дня рождения».
В случае если интервьюер дозвонился до домохозяйства, но нужный человек отсутствует, дополнительно проводится до 8 повторных звонков (call-back) в различные дни недели и в различное время суток.
По каждому телефонному номеру может быть проведено только одно интервью.

Размер выборки
В течение отчетного периода было проведено 21 339 завершенных интервью с жителями городов численностью 100 тыс. человек и более старше 16 лет.

Сроки проведения интервью
Интервью в рамках исследования были проведены в период: Сентябрь 2020 - Февраль 2021.

Время проведения интервью
С 17.00 до 22.00 часов в будние дни
С 11.00 до 16.00 часов в выходные дни.

Анализируемые статистики

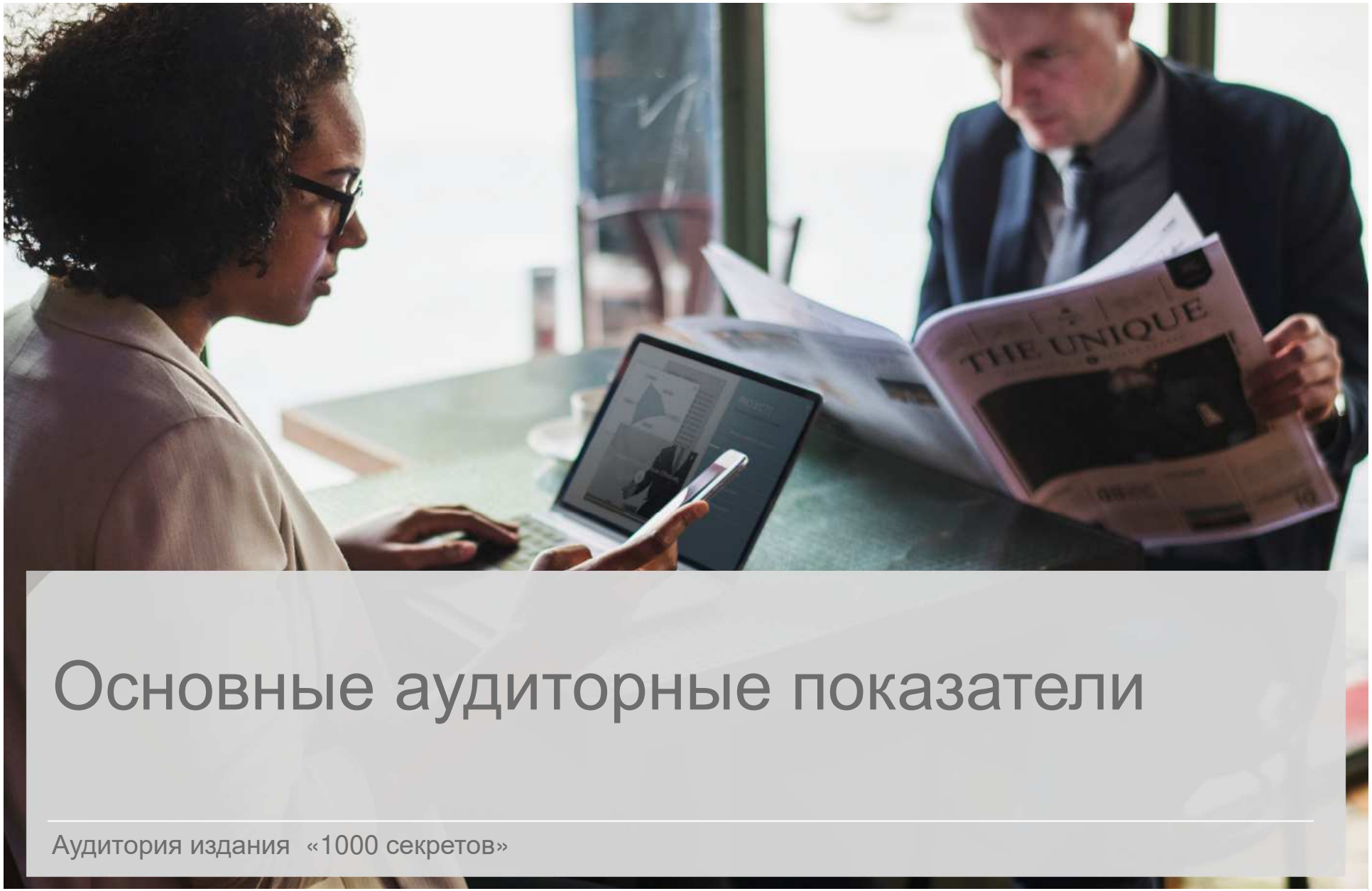
Total		Издание X			
		AIR	AIR%	% of AIR	Affinity Index
		149,4	3,8	100,0	100
Пол	Мужской	53,3	3,1	35,7	81
	Женский	96,1	4,3	64,3	115

Статистика AIR (Аудитория одного номера, Average Issue Readership, AIR)
Аудитория одного номера издания в тысячах человек среди всего населения или в целевой группе.
Например, усредненное количество читателей издания X составляет 149 400 человек, из них: 53 300 мужчин и 96 100 женщин.

Статистика AIR%
Аудитория издания в процентах среди всего населения или в целевой группе.
Например, 4,3% всех женщин России (100 тыс.+) (16+) являются читательницами издания X.

Статистика % of AIR
% от аудитории одного номера издания
Например, в аудитории издания X 35,7% составляют мужчины и 64,3% - женщины.

Статистика Affinity Index
Отношение аудитории издания в целевой группе (в %) к аудитории издания среди всего населения (в %).
Например, значение индекса для женщин составляет 115
Это означает, что в аудитории издания X доля женщин в 1,15 раза больше доли женщин в населении России (100 тыс.+) (16+).
Значение индекса от 115 и выше означает, что для представителей целевой группы читать издание X более характерно, чем для всего населения.
Значение индекса в пределах от 85 до 115 означает, что для представителей целевой группы читать издание X так же характерно, как и для всего населения.
Значение индекса от 85 и ниже означает, что для представителей целевой группы читать издание X менее характерно, чем для всего населения.



Основные аудиторные показатели

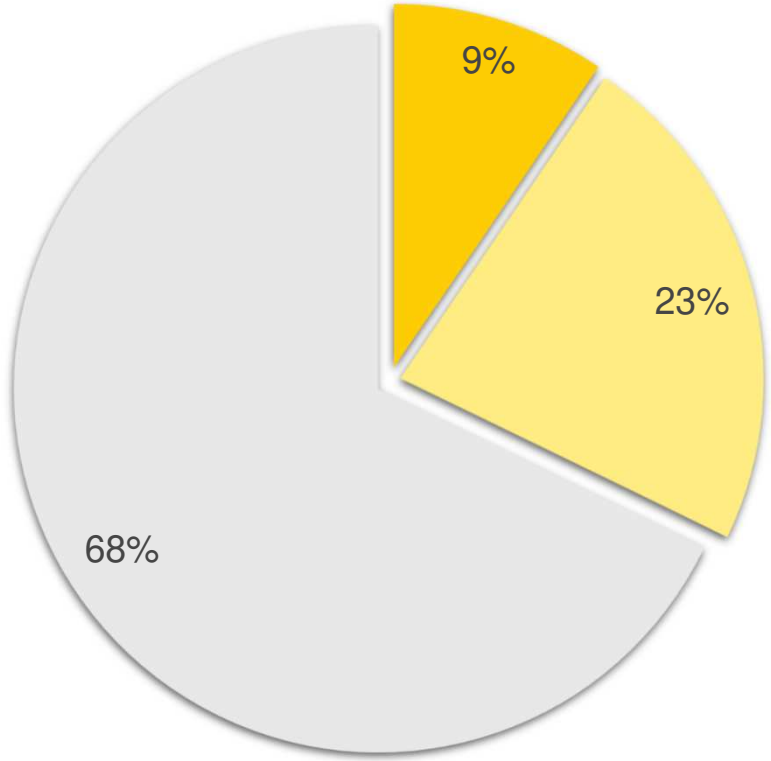
Аудитория издания «1000 секретов»

Аудиторные показатели издания «1000 секретов»

Усредненная аудитория одного номера (AIR):	774,1 тыс. человек
Накопленная аудитория (читали хотя бы 1 раз за полгода):	2382,5 тыс. человек

NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, тыс.чел.

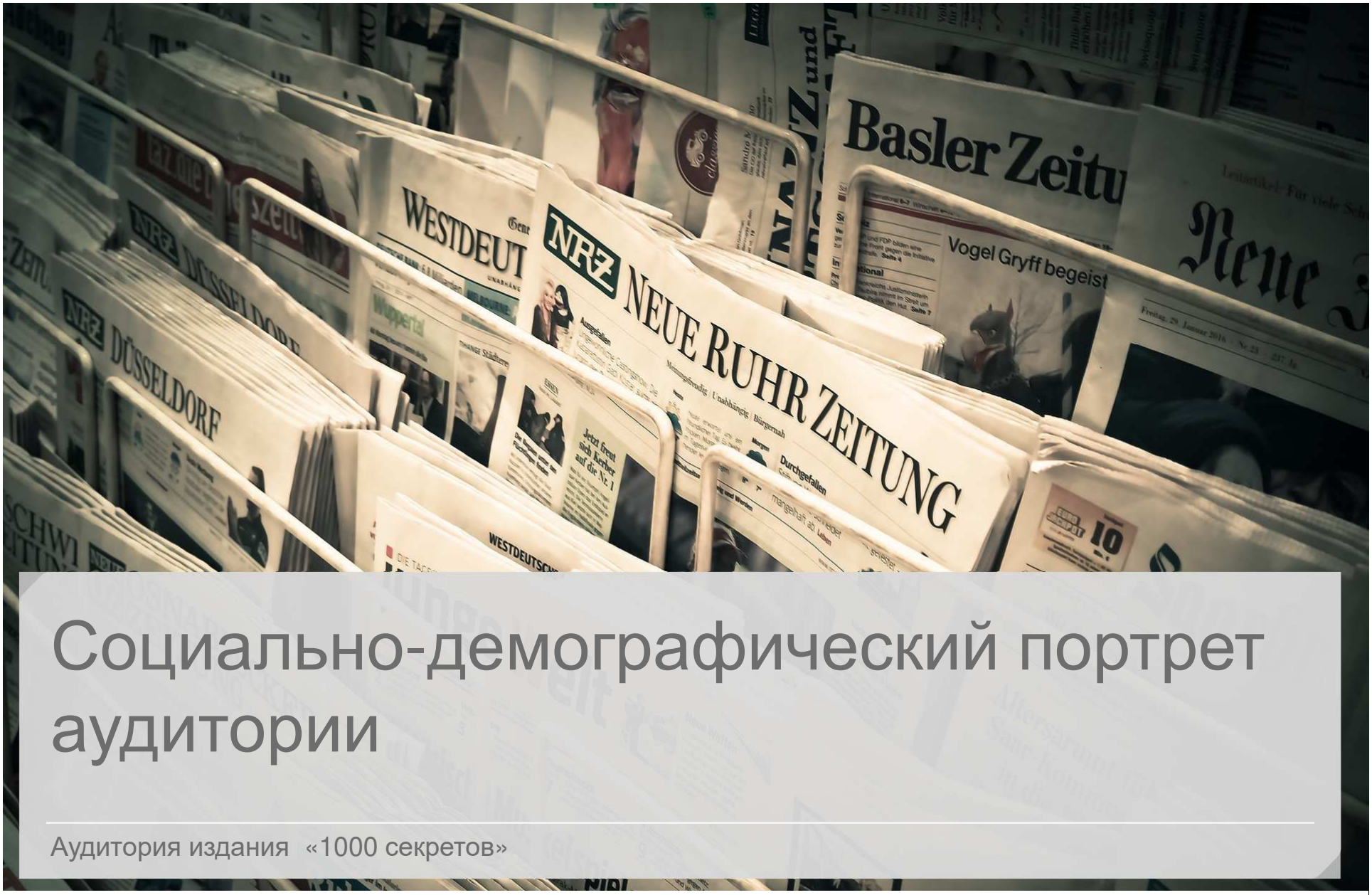
Частота чтения издания
(% в накопленной аудитории за полгода)



- Все, почти все номера
- Половину, больше половины номеров
- Меньше половины номеров

NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, %

** Здесь и далее % рассчитан среди ответивших на вопрос*

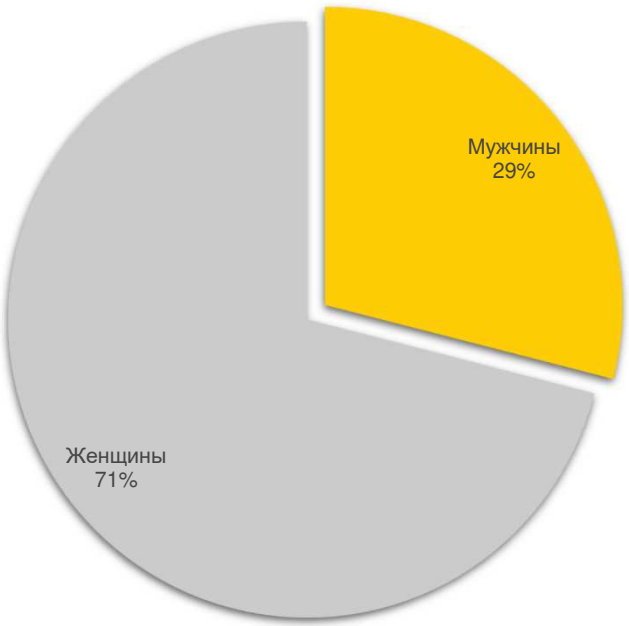


Социально-демографический портрет аудитории

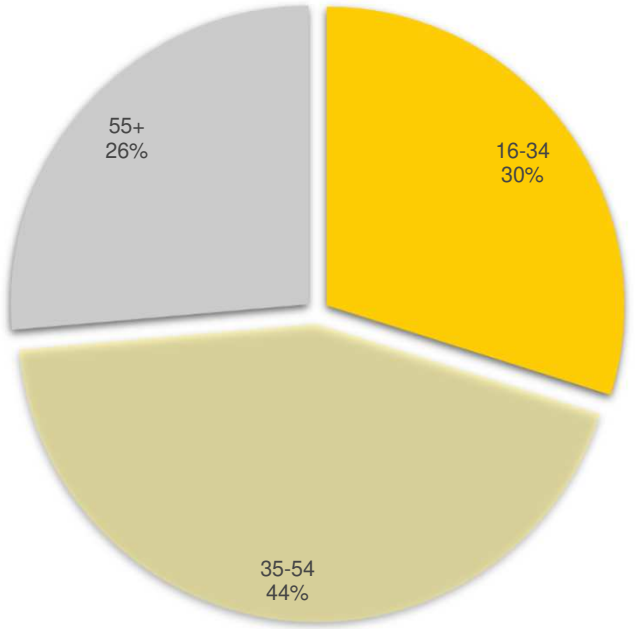
Аудитория издания «1000 секретов»

Структура аудитории по полу и возрасту (% в аудитории издания, AIR)

Пол



Возраст

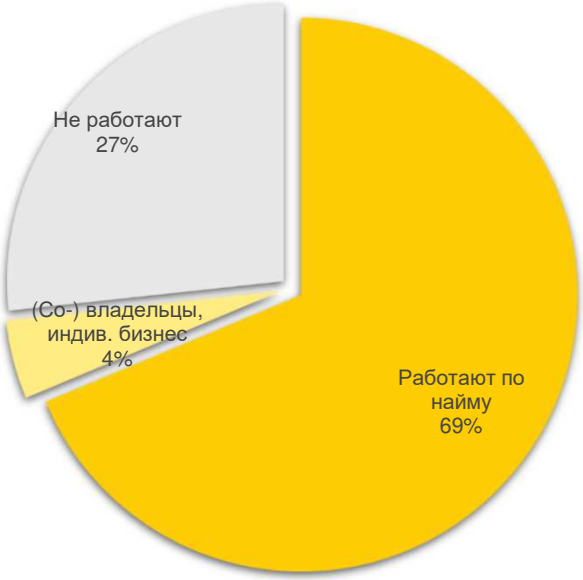


NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, % of AIR

Структура аудитории по социальному статусу и занятости (% в аудитории издания, AIR)

Социальный статус

Занятость

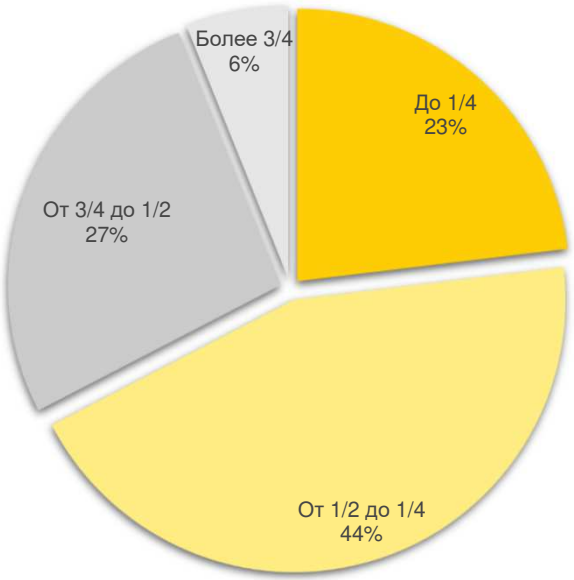


NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, % of AIR

**Домохозяйки, учащиеся, безработные, нет ответа*

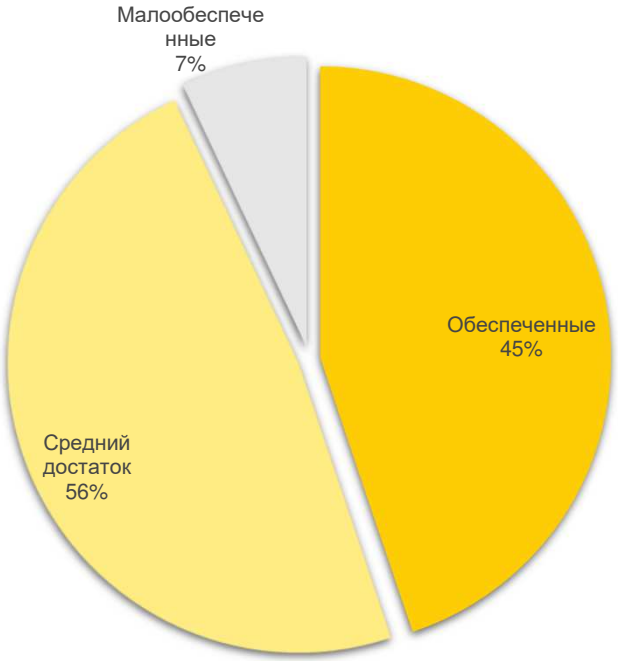
Структура аудитории по доле затрат на продукты питания и материальному положению (% в аудитории издания, AIR)

Доля затрат на продукты питания от общего семейного дохода



Вопрос задается читателям старше 18 лет

Материальное положение



Малообеспеченные – не хватает на еду; хватает на еду, но не на одежду

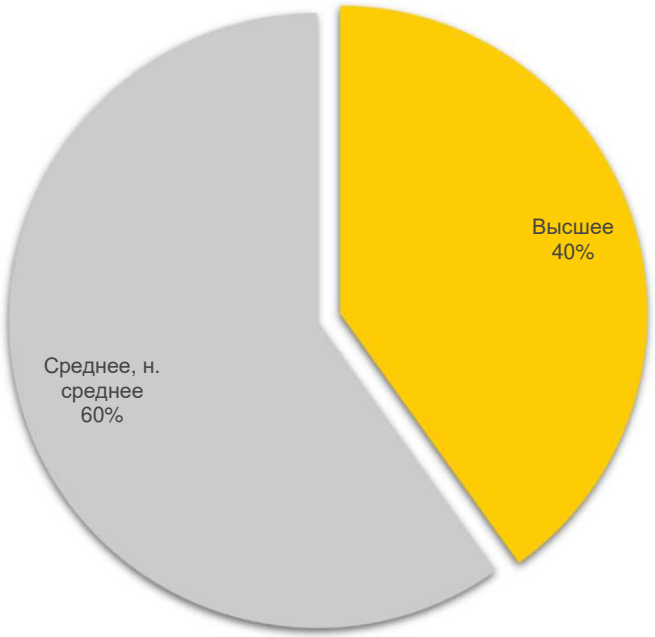
Средний достаток – хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи

Обеспеченные – покупают дорогие вещи; полный достаток

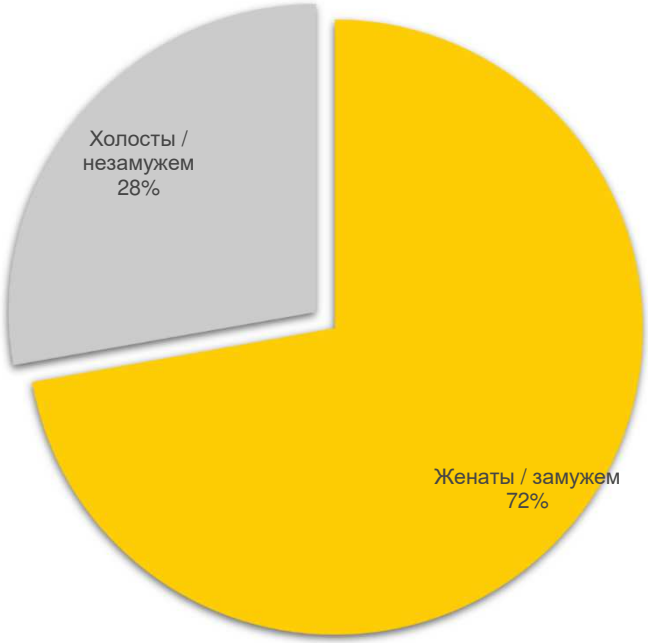
NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, % of AIR

Структура аудитории по образованию и семейному положению (% в аудитории издания, AIR)

Образование



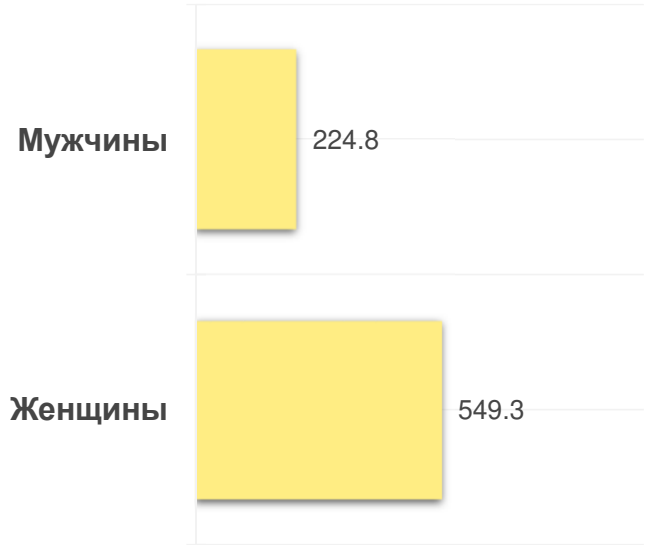
Семейное положение



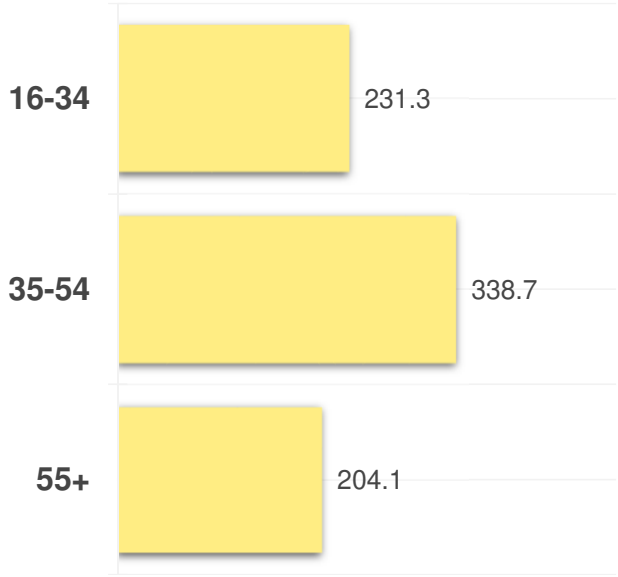
NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, % of AIR

Пол и возраст
(AIR, тыс. человек)

Пол



Возраст

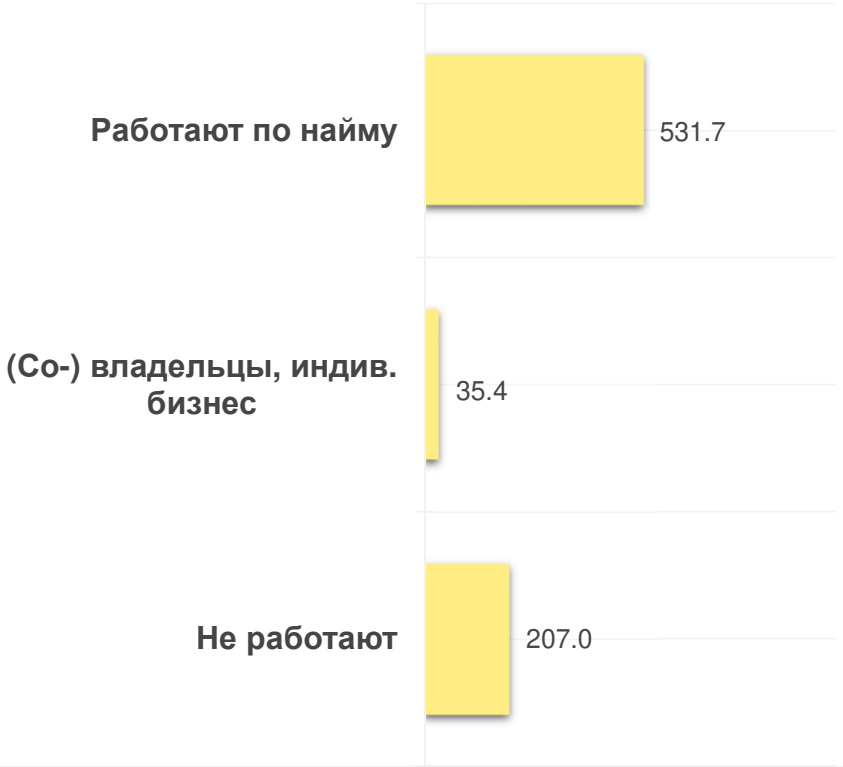


NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, AIR

Социальный статус и занятость (AIR, тыс. человек)

Социальный статус

Занятость

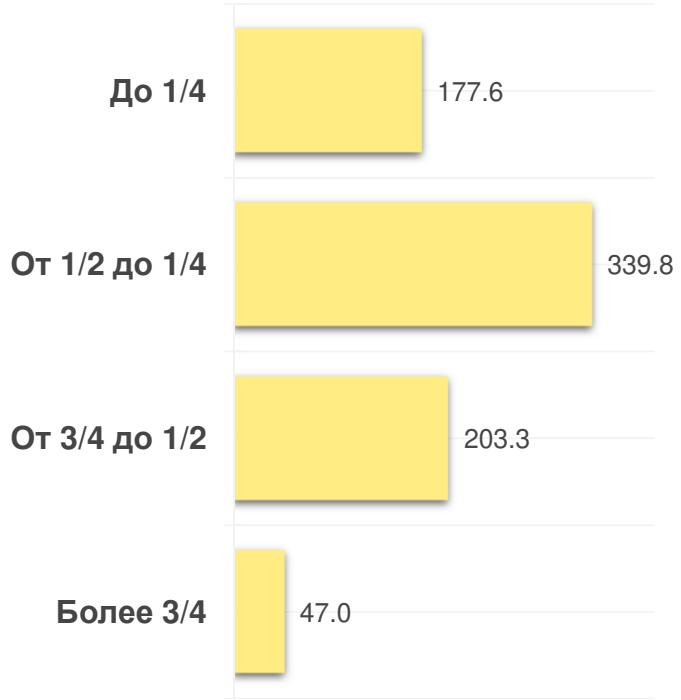


NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, AIR

**Домохозяйки, учащиеся, безработные, нет ответа*

Доля затрат на продукты питания и материальное положение (AIR, тыс. человек)

Доля затрат на продукты питания от общего семейного дохода



Материальное положение

Малообеспеченные – не хватает на еду; хватает на еду, но не на одежду

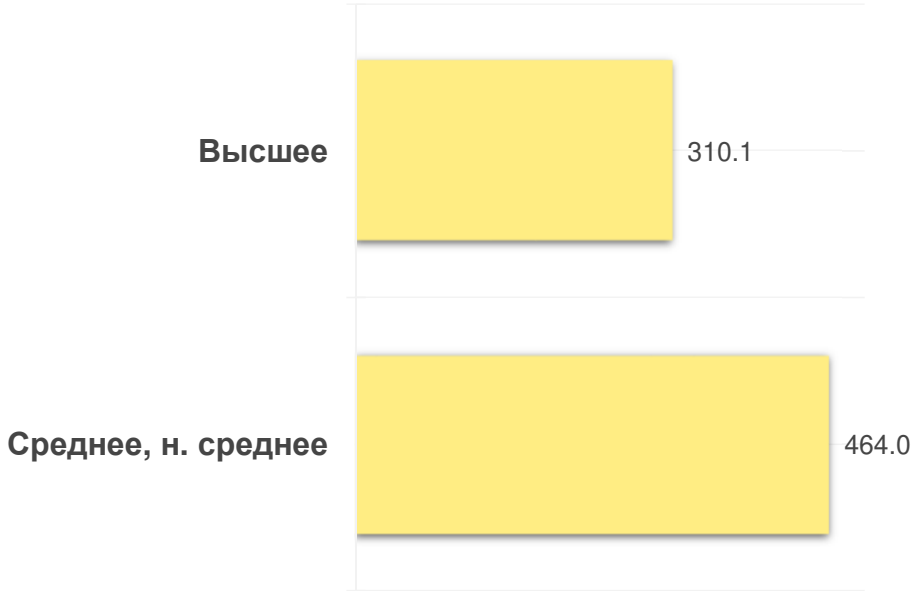
Средний достаток – хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи

Обеспеченные – покупают дорогие вещи; полный достаток

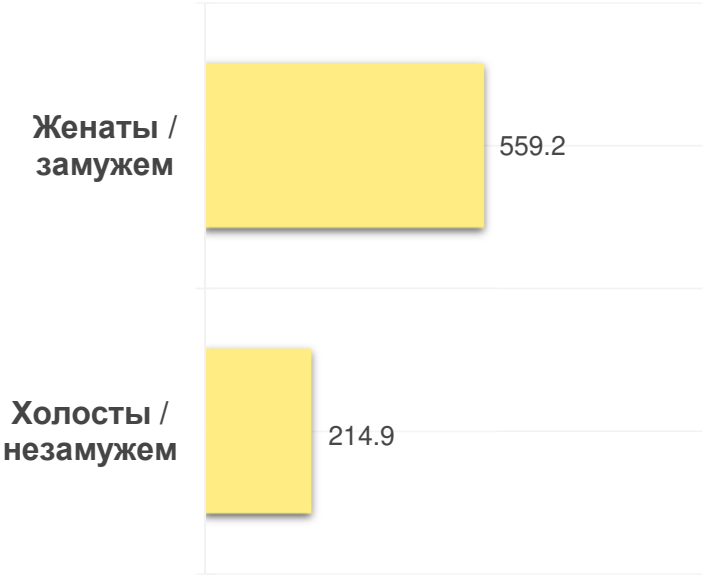
NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, AIR

Образование и семейное положение (AIR, тыс. человек)

Образование



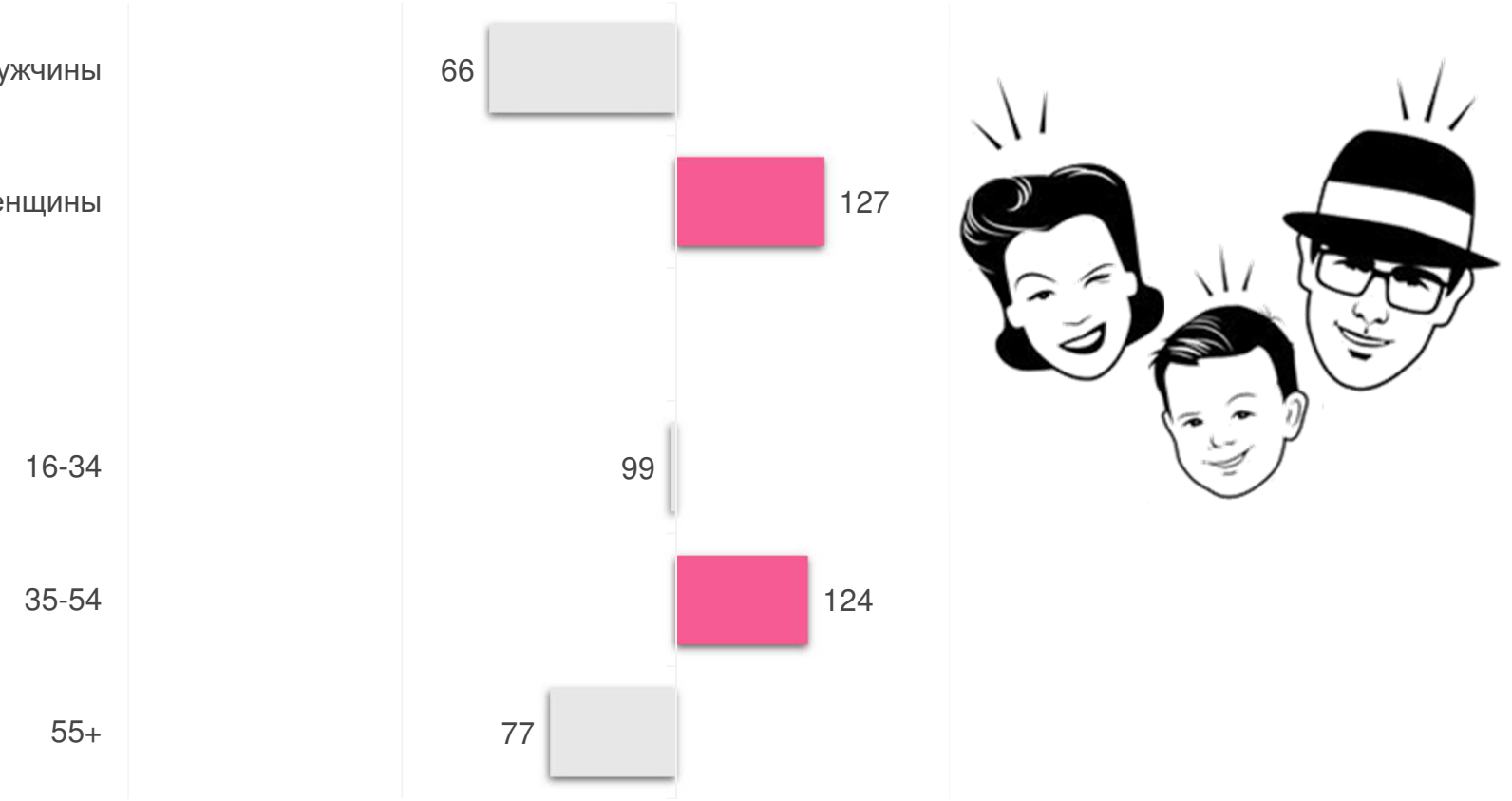
Семейное положение



NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, AIR

Индекс соответствия издания целевым группам
Пол / Возраст (Affinity Index)

Affinity Index показывает отношение доли социально-демографической группы в аудитории издания к доле в населении России (100 тыс.+) в целом (16+). Значение индекса больше 115 говорит о профильности издания для группы



NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, Affinity Index

Индекс соответствия издания целевым группам
Социальный статус / Занятость (Affinity Index)

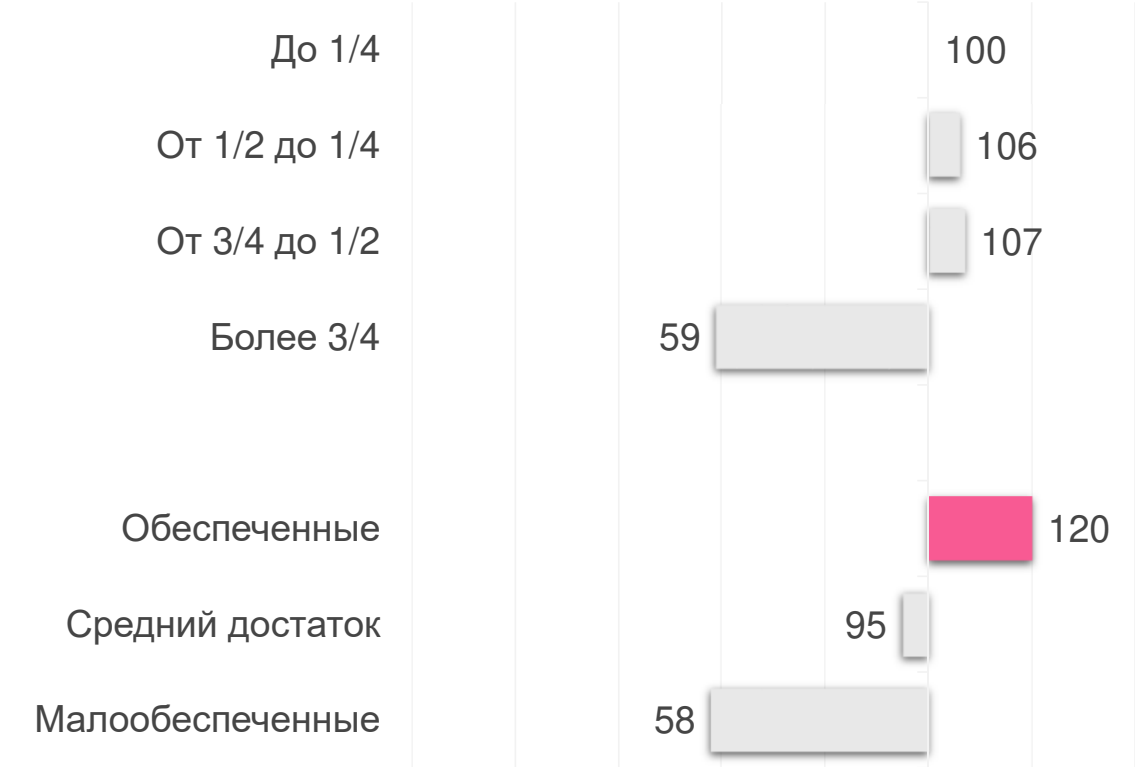
Affinity Index показывает отношение доли социально-демографической группы в аудитории издания к доле в населении России (100 тыс.+) в целом (16+). Значение индекса больше 115 говорит о профильности издания для группы

NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, Affinity Index

**Домохозяйки, учащиеся, безработные, нет ответа*

Индекс соответствия издания целевым группам
Доля затрат на продукты питания / Материальное положение (Affinity Index)

Affinity Index показывает отношение доли социально-демографической группы в аудитории издания к доле в населении России (100 тыс.+) в целом (16+). Значение индекса больше 115 говорит о профильности издания для группы



Малообеспеченные – не хватает на еду; хватает на еду, но не на одежду

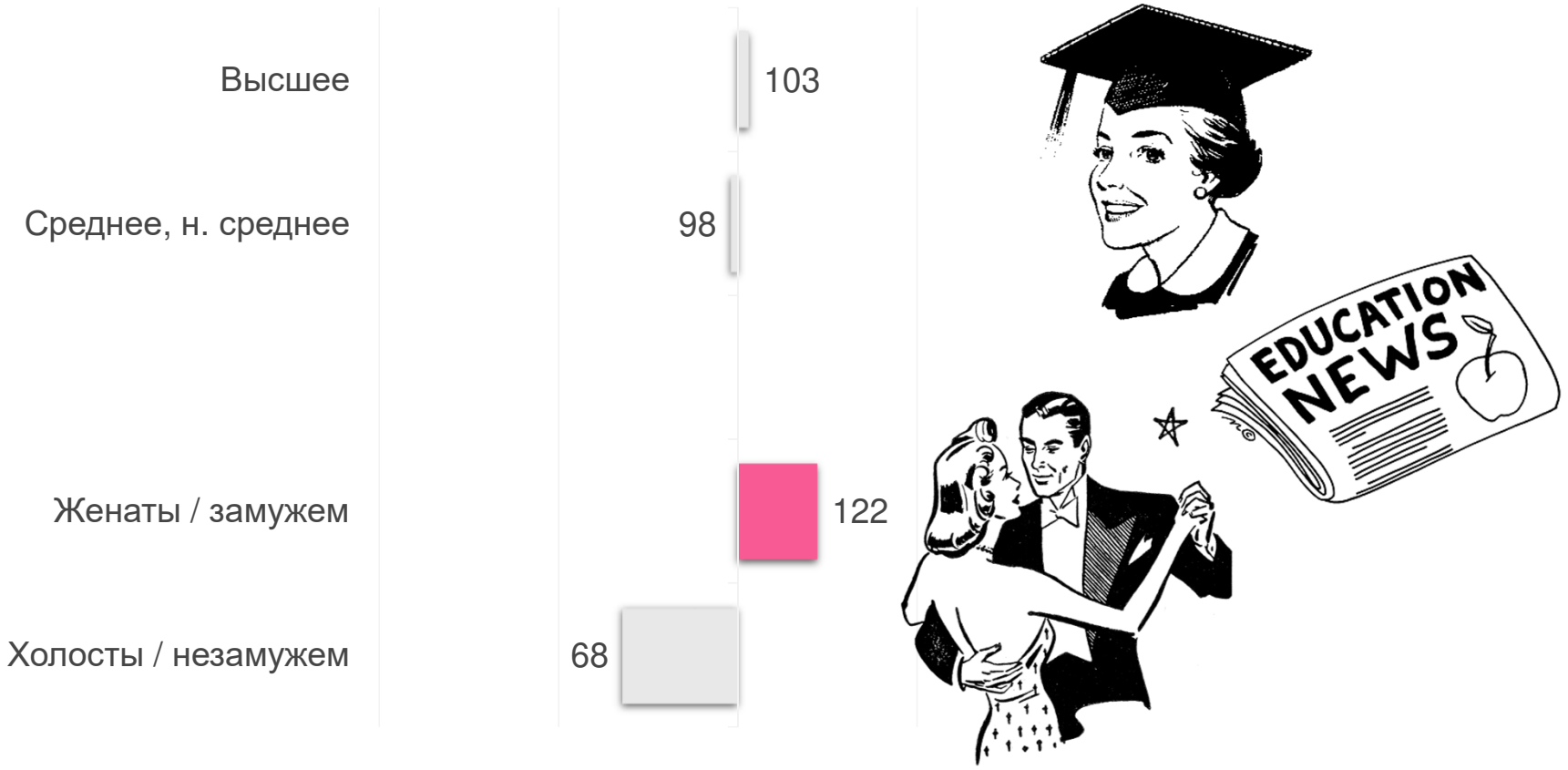
Средний достаток – хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи

Обеспеченные – покупают дорогие вещи; полный достаток

NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, Affinity Index

Индекс соответствия издания целевым группам Образование/Семейное положение (Affinity Index)

Affinity Index показывает отношение доли социально-демографической группы в аудитории издания к доле в населении России (100 тыс.+) в целом (16+). Значение индекса больше 115 говорит о профильности издания для группы



NRS Россия (100 тыс.+), Сентябрь 2020 - Февраль 2021, Affinity Index

Mediascope

127018, Москва, ул. Двинцев, д. 12, к. 1
Бизнес-центр «Двинцев»
тел. +7 (495) 935-87-18

www.mediascope.net