

«Наш журнал»: ИТОГИ АНКЕТИРОВАНИЯ



В этом году «Миру ПК» исполняется 15 лет. Конечно, юбилейный год — особый: это время переосмысления пройденного пути, время формирования новых творческих планов. Вот почему для нас очень важно было «сверить часы», понять, что в публикуемых материалах более всего привлекает читателей, а что, наоборот, несколько разочаровывает. Чтобы получить достаточно информативный срез мнений читательской аудитории, мы впервые в истории журнала прибегли к анкетированию через электронное приложение «Мир ПК — диск».

Столь необычная форма опроса имеет определенные преимущества перед более привычными подходами, такими как опросы специализированных служб и агентств, анкетирование на компьютерных выставках и через Интернет. Поскольку приложение «Мир ПК — диск» выходит ежемесячно, с каждым печатным номером журнала (т. е. доступно любому читателю), заполнение анкеты обусловлено только желанием читателя (не требует его физического присутствия в конкретном ме-

сте в конкретное время, как при опросе на выставках) и свободно от трудностей Web-навигации и от участия посторонних людей (как в случае анкетирования через сайт).

Анкета «Наш журнал» была опубликована в двух выпусках «Мир ПК — диск»: мартовском и апрельском. Затем вплоть до июня, т. е. в течение трех месяцев с момента первой публикации, мы собирали заполненные анкеты. Настало время провести их анализ и представить полученные результаты.

Итак, в общей сложности после фильтрации «шума» (множественных анкет от одних и тех же респондентов, дублированных анкет и анкет с заведомыми ошибками) мы получили 335 заполненных анкет. Технологически заполнение было совмещено с отправкой данных на специальный сервер (по HTTP-протоколу, без использования почтовых сервисов) в рамках Интернет-сеанса (другими словами, напоминало заполнение форм на сайте с той лишь разницей, что форма анкеты была приближена к пользователю — перемещена с сайта на компакт-диск).

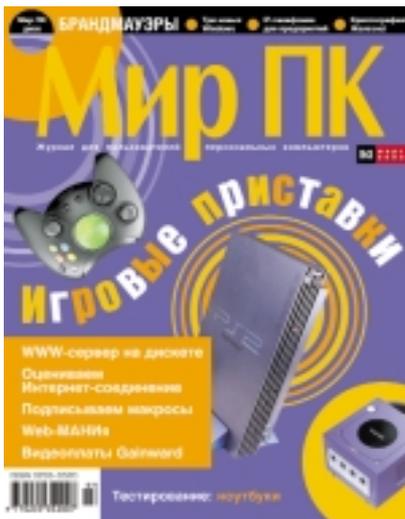
Сама анкета, состоящая из десяти вопросов, неявно делилась на две части: обобщенное представление читателя о журнале (какие разделы в нем интересны, какие наиболее удачны, насколько нравится оформление, что хотелось бы видеть в CD-приложении) и собственно данные о респонденте (возраст, пол, место жительства, социальный статус, другие читаемые им издания «Открытых систем», длительность знакомства с журналом).

Данные о респондентах давали возможность оценить, насколько представитель был сам опрос (не слишком ли специфической оказа-

лась та активная часть нашей читательской аудитории, которая решилась заполнить и отправить анкету). Их обязательно нужно учитывать, чтобы критически оценивать степень достоверности собранной информации.

Поэтому анализ полученных результатов мы и начнем именно с портрета респондента. Ключевым оказался вопрос о **возрасте** (напомню, что он требовал явного ввода значения, а не ограничивался фиксированным диапазоном). Самыми весомыми стали две возрастные категории: до 17 лет (37,91%) и от 18 до 24 лет (29,25%), что дало в общей сложности 67,16%, т. е. чуть более 2/3 от общего числа респондентов. Читателей в старшей возрастной группе (традиционно более консервативной и менее активной) оказалось, как мы и предполагали, заметно меньше (32,84%). Эта группа при анализе анкет была нами разбита на три категории: от 25 до 34 лет (17,01%), от 35 до 44 (11,34%) и свыше 44 лет (4,48%). Другими словами, можно вполне уверенно говорить о том, что журнал читает пре-





имущественно молодежь (школьники и студенты), но, как минимум, треть его аудитории (а в действительности даже больше) — это уже зрелые люди с четко сформировавшимися взглядами и интересами.

Следующим по важности вопросом был пункт в анкете, касающийся **места жительства**. Больше всего среди респондентов оказалось представителей крупных нестоличных городов (свыше 300 тыс. жителей, за вычетом Москвы и С.-Петербурга). Их доля составила 52,84%. Далее шли жители провинциальных городов (менее 300 тыс. жителей): 27,76%. Удельный вес мегаполисов оказался относительно невысок (9,85% для Москвы и 2,99% для С.-Петербурга). И наконец, доля респондентов, проживающих в сельской местности, составила 6,57%. В данном случае с некоторой осторожностью можно гово-

рить о том, что журнал имеет куда более солидные позиции в регионах, нежели в столичных городах.

При делении по **половому признаку** в отношении традиционного доминирования мужской части аудитории никаких принципиально новых и обнадеживающих данных опрос не дал: 93,73% мужчин и 6,27% женщин.

Что касается вопроса о **социальном статусе**, то в нем, как показало анкетирование, недостаточно четко были обозначены непересекающиеся категории, что привело к определенным проблемам самоидентификации респондентов. Тем не менее результаты таковы. Самую большую долю составили учащиеся и студенты — 38,81% (сопоставьте с соответствующей младшей возрастной группой до 24 лет, где оказалось 67,16%). К категории служащих себя причисляют 34,63% респондентов, рабочих — 7,76%, предпринимателей — 3,88%. Доля же респондентов, назвавших свой статус отличным от всех вышеперечисленных, составила около 15%, что говорит о недостаточно корректном определении в вопросе самих категорий.

Нам было интересно узнать мнение читателей о **других изданиях** нашего издательского дома. Явным фаворитом оказался еженедельник Computerworld — его читают 30,45%, при этом 43,28% респондентов (напомню — читателей «Мира ПК») вообще не читают других изда-

ний «Открытых систем». Довольно часто упоминались в анкетах Publish, Windows & .NET Magazine/RE, «Открытые системы», «Сети», LAN, «Выбор за вами / Автомобили».

Наконец, последним важным штрихом к портрету читательской аудитории стал вопрос о **длительности знакомства** с журналом. Здесь разбиение на категории оказалось предельно сбалансированным: 25,07% респондентов читают журнал менее одного года; 25,67% — от года до двух; 24,18% — от трех до четырех лет и 25,08% — пять лет и более.



Подводя краткие итоги анализа первой половины вопросов, касающихся данных о самих респондентах, и принимая во внимание сопоставимые масштабы ответивших на вопросы по сравнению с традиционным для «Мира ПК» анкети-

Таблица 1. Мнение о разделах журнала

Разделы	Интересуют	Удачные	Удовлетворенность
Программное обеспечение	88,66	60,00	67,68
Аппаратные средства	75,52	58,51	77,47
Мультимедиа	70,45	40,00	56,78
Компьютер дома	69,55	44,48	63,95
Интернет	48,66	34,33	70,55
Сети	34,33	17,01	49,57
Студия программирования	24,48	15,82	64,63
Книжная полка	17,31	3,88	22,41
Форум	14,93	5,37	36,00
Macworld	12,24	7,76	63,41
Шахматная страничка	5,37	1,79	33,33

Таблица 2. Пожелания к разделам диска

Категории материалов CD-приложения	Доля, %
Свободно распространяемое и условно-бесплатное ПО	77,01
Архив статей журнала	48,36
Ознакомительные версии коммерческого ПО	48,06
Электронные публикации	44,48
Каталоги сайтов	43,88
Учебные курсы и обучающие программы	37,91
Каталоги аппаратных средств	37,31
Каталоги программных продуктов	36,12
Игры и развлечения	34,33
Новый номер журнала	31,64
Авторские проекты	16,12

рованием на лучший продукт года (где в течение семи месяцев поступает около тысячи анкет), можно уверенно говорить о вполне представительном срезе читательской аудитории в рамках нынешнего анкетирования.

Теперь о главной части анкеты «Наш журнал» — мнении читательской аудитории. Первые два вопроса («Какие разделы журнала вас интересуют?» и «Материалы из каких разделов вы считаете самыми удачными?») тесно взаимосвязаны (можно было выделять несколько разделов, что, собственно, и происходило). Здесь при ответе возможны следующие ситуации: указывается раздел в обоих вопросах (это идеал, говорящий о «точности попадания» материалов), указывается раздел в первом вопросе и не упоминается во втором (не самая лучшая ситуация, говорящая о несоответствии материалов ожиданию читателя), указывается раздел во втором случае и не указывается в первом (респондент подчеркивает высокое качество второстепенных для него материалов). Наконец, худший случай — раздел не указывается ни в одном пункте (значит, для данного респондента он как бы вообще не существует). В табл. 1 приведено распределение разделов (в процентах от общего числа респондентов) по **интересу к нему читателей и качеству** опубликованных материалов, а также введен показатель удовлетворенности читательского интереса (процентное соотношение качества и интереса).

В вопросе об **оформлении** 41,79% респондентов ответили, что оно хорошее, 36,42% считают, что отличное, и 5,97% оценивают оформление как превосходное. В общей сложности это составляет 84,18%, что не может не радовать. Относительно невысоким оказался процент тех, кого качество дизайна вообще не интересует (7,16%). Оформление не нравится 0,9% рес-

пондентов. Наконец, 7,76% оценили его как вполне приемлемое.

В рамках анкетирования был задан и вопрос об интересе читателей к новой для «Мира ПК» форме: ежемесячному **CD-приложению**. Естественно, при ответе читатели оттапливались прежде всего от того, что они привыкли видеть на CD-приложениях других изданий (бесплатные и условно-бесплатные программы, а также вышедшие статьи в электронном виде). Концепция приложения «Мир ПК — диск» существенно отличается от сложившихся стереотипов. Тем интереснее было узнать о потребностях читателей до ее изложения и получения более-менее сбалансированного воплощения идей. Данные приведены в табл. 2.

Если говорить не только о содержании, но и о форме, то принципиальным подходом к материалам на CD является практически полный отказ от привычного формата HTML в пользу активно развиваемого мультимедийного формата Adobe PDF (именно Adobe PDF, а не просто PDF, поскольку значимой является интерпретация PDF-файлов средой Adobe Reader 6.0) с привлечением XML в качестве важного связующего механизма.

К сожалению, в рамках этой статьи нет возможности дать более подробный анализ результатов с точки зрения конкретных катего-

рий респондентов (срезы по отношению к данным о респонденте и его интересам). Ограничимся парой слов о специфике двух возрастных групп: младшей (до 24 лет) и старшей (свыше 25 лет). Очевидными оказались результаты знакомства этих групп с журналом: младшая читает его преимущественно не более двух лет (60,88%), тогда как старшая — дольше трех (69,07%). Распределение по месту жительства и половому признаку расходится крайне незначительно.

А вот интересы и мнения читателей заметно различаются. В пятерке самых востребованных разделов приоритеты таковы. Для младшей группы: «Программное обеспечение» (88,44%), «Мультимедиа» (73,33%), «Аппаратные средства» (72,00%), «Компьютер дома» (69,78%), «Интернет» (50,67%). Для старшей: «Программное обеспечение» (89,09%), «Аппаратные средства» (82,73%), «Компьютер дома» (69,09%), «Мультимедиа» (64,55%), «Интернет» (44,55%). Что касается удовлетворенности интереса, то здесь пятерки выглядят так. Для младшей группы: «Аппаратные средства» (79,01%), «Программное обеспечение» (67,84%), «Интернет» (65,79%), «Компьютер дома» (64,97%), «Студия программирования» (64,29%). А для старшей: «Интернет» (81,63%), «Аппаратные средства» (74,73%), «Программное обеспечение» (67,35%), «Студия программирования» (65,38%) и «Компьютер дома» (61,84%).

Большое спасибо всем, кто откликнулся на нашу просьбу принять участие в анкетировании. И в заключение о поощрениях. Участники опроса, выбранные случайным образом с помощью компьютера из общего числа респондентов, как мы и обещали, получают подписку на наш журнал с CD-приложением. Их имена будут опубликованы в одном из следующих номеров журнала. ■

*Руслан Богатырев,
bogatyrev@pcworld.ru*

