

**Гамс Э.С. Исследование запросов читателей на основе анализа подписки на российские периодические издания в Эстонии// Тезисы докладов и выступлений на II Всероссийском социологическом конгрессе**

**"Российское общество и социология в XXI веке: социальные вызовы и альтернативы": В 3 т. - М.: Альфа-М, 2003. – Т. 2 - С. 54-55.**

Два раза в год осенью и весной эстонское предприятие «Эдусамм-Пост» проводит подписку на российские периодические издания с помощью специально издаваемого выпуска почтового каталога, а в местностях с наибольшей плотностью русскоязычного населения (в городах Таллинн, Нарва, Кохтла-Ярве, Йыхви) – в пунктах приёма подписки. Отличительной особенностью последних выпусков явилось то, что в них представлено большинство из 663 журналов по 45 тематическим рубрикам, распространяемых ООО «Агентство «Книга-Сервис» в Российской Федерации и странах СНГ по Объединённому каталогу «Пресса России», том 1 «Российские и зарубежные газеты и журналы» и представляющих интерес для широкого круга читателей.

Следует отметить, что на «Эдусамм-Пост» приходится до 70% рынка подписки на российскую периодику, а доля русскоязычного населения в Эстонии по данным The World Factbook 2002 составляет 28,1%. Лидерами по объёму подписки среди разделов тематического указателя стали «История. Общество. Политика» (30,8%), «Искусство. Культура. Эстетика» (17,3%), «Автомобили» (12,3%), «Семья. Дом. Быт. Досуг» (10,1%), «Издания для женщин» (6,5%), «Детские и молодежные издания» (5,7%), «Интерьер. Офис и офисное оборудование» (5,0%). Более половины всех подписчиков (55,3%) старше 40 лет.

Несмотря на то, что количество и спектр изданий, включаемых в каталог, ежегодно увеличивается, абсолютное число подписчиков внутри всех рубрик по сравнению с 1997 годом, за исключением «Искусство. Культура. Эстетика», продолжает уменьшаться. Это свидетельствует, во-первых, о том, что за последнее десятилетие сформировался сегмент