

## Оглавление

1. Методика проведения опроса и анализа: .....	3
2. Пресса .....	4
<b>Медиапредпочтения печатных изданий</b> (для изданий с количеством упоминаний от 2% - более темным цветом выделены бесплатные издания) .....	4
3. Радиостанции.....	5
<b>Медиапредпочтения радиостанций</b> .....	5
4. Телеканалы .....	6
<b>4.1. Медиапредпочтения телеканалов</b> .....	6
<b>4.2. Распорядок просмотра в рабочие дни</b> .....	7
<b>4.3. Распорядок просмотра в выходные дни</b> .....	8
<b>4.4. Сводная диаграмма расписания просмотра в рабочие дни и выходные</b> .....	9
4.5. Сравнение аудиторий ведущих телеканалов в прайм-тайм (17 – 23 часов, вся неделя) .....	10
4.6. Сравнение аудиторий телеканалов в прайм-тайм (19 – 23 часов) в выходные.....	11
4.7. Доли аудитории для телепередач-лидеров .....	12
4.8. Продолжительность телесмотра .....	12
4.9. Портрет аудитории телеканалов в целом и аудитории телепередач-лидеров .....	13
<b>4.10. Пересечение аудитории телеканалов</b> .....	14