

МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА

2009

2 исследования

Телевидение глазами
телезрителей

[Оффлайн опрос]

Городское население России 15+

Это ≈ **87 млн** чел, среди которых
39 млн чел (45%) пользователи интернета

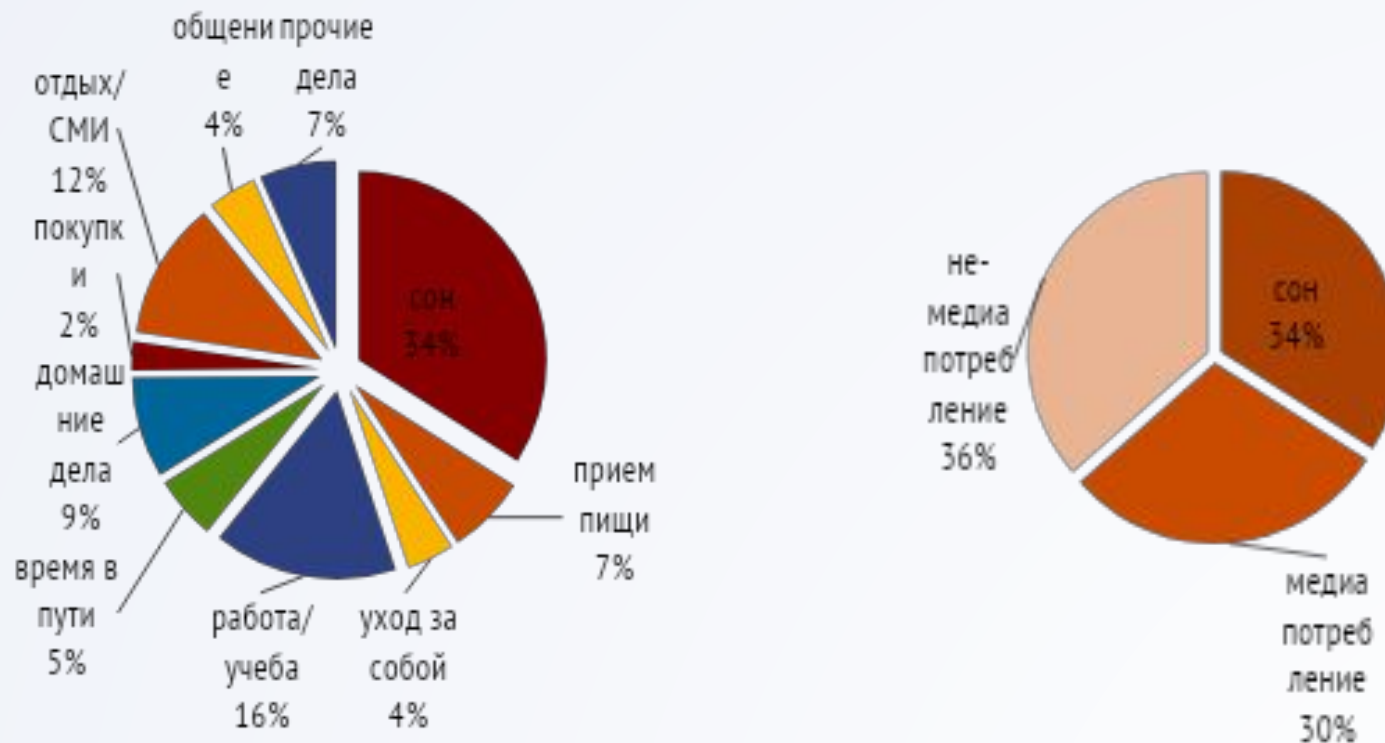
Медиапотребление активных
пользователей интернета

[Онлайн опрос]

Активные пользователи интернета
в городском населении России 15+

Это ≈ **65%** от всех пользователей интернета,
или **25 млн** чел (29% городского населения 15+)

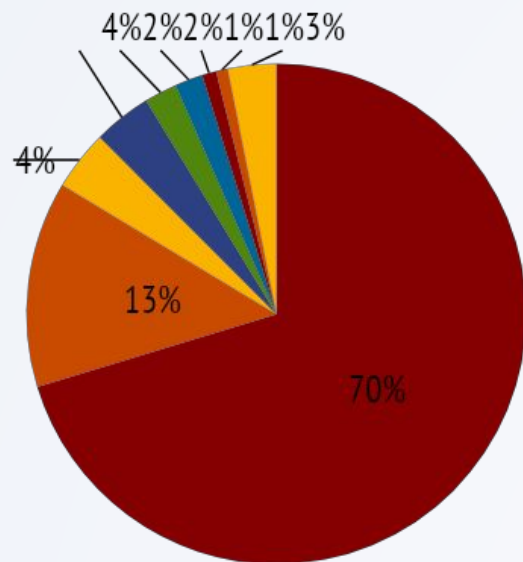
НА ЧТО И СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ ТРАТЯТ ЛЮДИ В ТЕЧЕНИЕ ДНЯ



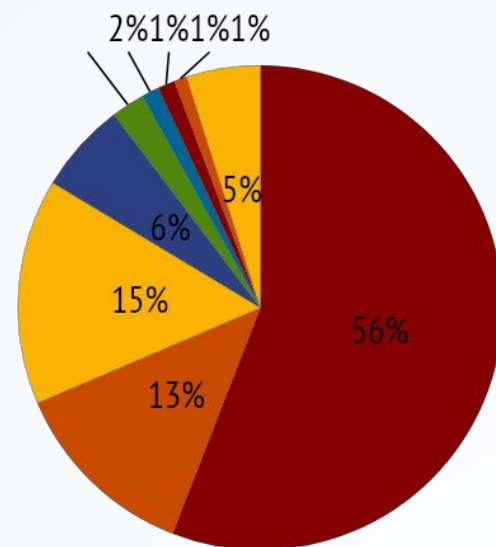
Медиапотребление российских горожан составляет 7:01 часов в сутки, а пользователей Интернета – 7:05 часов в сутки.

БЮДЖЕТ ВРЕМЕНИ

Все горожане

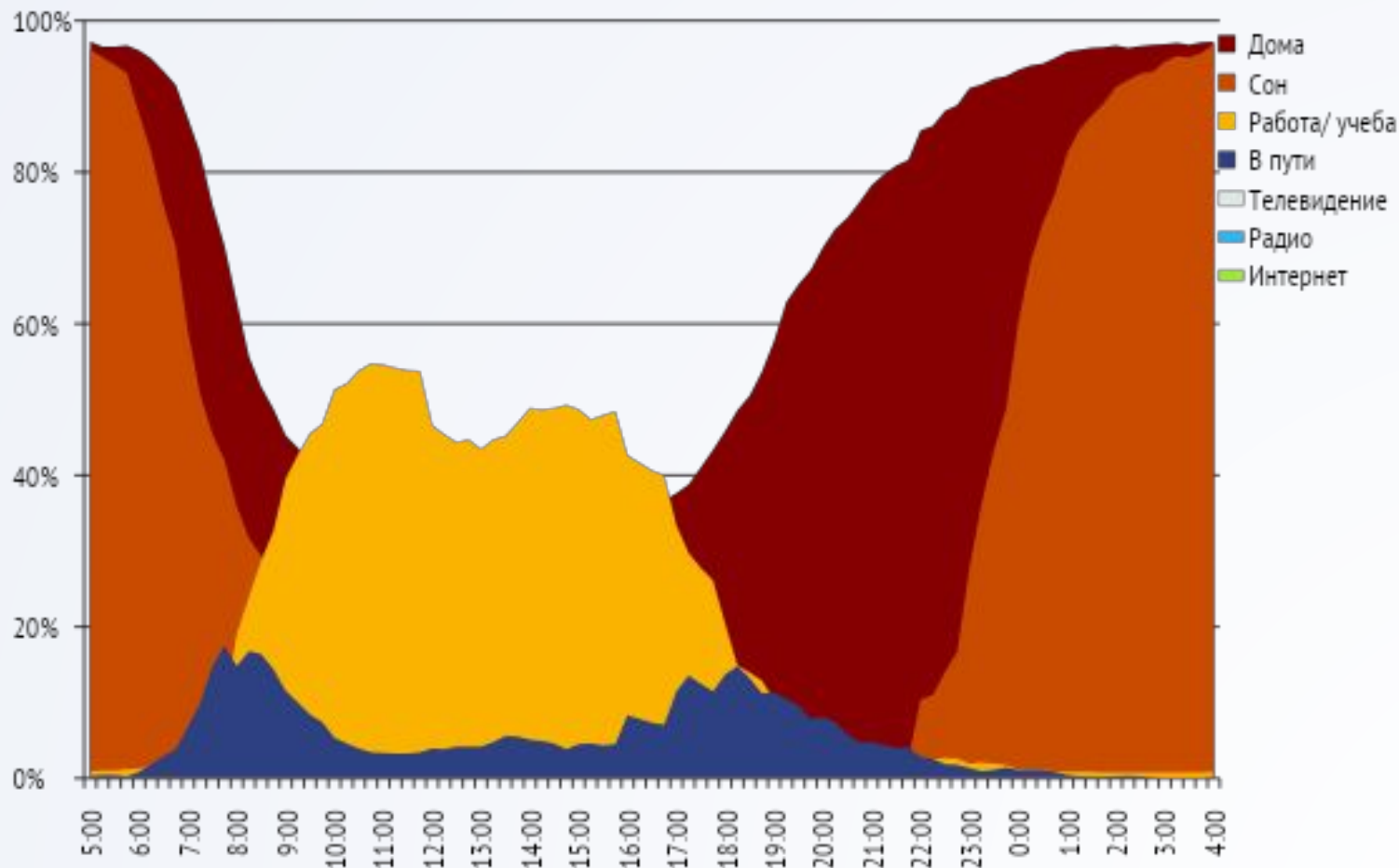


Пользователи Интернета



МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА В ТЕЧЕНИЕ ДНЯ

Охват медиа среди пользователей Интернета(%)



ТИПЫ КОНТЕНТА

Автономные медиа

Носители информации, считывающие и пишущие устройства

Диски с видео

Кассеты

Диски с аудио и ПО

Книги



Коммуникационные медиа



Видеофайлы

Аудиофайлы

Электронные книги

ПО



Вещательные медиа

Высокочастотные и низкочастотные каналы вещания



Интернет-ТВ

Онлайн-газеты

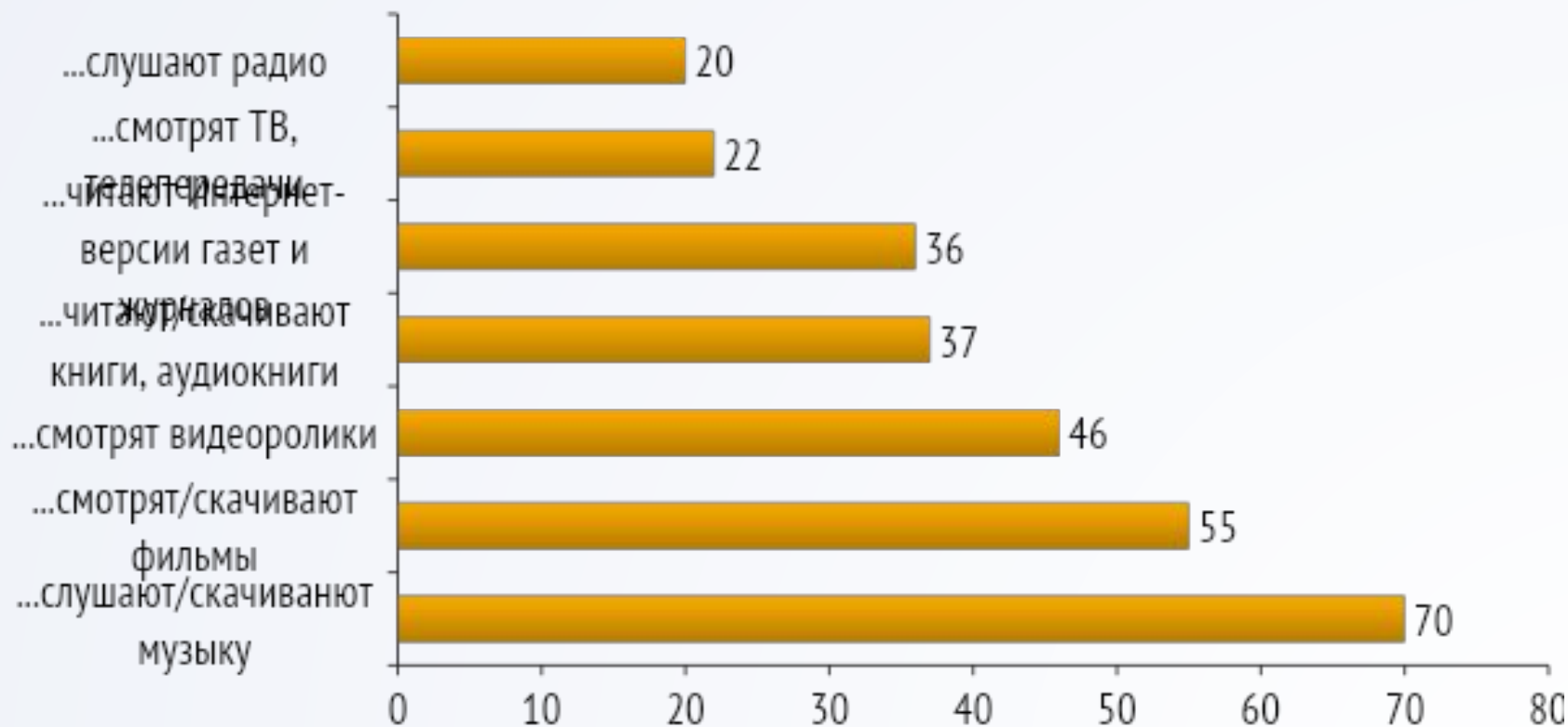
Интернет-радио



МЕДИЙНЫЙ КОНТЕНТ – ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

через Интернет...

Доля (%) активных Интернет-пользователей



ТЕЛЕВИЗИОННЫЙ КОНТЕНТ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Бывает ли так, что Вы специально ищете в Интернете какую-либо телепередачу чтобы скачать и посмотреть ее?

Доля (%) от числа пользователей Интернета

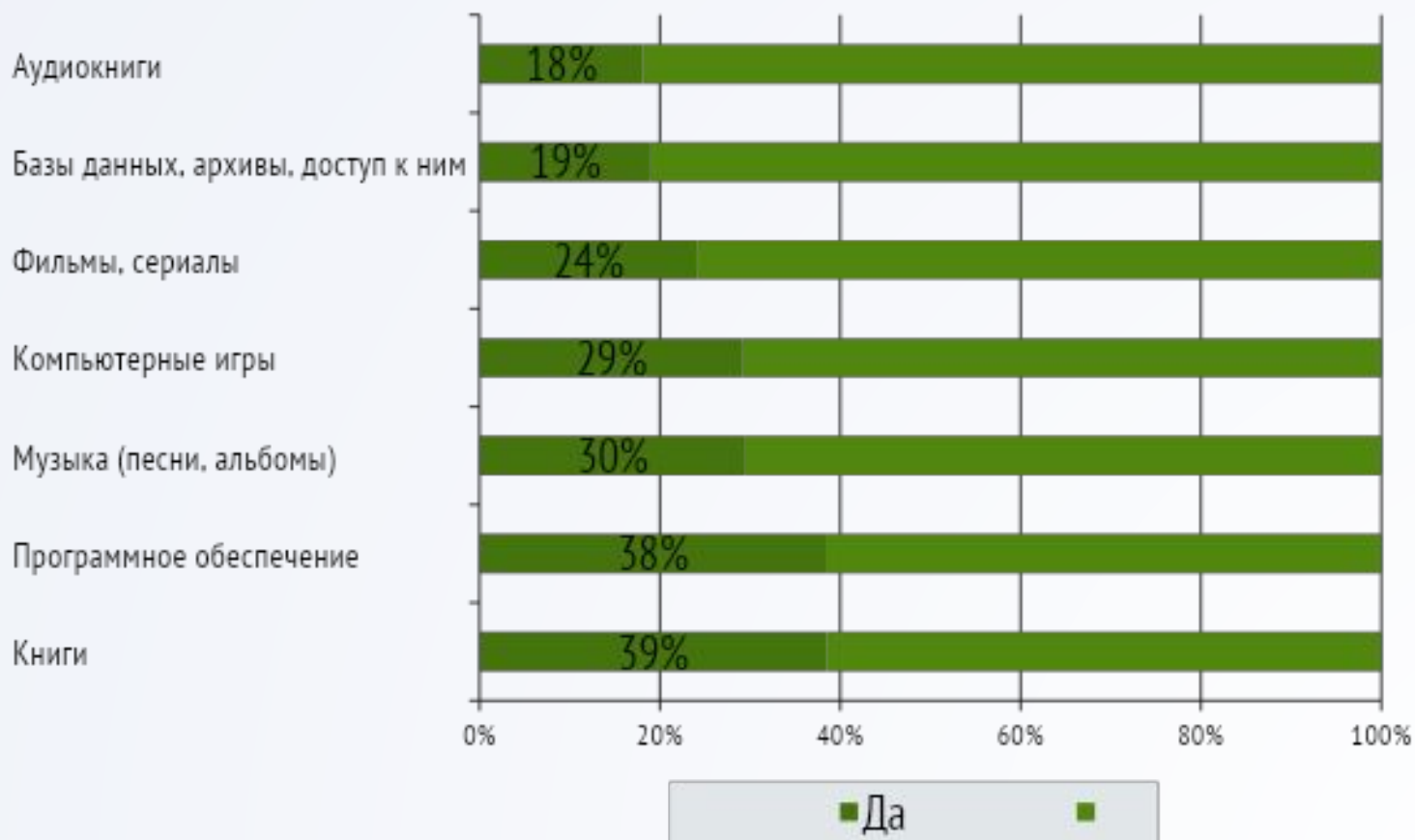


СКАЧИВАТЬ VS ПОТРЕБЛЯТЬ ОНЛАЙН



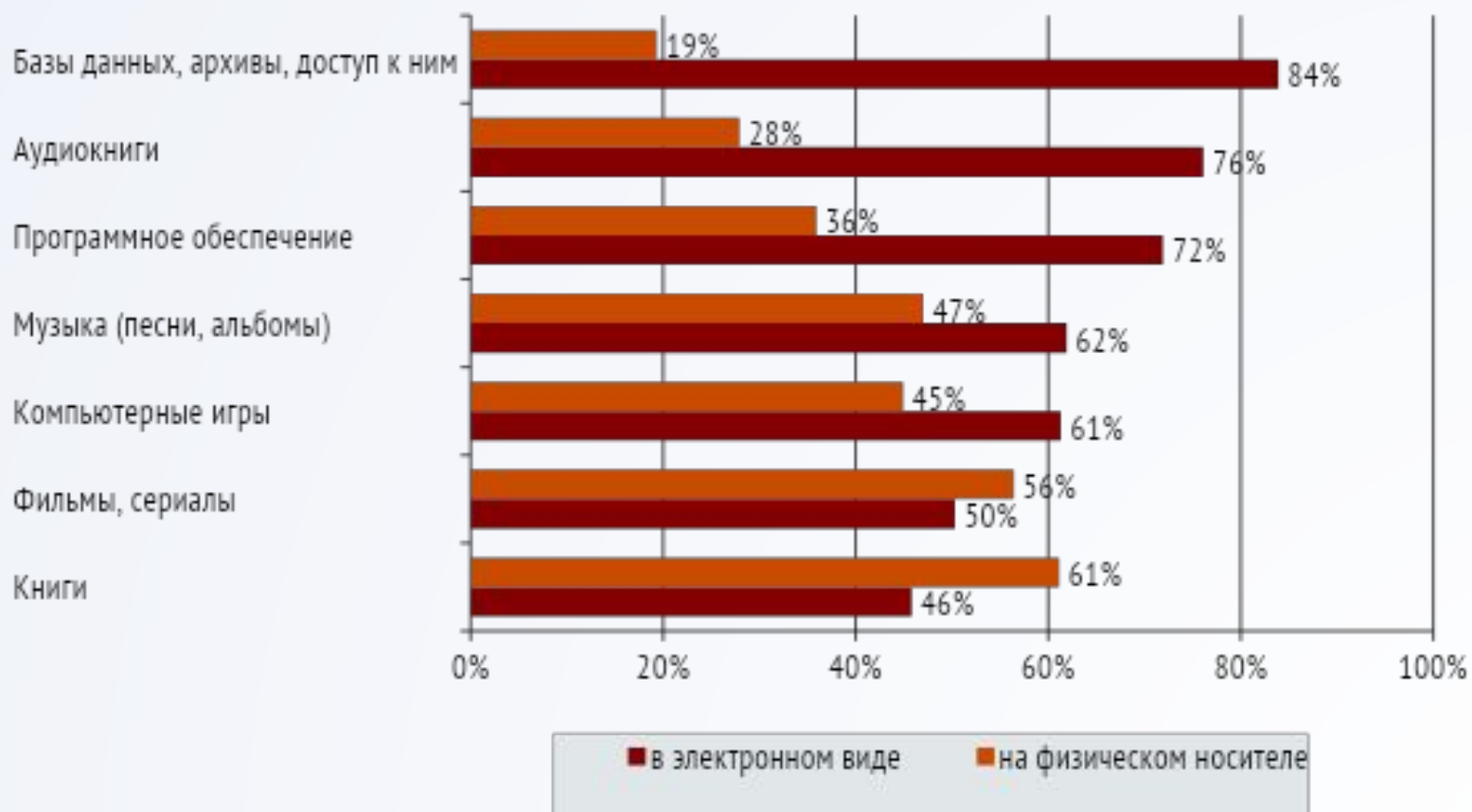
ПРИОБРЕТЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО КОНТЕНТА ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Приходилось ли Вам покупать или заказывать через Интернет:



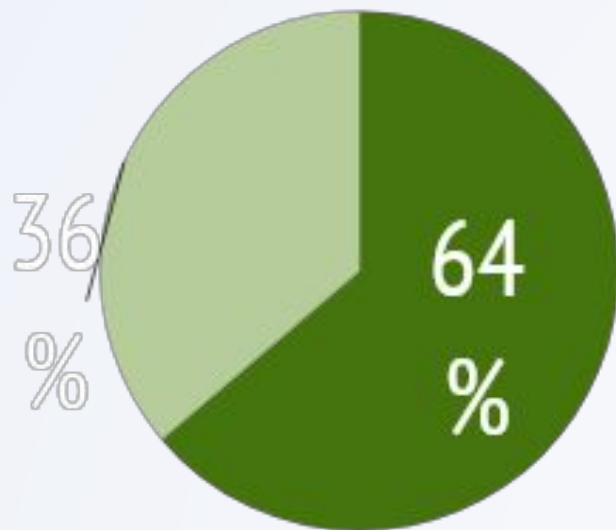
ПРИОБРЕТЕНИЕ ТОВАРОВ/УСЛУГ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ НА РАЗЛИЧНЫХ НОСИТЕЛЯХ

Доля приобретавших товары/услуги на различных носителях



РАЗМЕЩЕНИЕ АУДИО-, ВИДЕО-, ФОТОМАТЕРИАЛОВ В ИНТЕРНЕТЕ

Размещали аудио-, видео-, фотоматериалов в Интернете

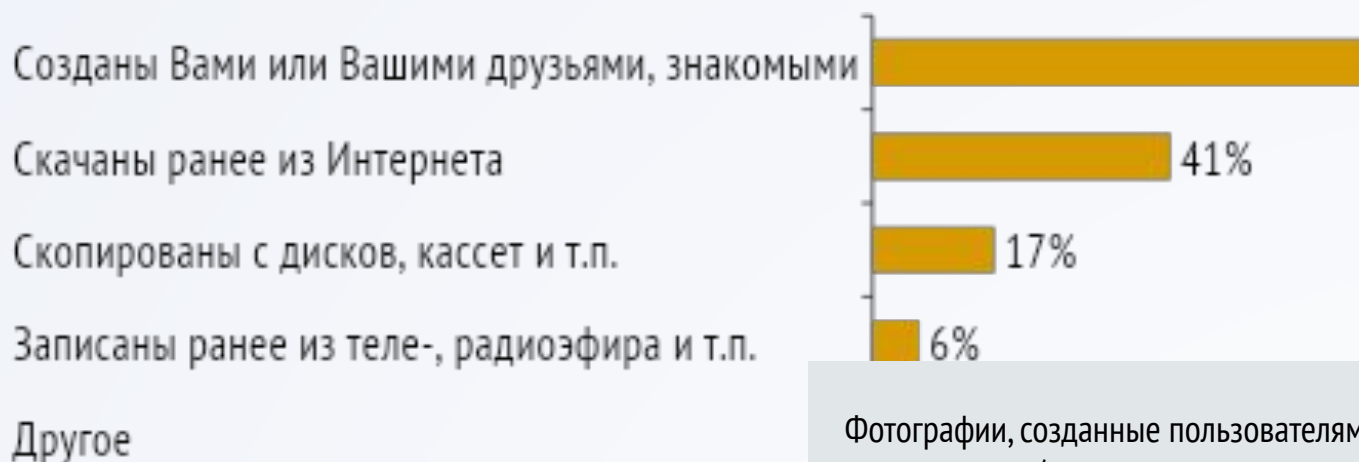


Средний возраст тех, кто размещал в последние два-три месяца фото- и видеоматериалы составляет 29 лет. Наибольшая доля размещавших материалы – в возрастной группе 15-24 года (72%).

■ Да

■ Нет

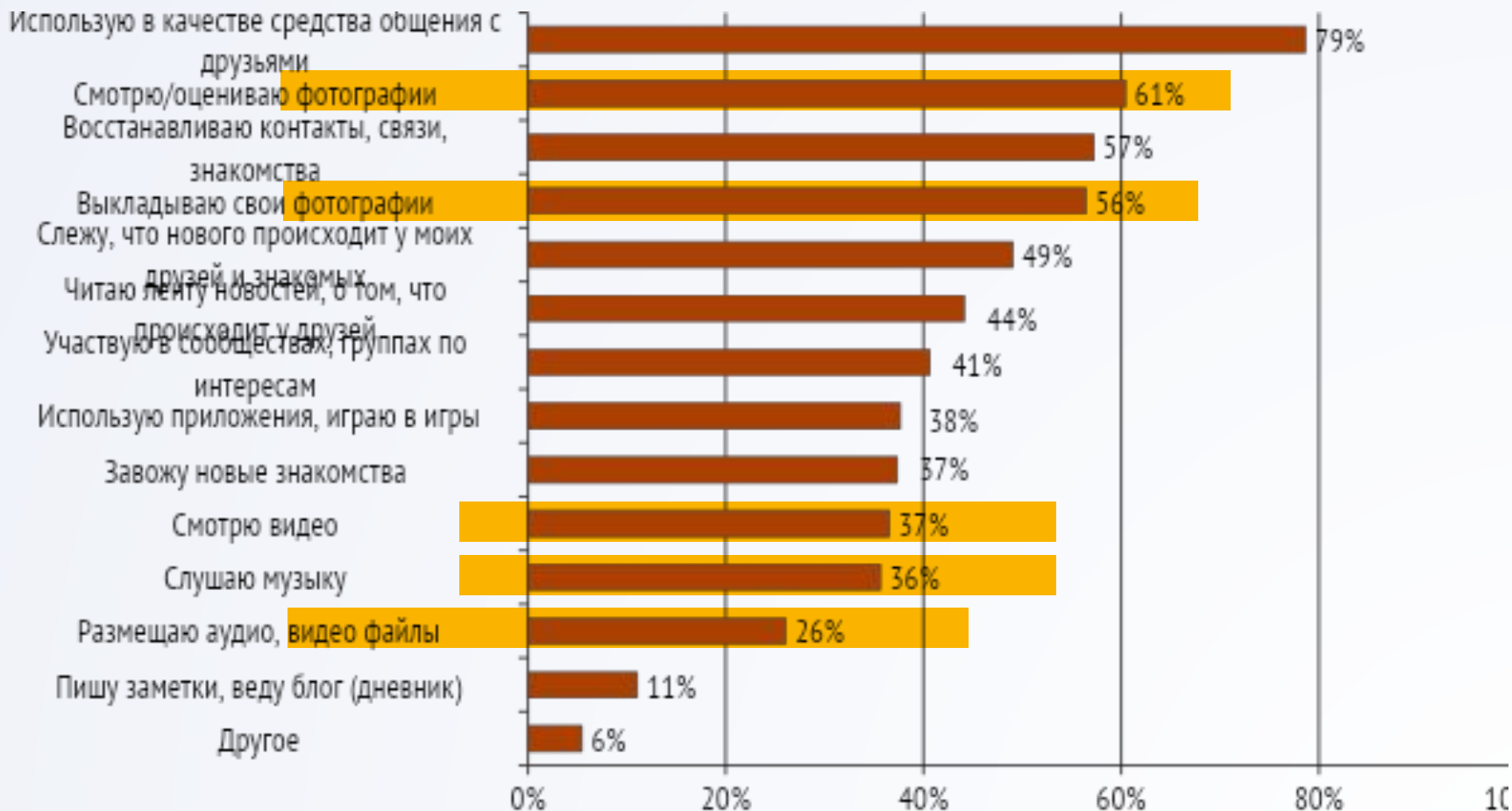
ИСТОЧНИКИ ПУБЛИКУЕМЫХ В ИНТЕРНЕТЕ МАТЕРИАЛОВ



Фотографии, созданные пользователями или их знакомыми/друзьями, являются наиболее часто публикуемым user-generated контентом. Среди размещавших какие-либо материалы, созданные пользователями или их друзьями/знакомыми в разных возрастных группах практически все выкладывали в Интернете фотографии.

Видео- и аудиоматериалы составляют чуть более трети генерируемого пользователями контента и значимо чаще публикуются активными молодыми пользователями (15-24 года): 40,3%.

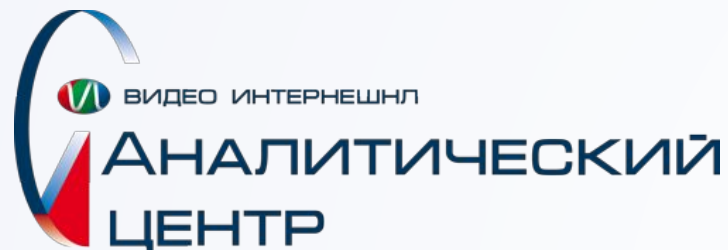
НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



Итак...

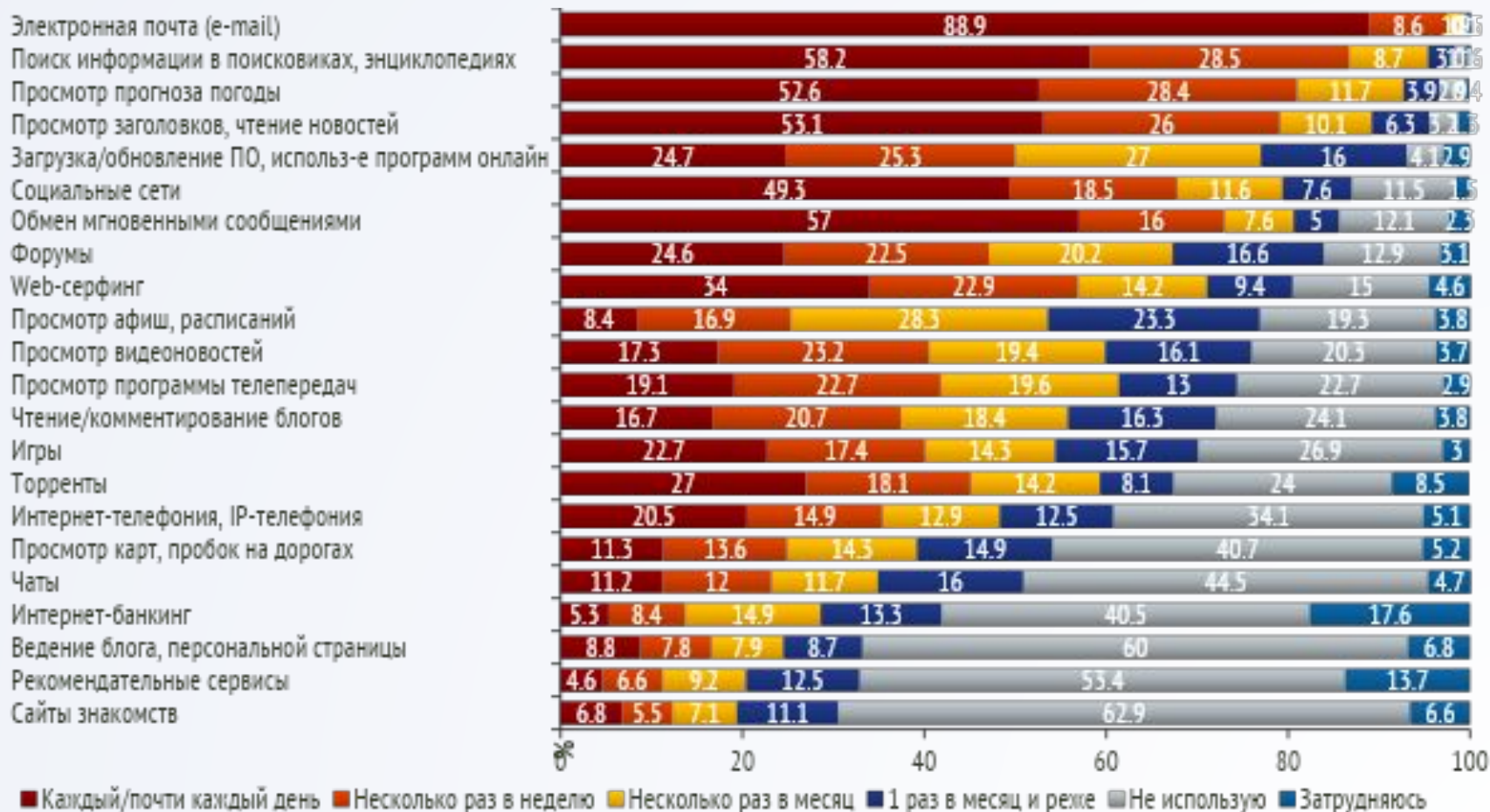
1. Объем медиапотребления – 7 часов в сутки
2. Пользователи Интернета тратят меньше времени на телепросмотр, но смотрят ТВ-контент в Интернете
3. Музыка, фильмы и видеоролики – наиболее скачиваемый контент в Интернете
4. Покупают или заказывают через Интернет больше всего книги и ПО
5. 2/3 активных пользователей выкладывают контент, в основном – ЦД

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



ПОПУЛЯРНОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ПРАКТИК И ЧАСТОТА РЕАЛИЗАЦИИ

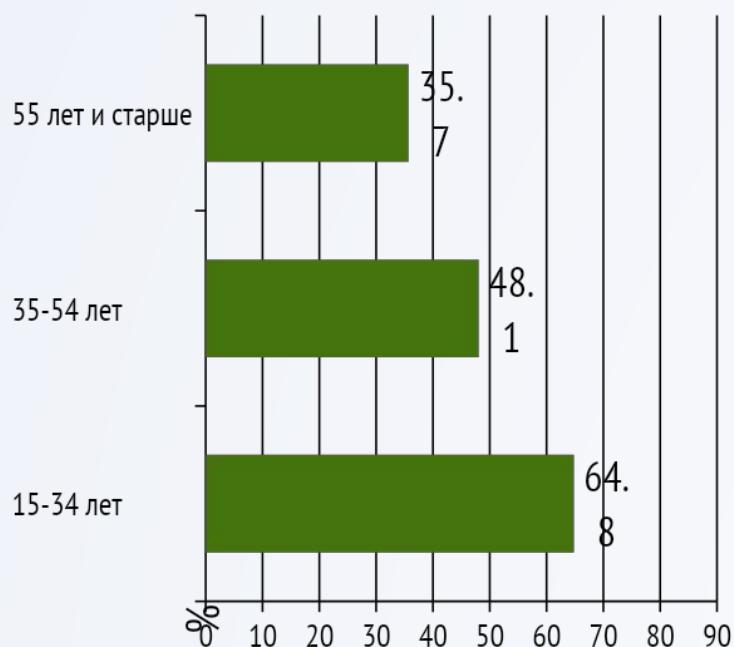
Различные виды деятельности в Интернет



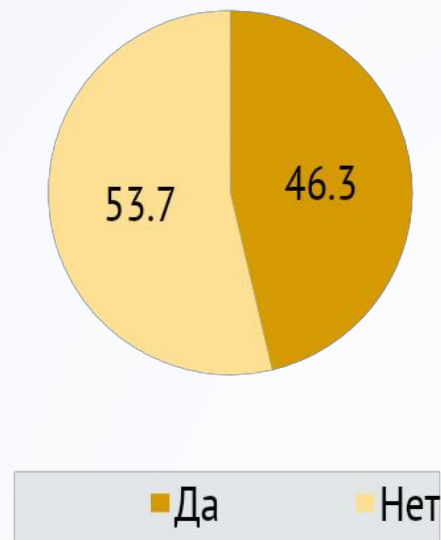
STATISTICA

ПОТРЕБЛЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОГО КОНТЕНТА В ИНТЕРНЕТЕ

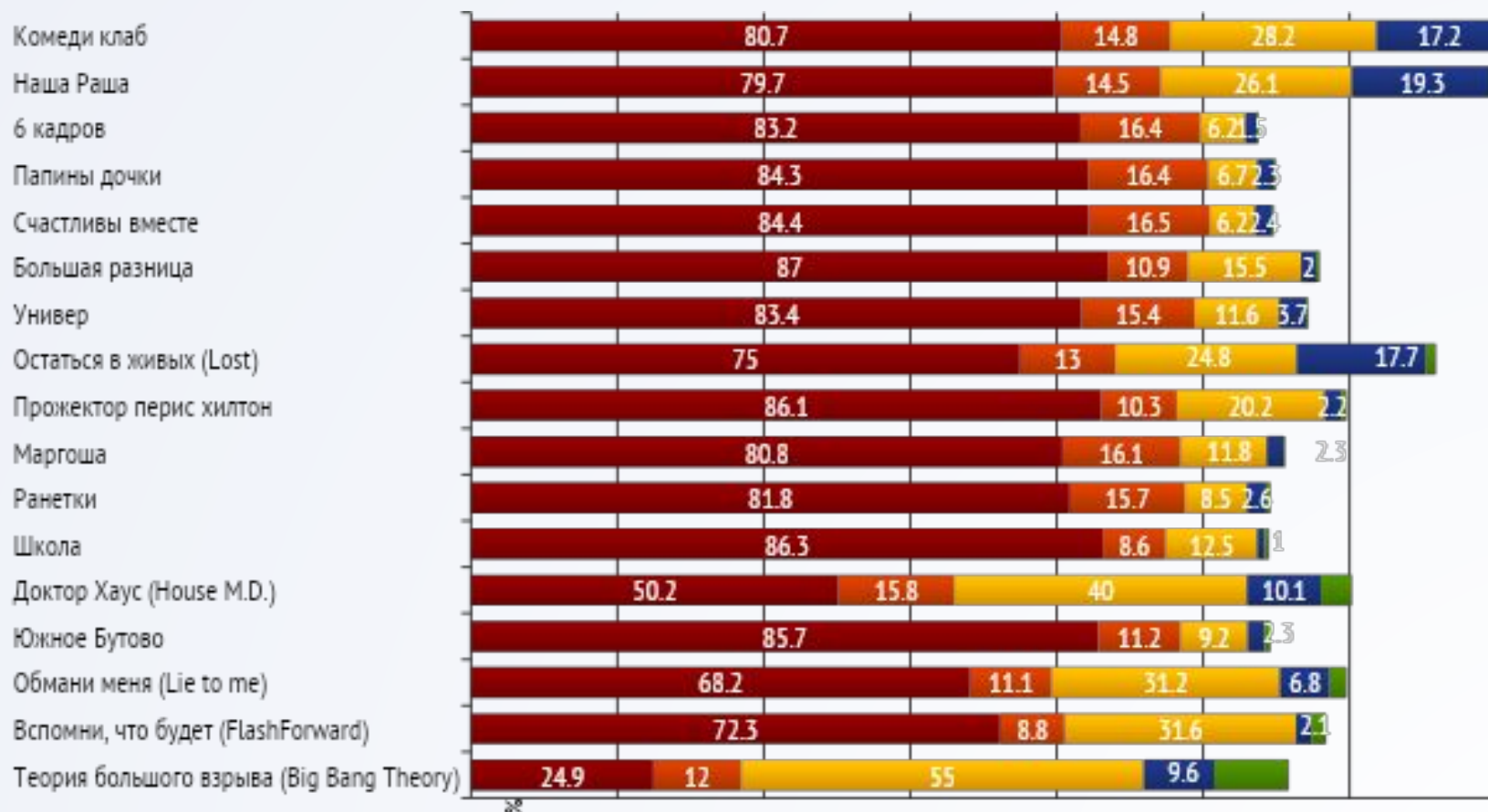
Скачивание телевизионных передач для просмотра в удобное время



Доля хотя бы иногда скачивающих телевизионные передачи для просмотра в удобное время



СПОСОБЫ ПРОСМОТРА ТЕЛЕПЕРЕДАЧ



*Сортировка по убыванию аудитории

- По телевизору (по бесплатным общедоступным каналам)
- По телевизору (по платным каналам)
- Через Интернет (онлайн, торренты и т.п.)