

Москва, июль 2009

Летняя школа мультимедийной журналистики

# Аудитория Интернета

Кирия И.В.

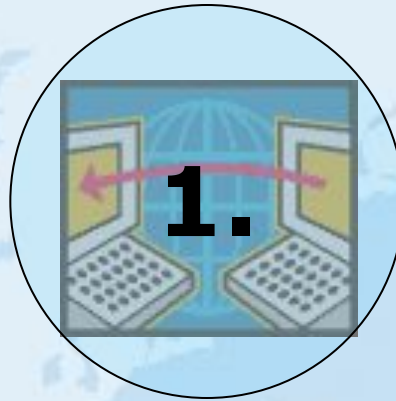
Кандидат филол. наук, Ph.D. информации и коммуникации,  
профессор ГУ-ВШЭ



# Аудитория интернета

---

- Развитие интернет-аудитории в России
- Чем отличается интернет-аудитория от обычной
- Группы аудитории по интересам
- Российская блогосфера
- Интернет-СМИ и их аудитория
- Методика измерений Интернет-аудитории



# Развитие интернет-аудитории в России



# Объем аудитории



Источник: ГФК Омнибус

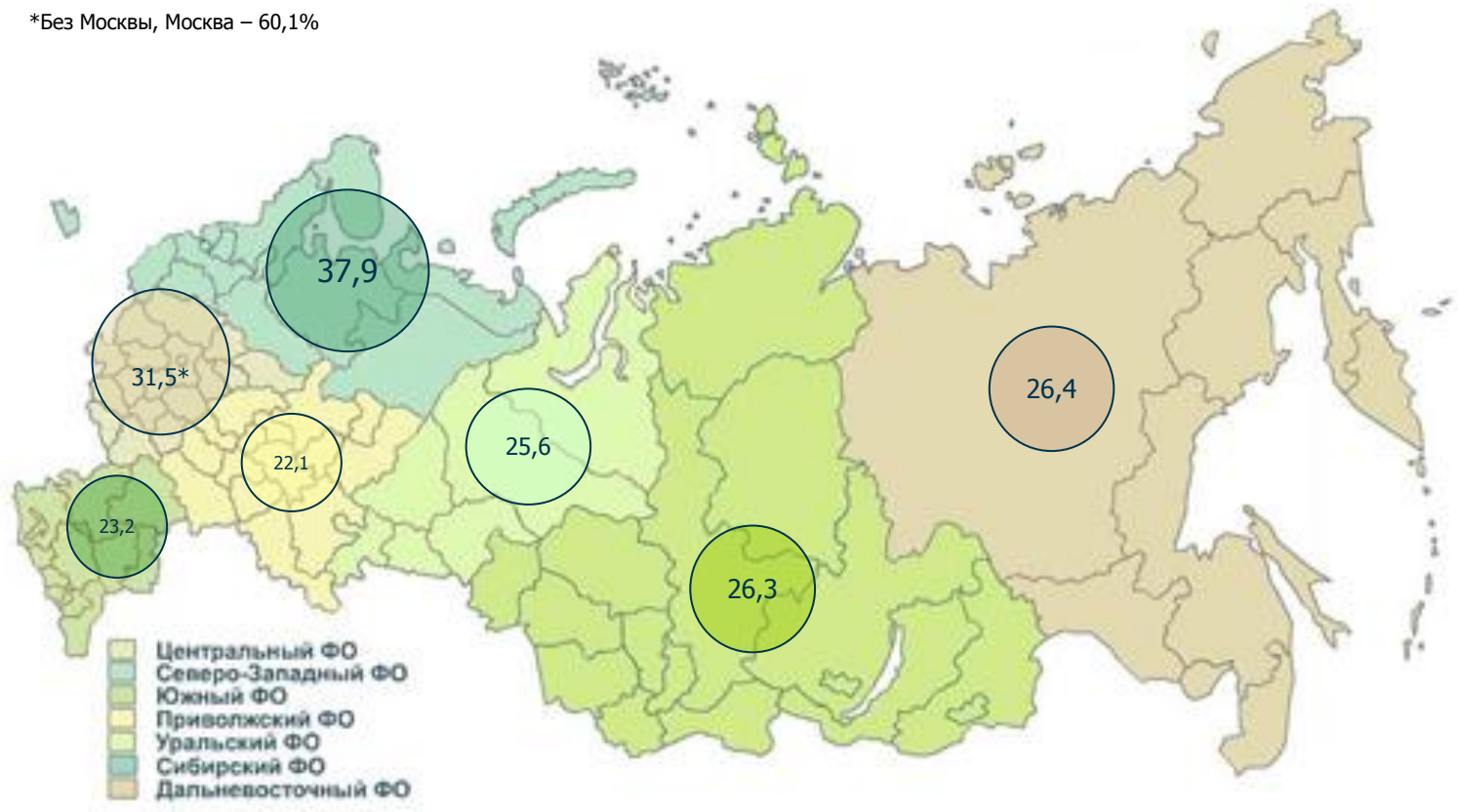
# Распределение по регионам



Источник: ГФК Омнибус

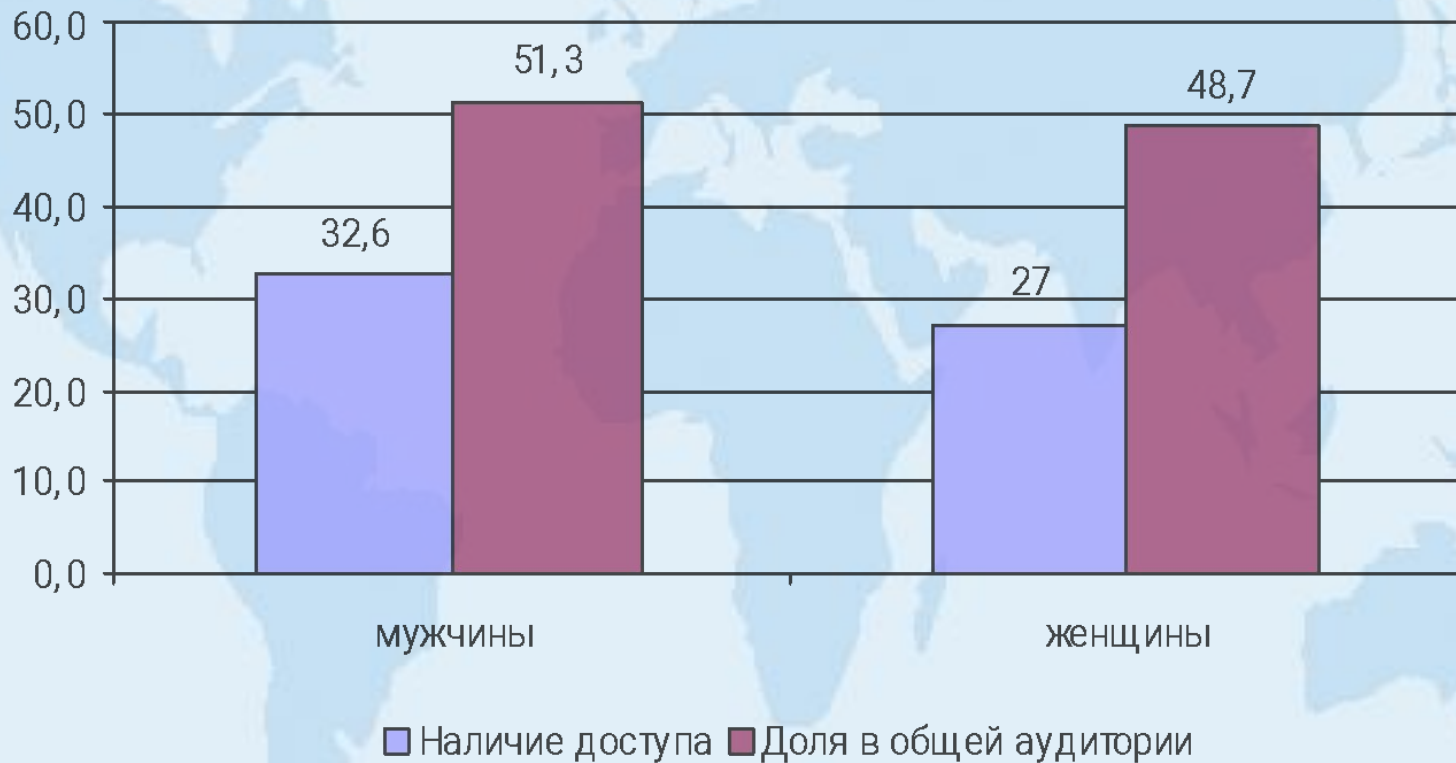
# Степень проникновения

\*Без Москвы, Москва – 60,1%



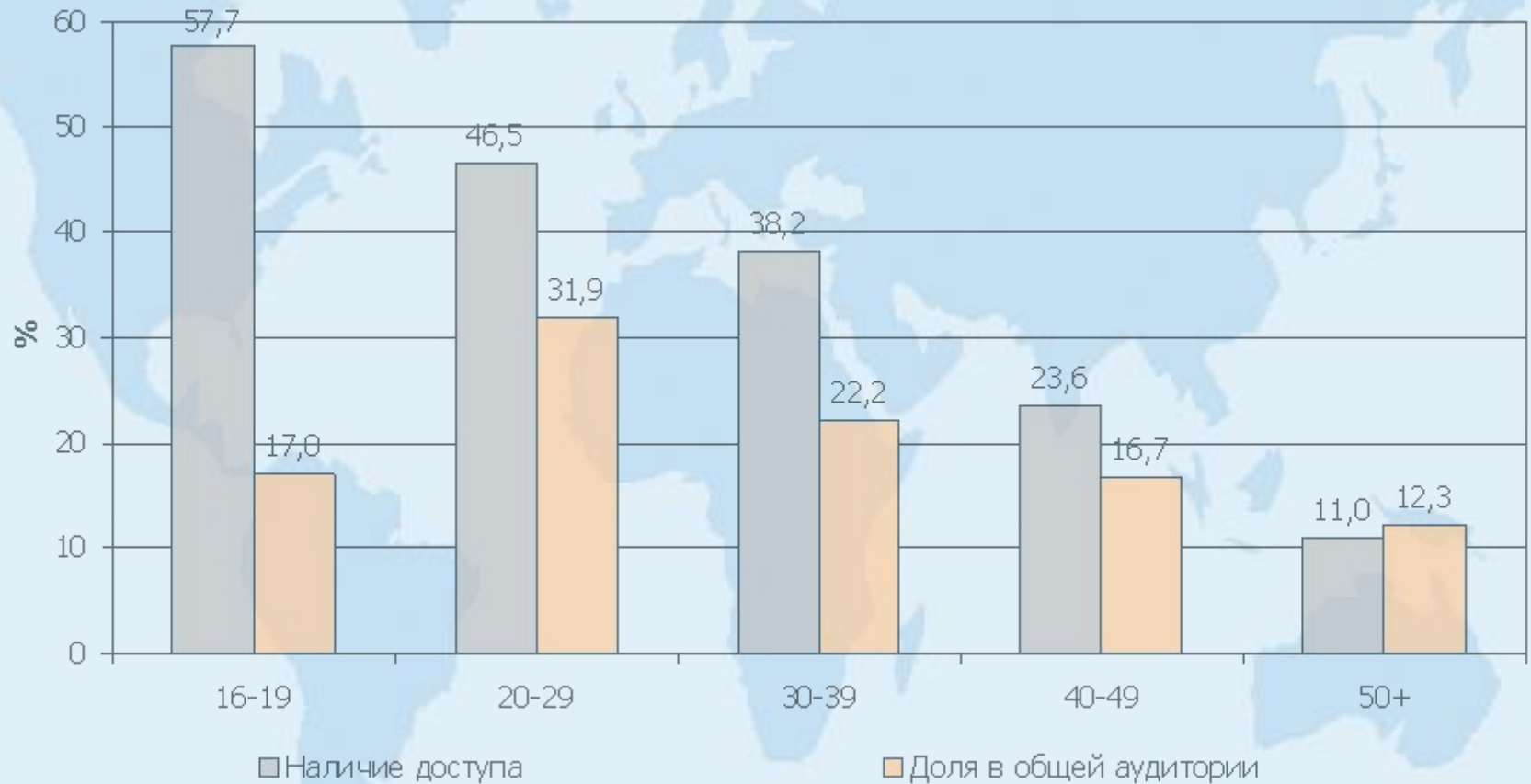


# Пол пользователей



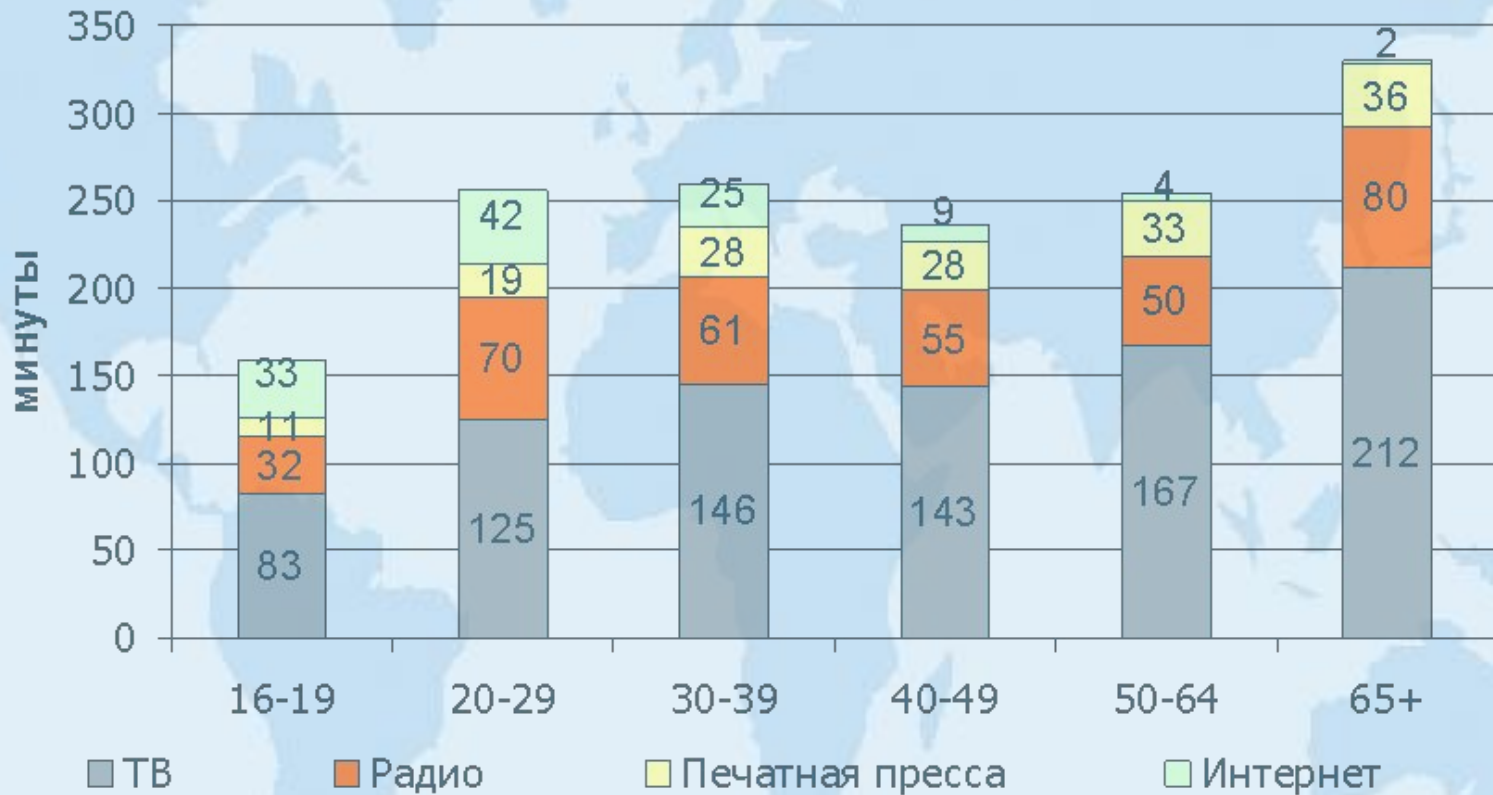
Источник: ГФК Омнибус

# Возраст пользователей



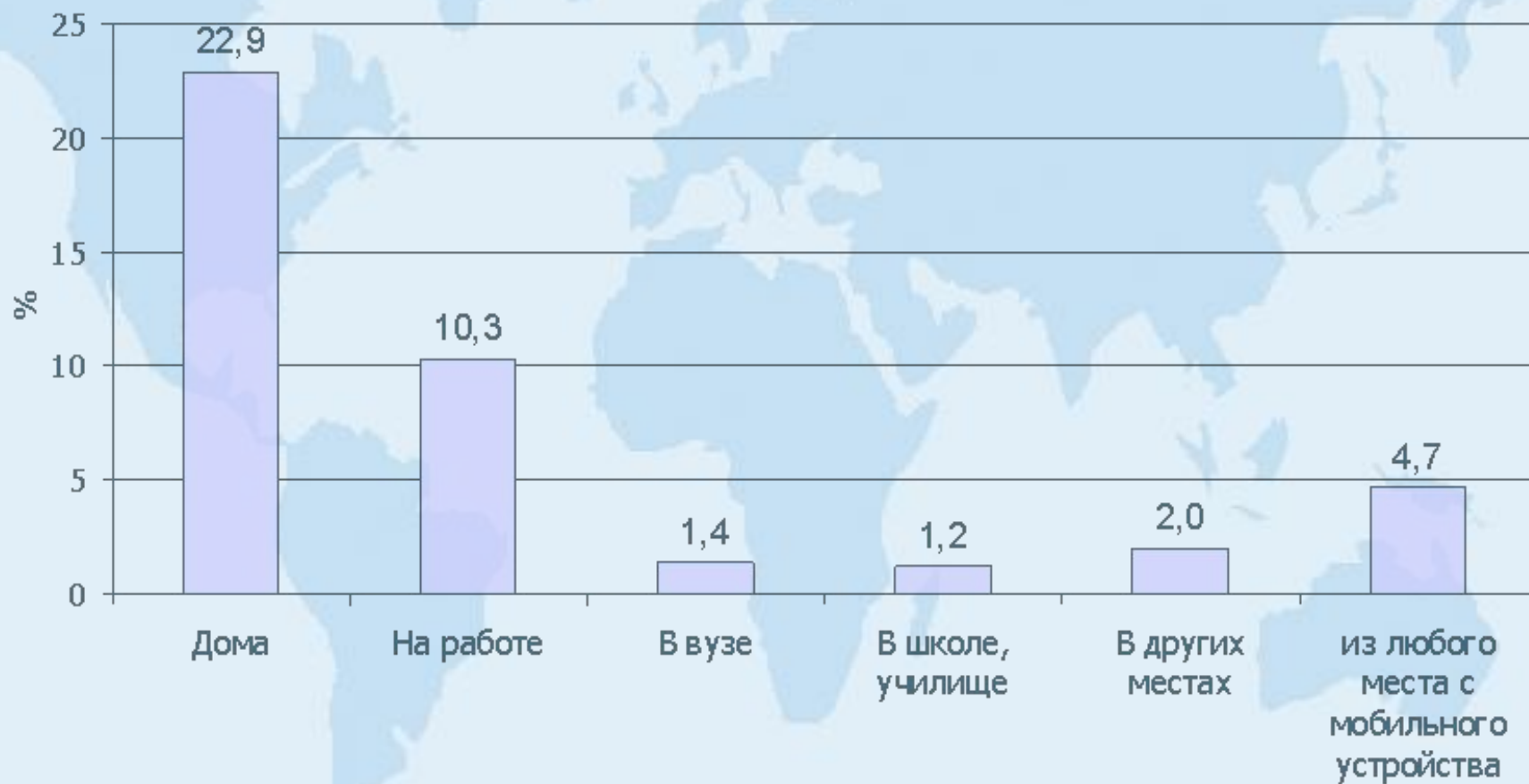


# Бюджет времени



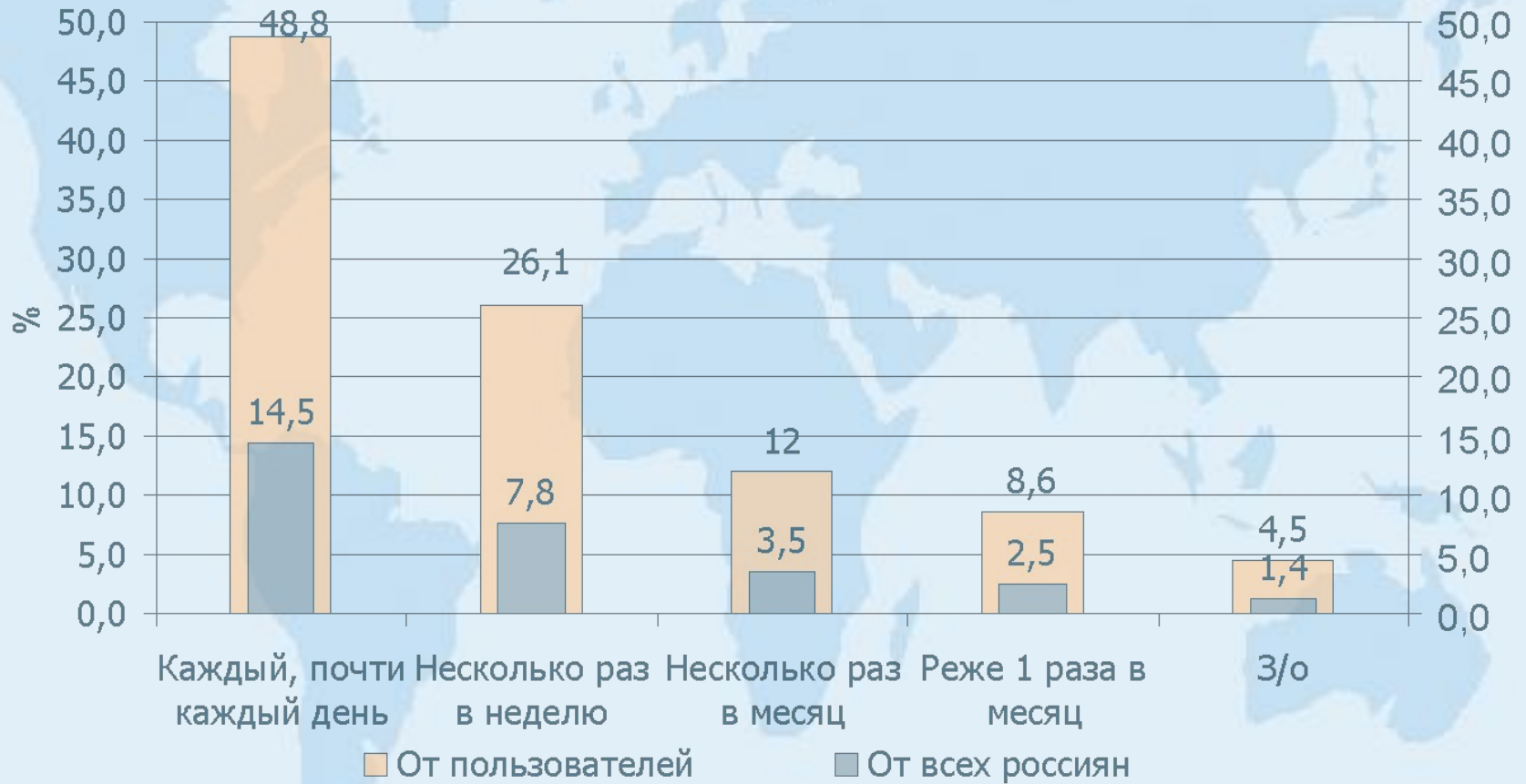
Источник: ГФК Омнибус

# Места и частота пользования



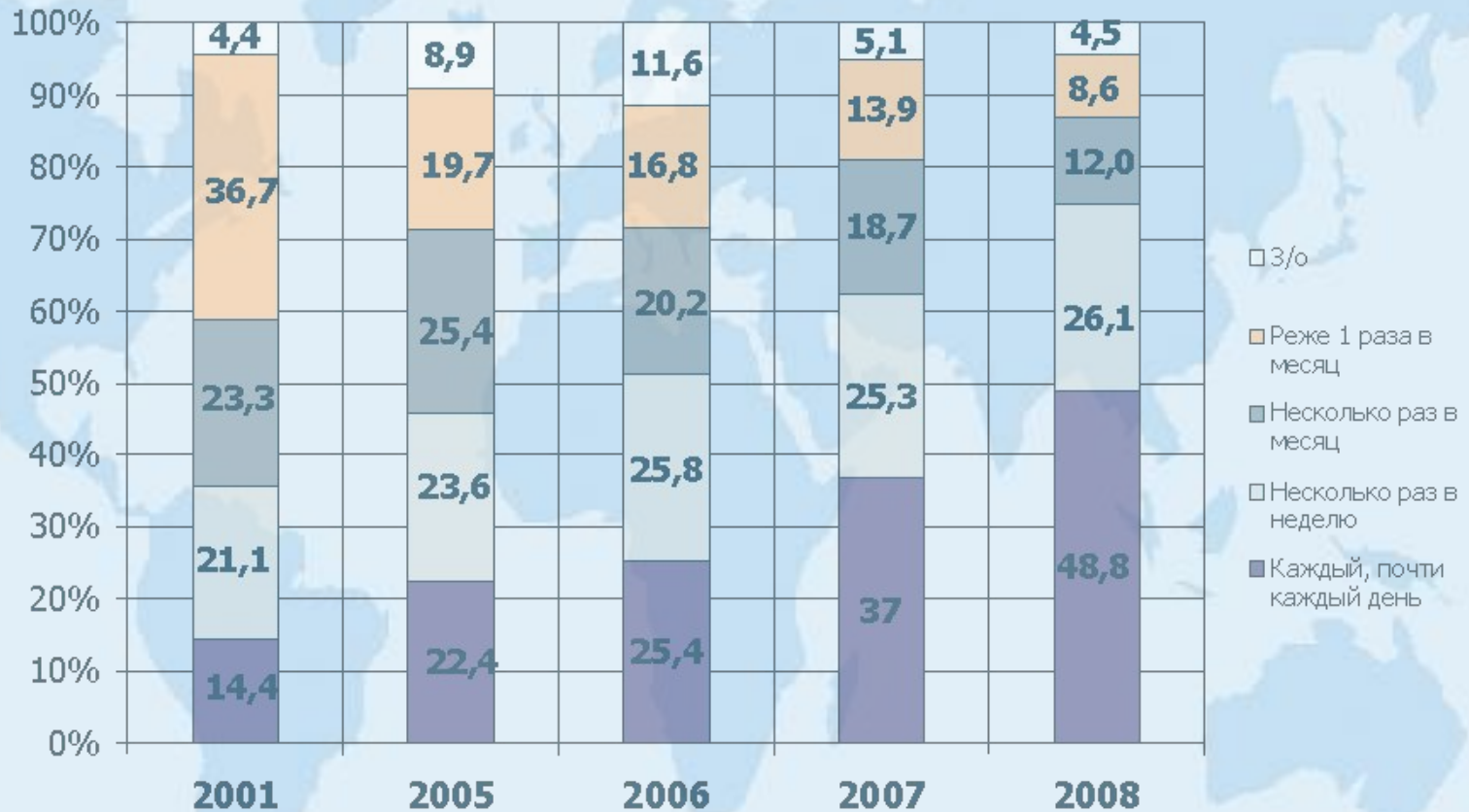
Источник: ГФК Омнибус

# Частота пользования сетью



Источник: ГФК Омнибус

# Частота пользования сетью



Источник: ГФК Омнибус

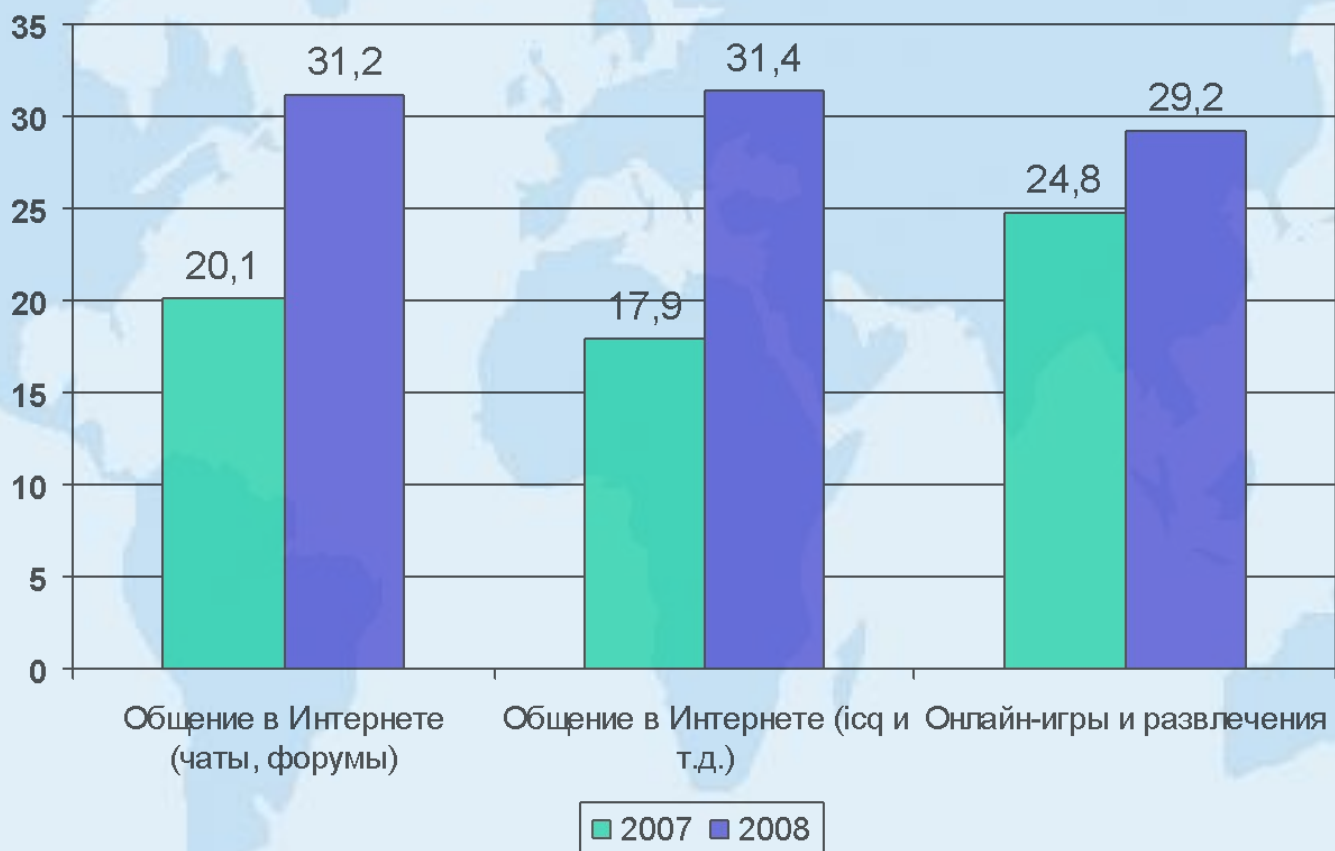
# Для чего пользуются сетью



■ От всех россиян

■ От пользователей

# Эволюция характера пользования



# Конкуренция с другими видами СМИ

Имеют  
бюджет  
22,5%  
времени

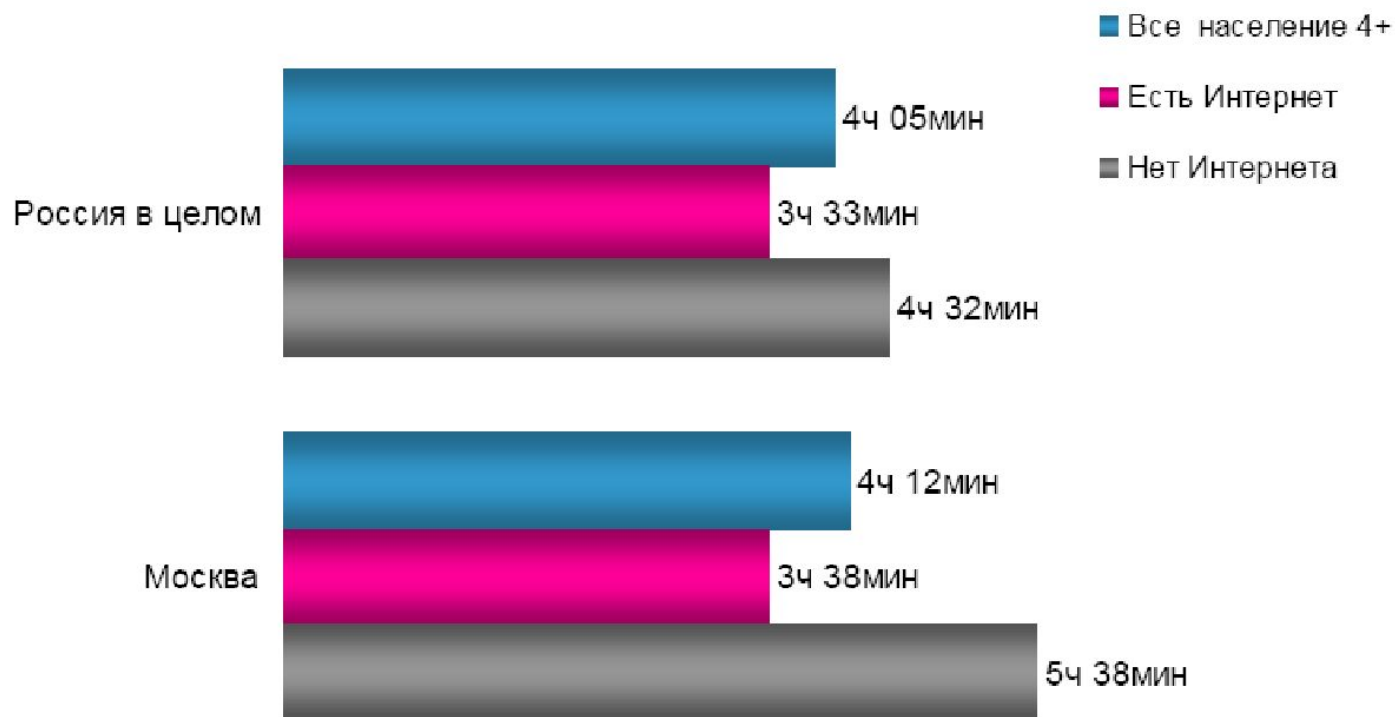
97,6%      57,4%      67,4%      47,4%



Источник: ГФК Омнибус



# Конкуренция с другими видами СМИ



TNS TV Index, Россия 100 000+, Аудитория от 4 лет и старше,  
Февраль 2009, 5:00 – 29:00

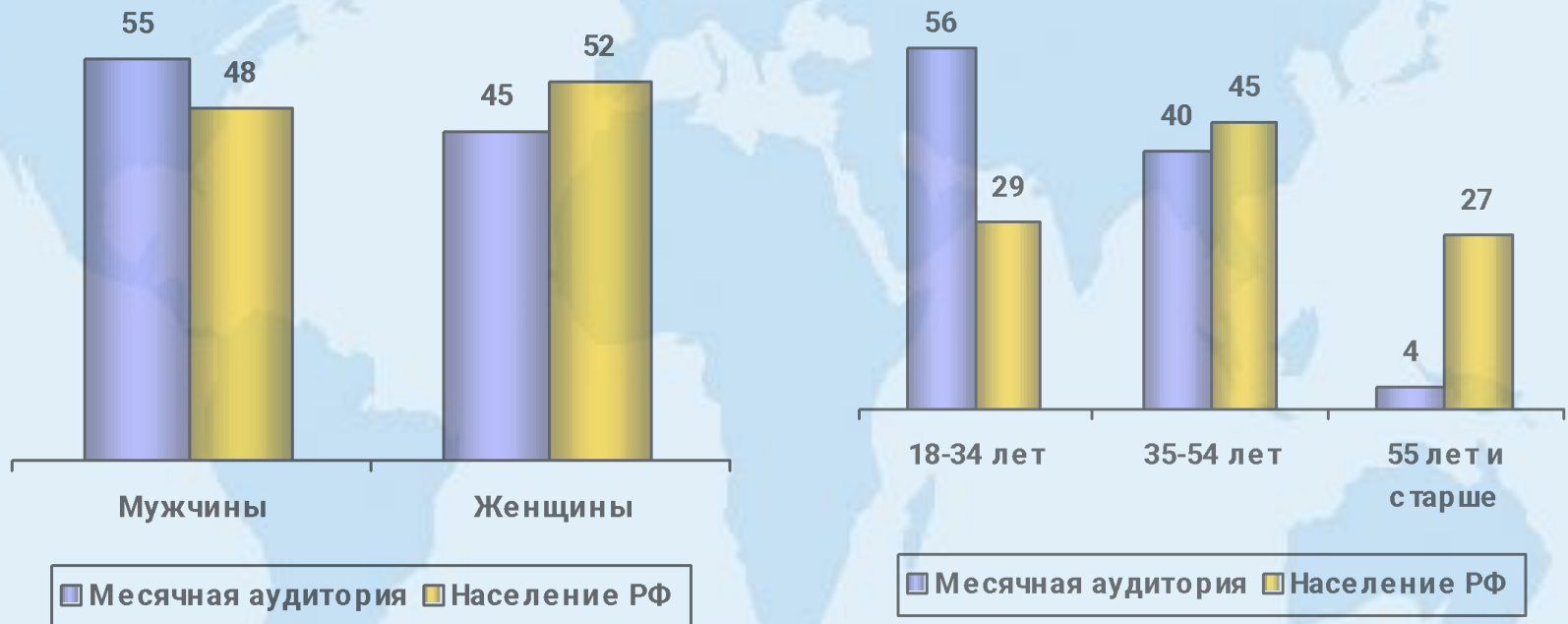


Чем отличаются пользователи  
рунета от обычных россиян?



# Пол и возраст

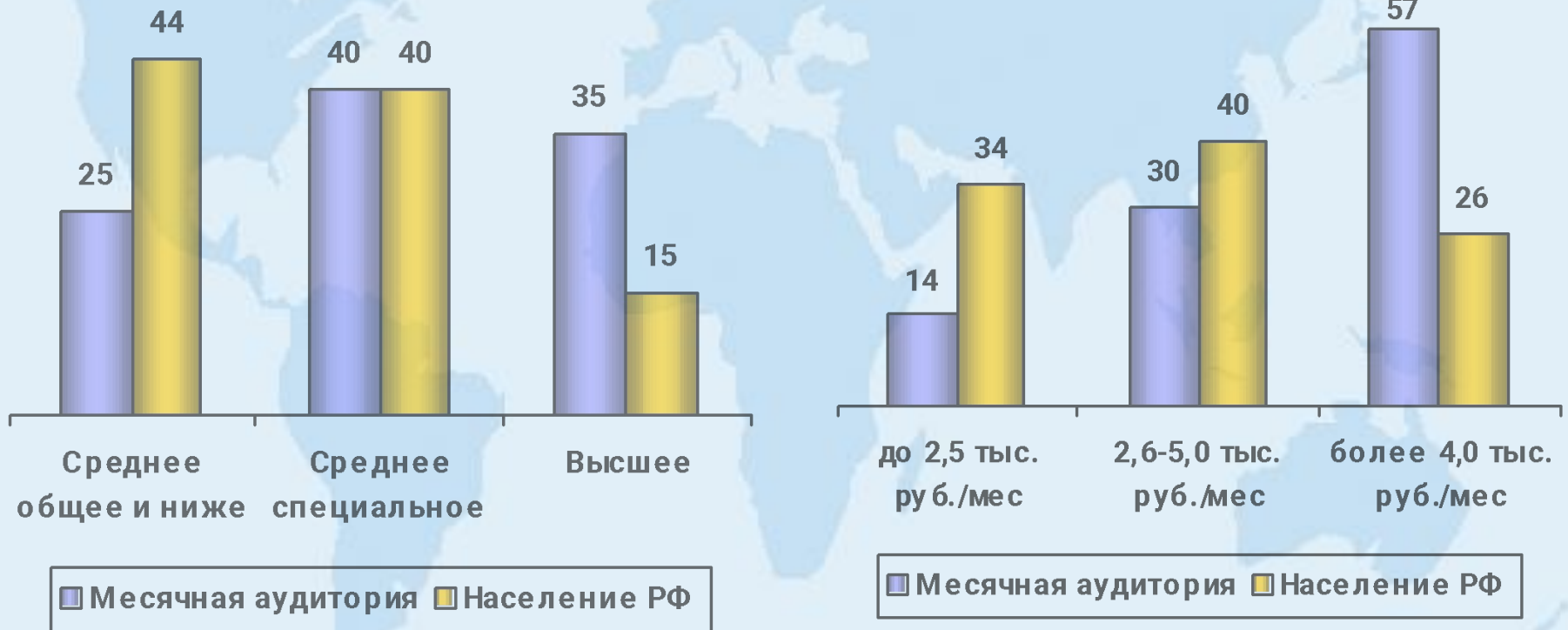
- Аудитория интернета более мужская и более молодая



Источник: ФОМ

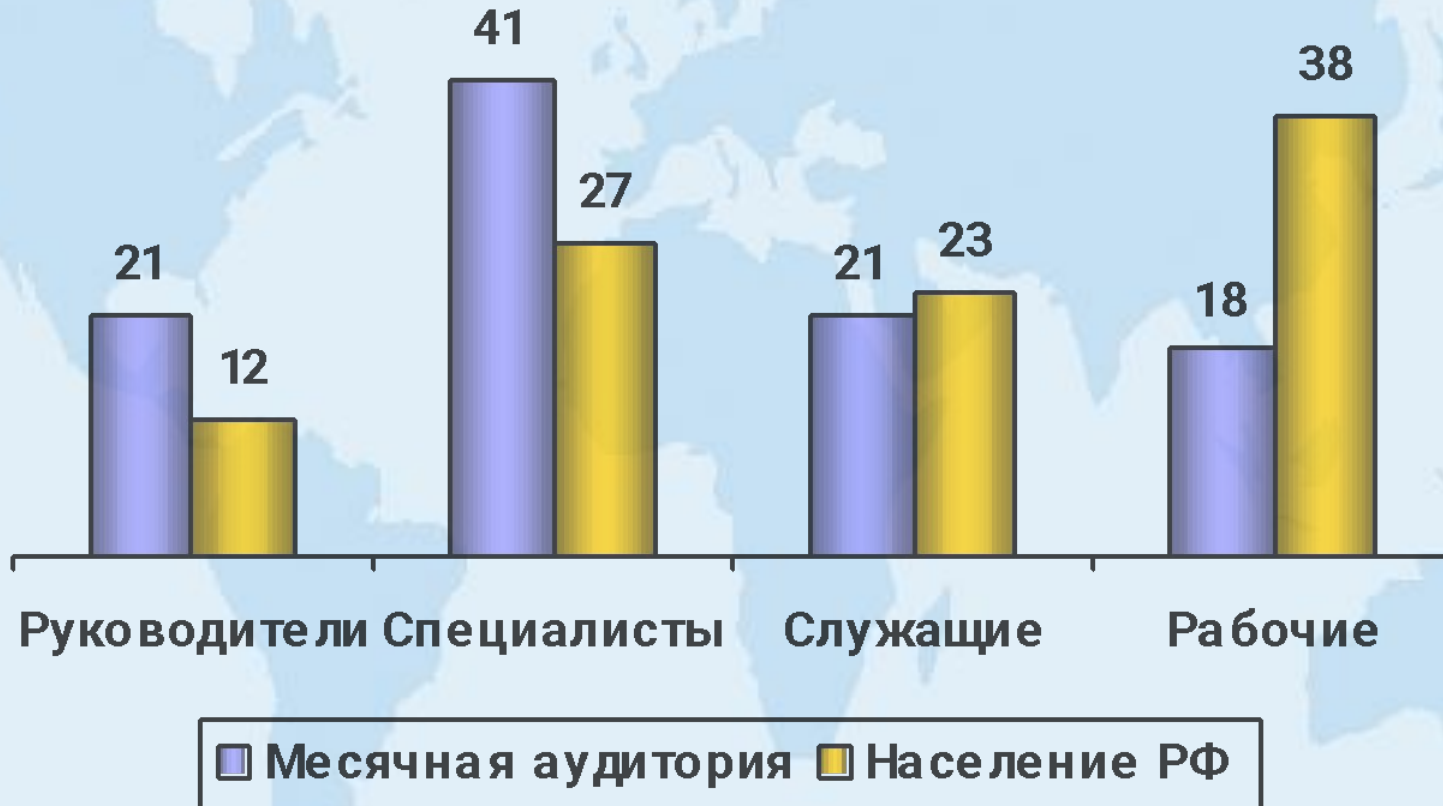
# Образование и доход

- Более образованная и более обеспеченная



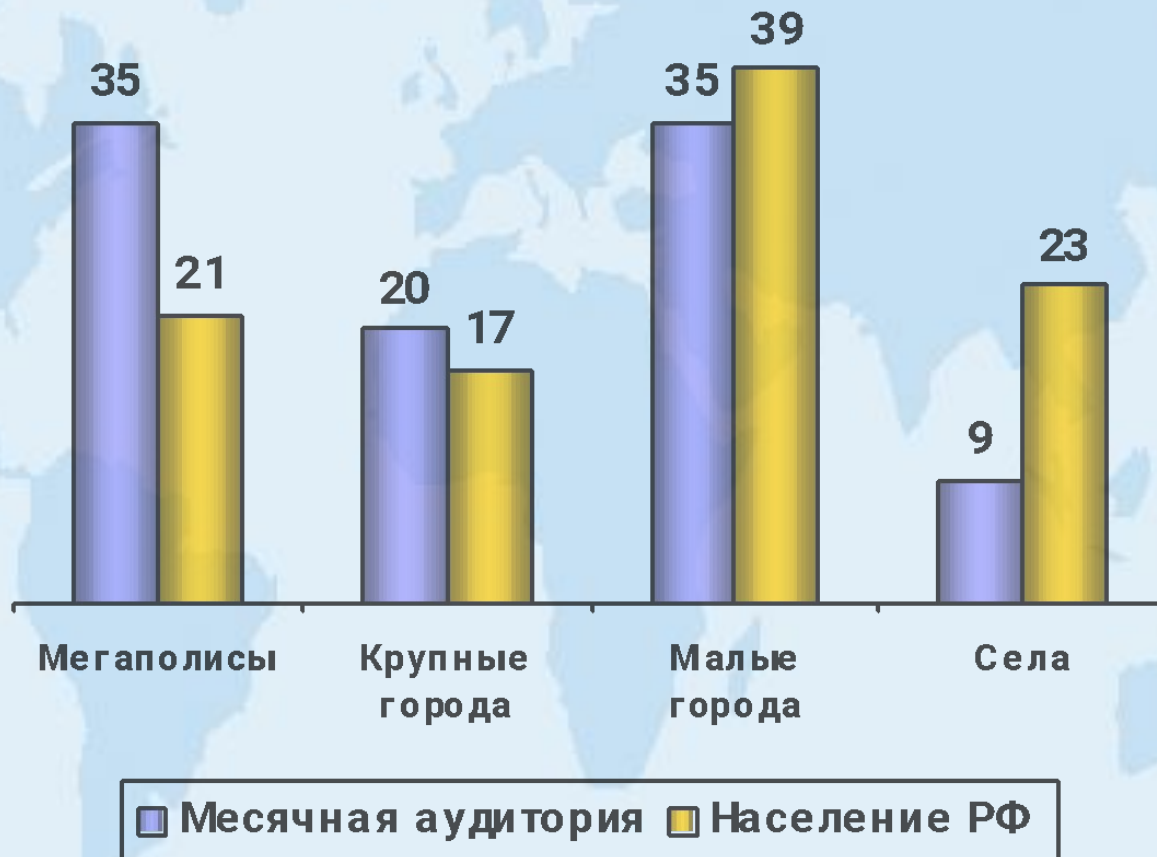
Источник: ФОМ

# Род занятий



Источник: ФОМ

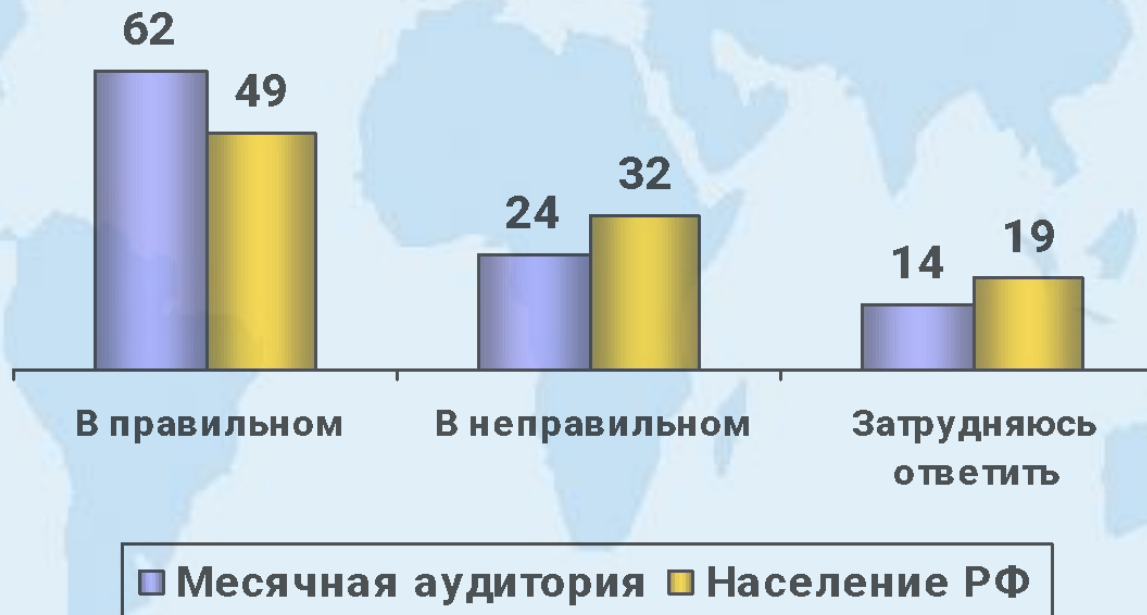
# Где живут



Источник: ФОМ

# Удовлетворенность жизнью

*Как вы считаете, в настоящее время Россия развивается в правильном или в неправильном направлении?*

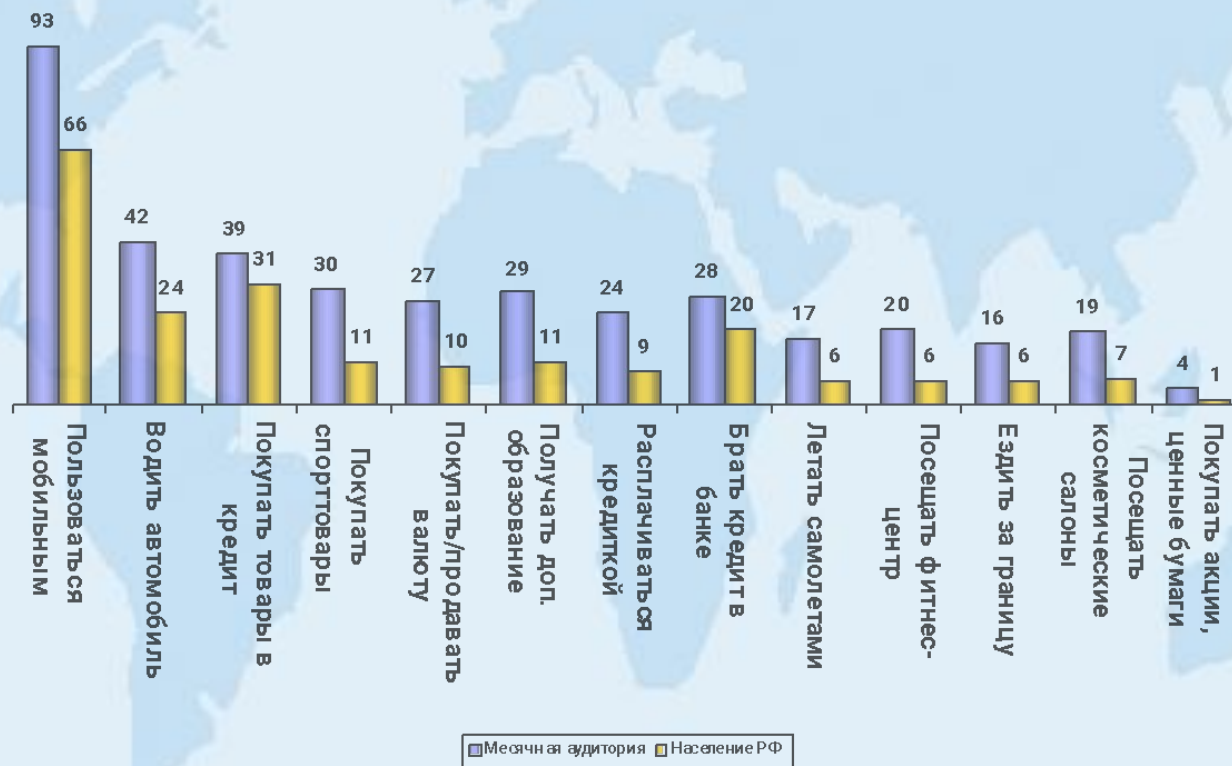


Источник: ФОМ



# Блага цивилизации

Что из перечисленного приходилось Вам делать за последние 2-3 года?





# Группы аудитории по интересам



# Общение в Интернете

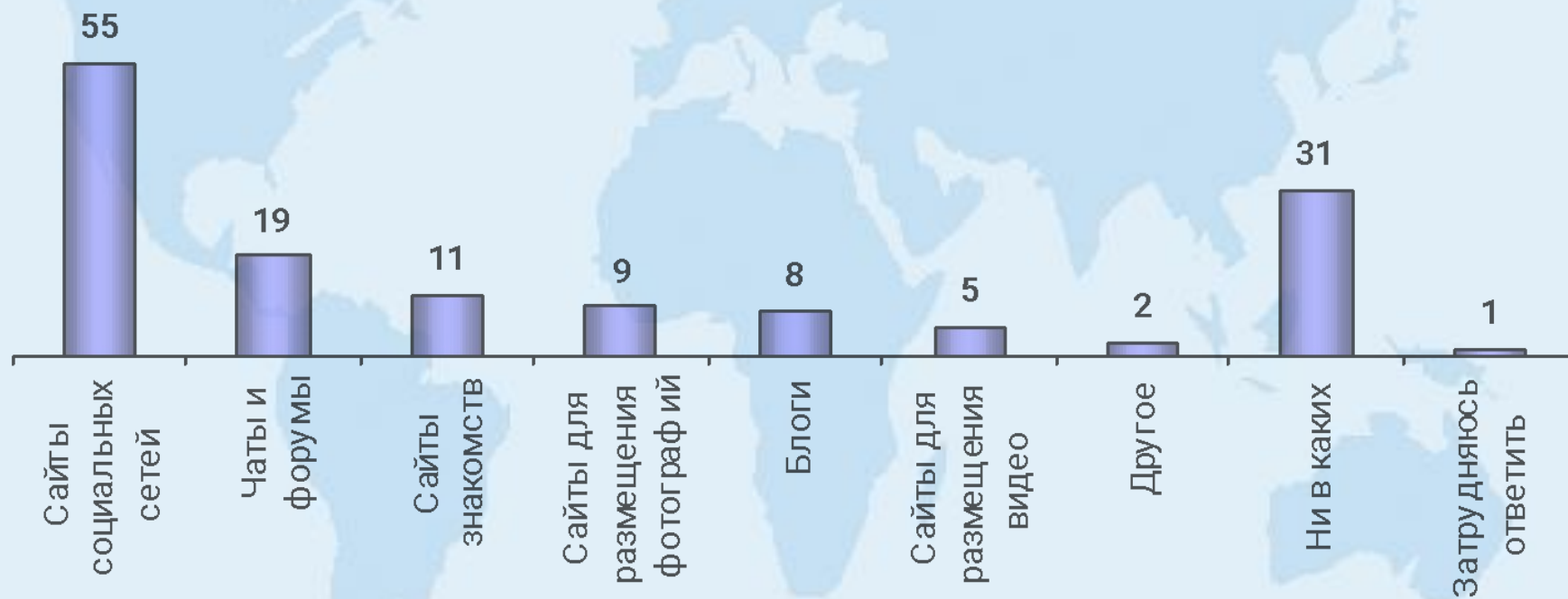
За последний месяц приходилось ли Вам общаться через Интернет?  
Если да, то какими способами Вы это делали?



Источник: ФОМ, Рамблер

# Интернет-сообщества

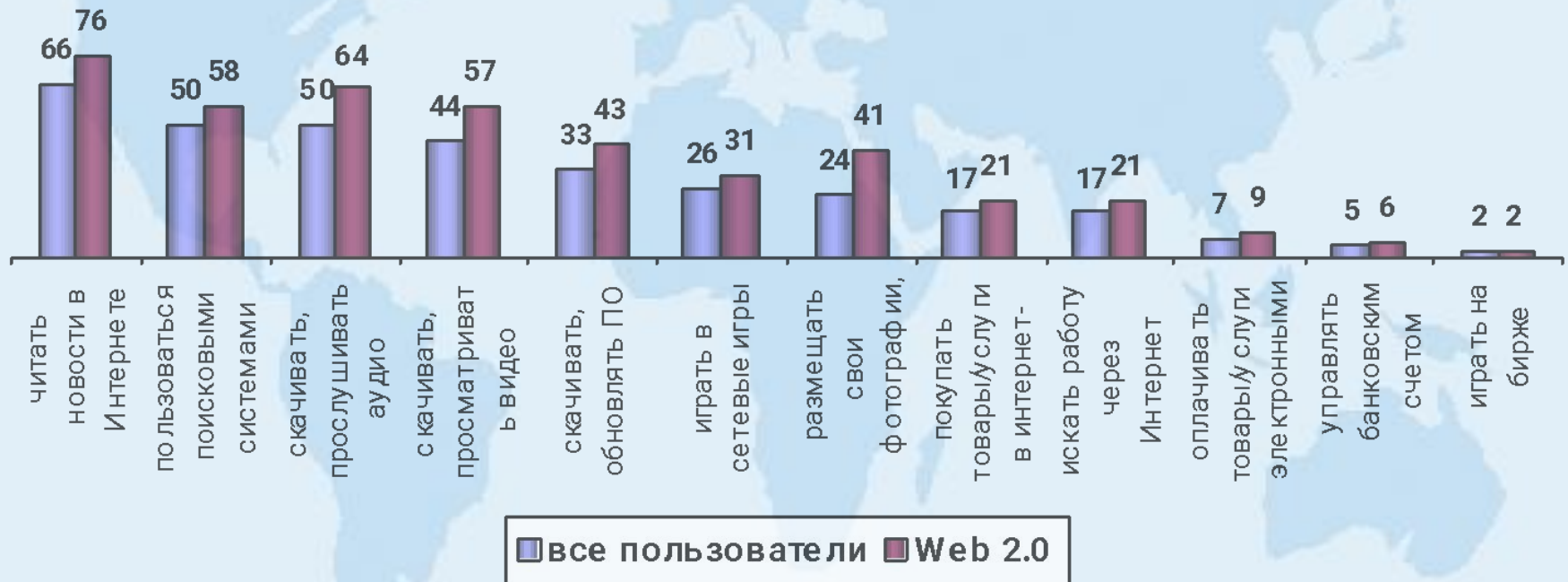
На какого рода сайтах Вы зарегистрированы?



Источник: ФОМ, Рамблер

# Web 2.0 пользователи

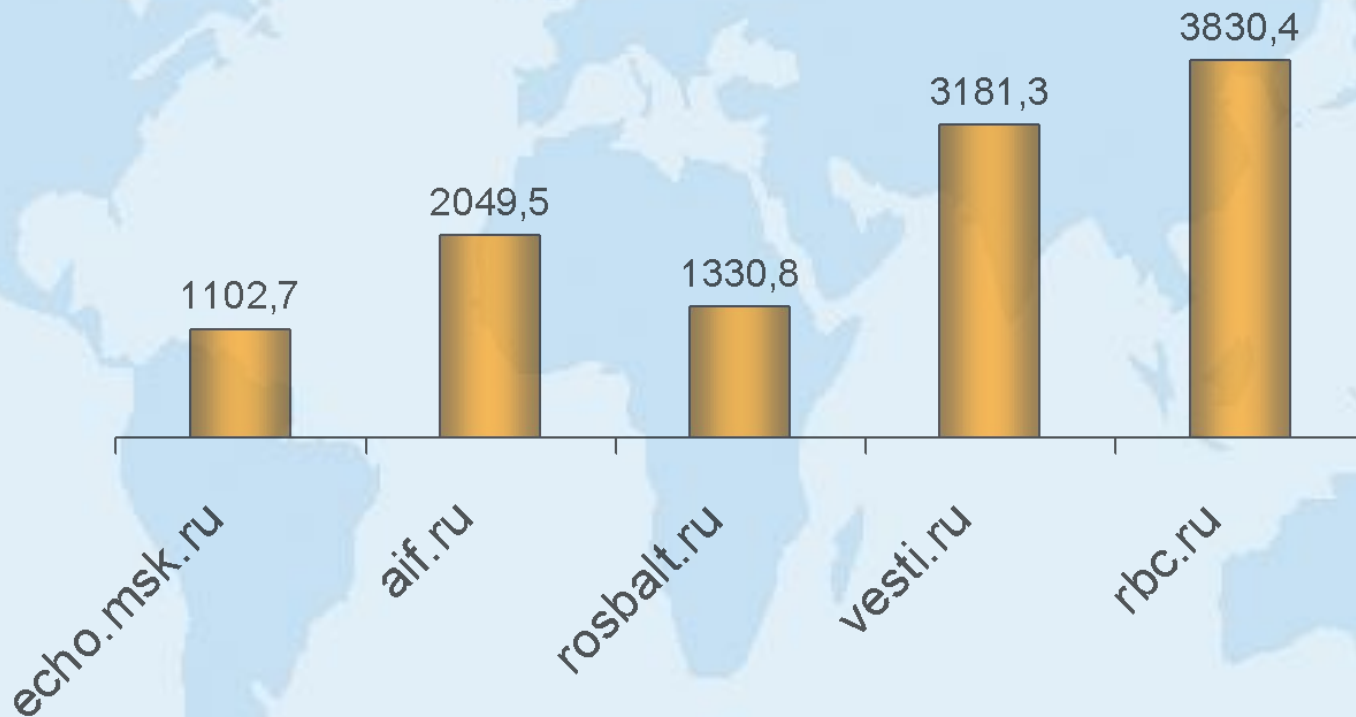
Что из перечисленного Вам приходилось делать в Интернете за последний месяц?



Источник: ФОМ, Рамблер

# Аудитория интернет-СМИ

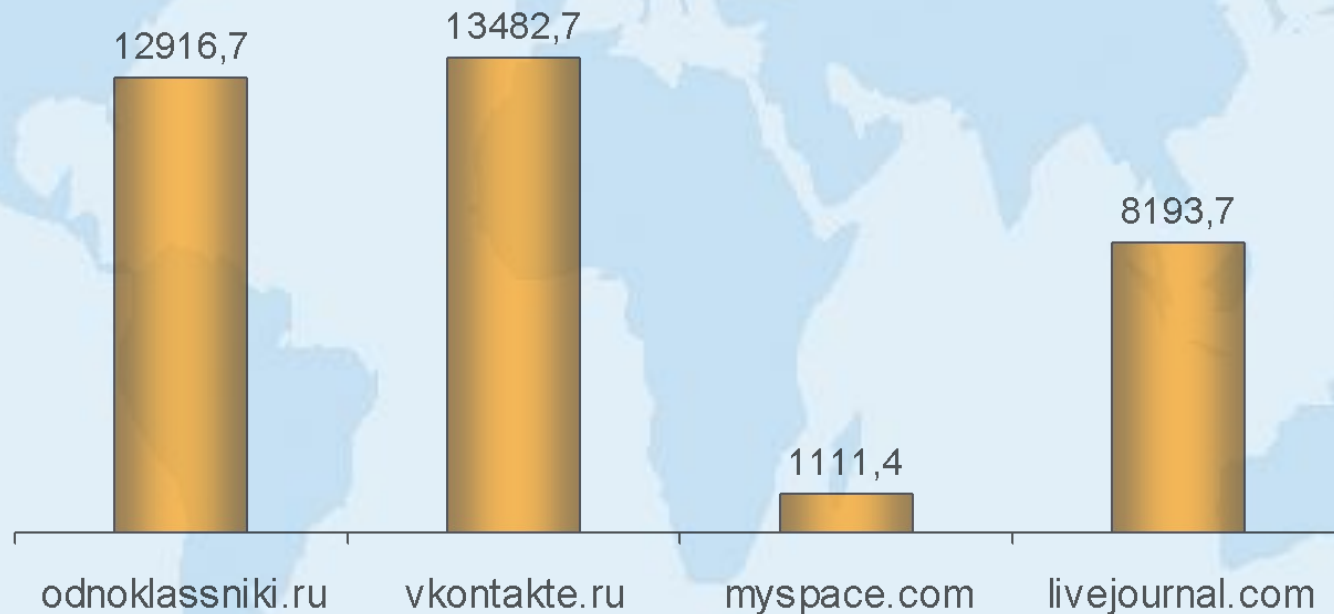
Накопленная за месяц аудитория (тыс. чел)



Источник: TNS Россия Web index

# Аудитория социальных сетей

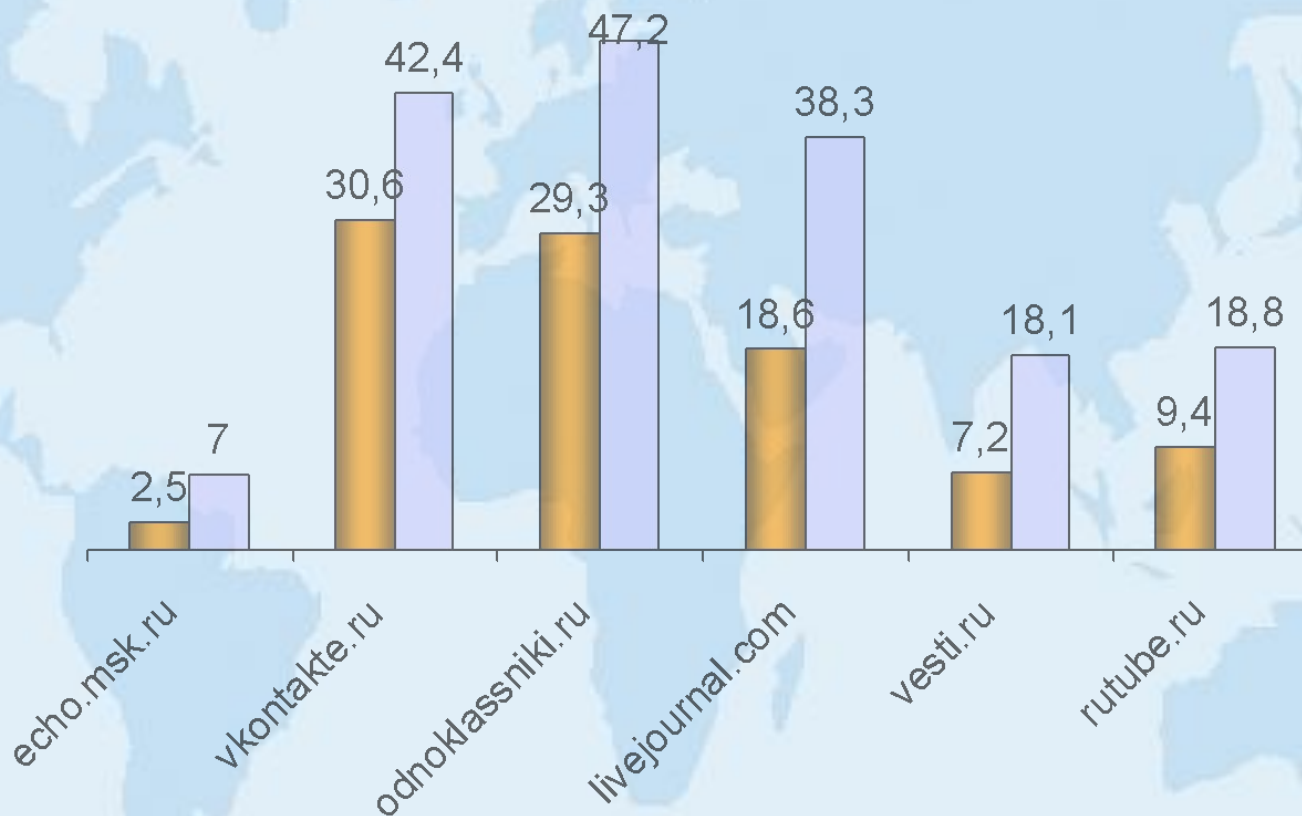
Накопленная за месяц аудитория  
(тыс. чел.)



Источник: TNS Россия Web index



# Доля в населении 12-54



Источник: TNS Россия Web index

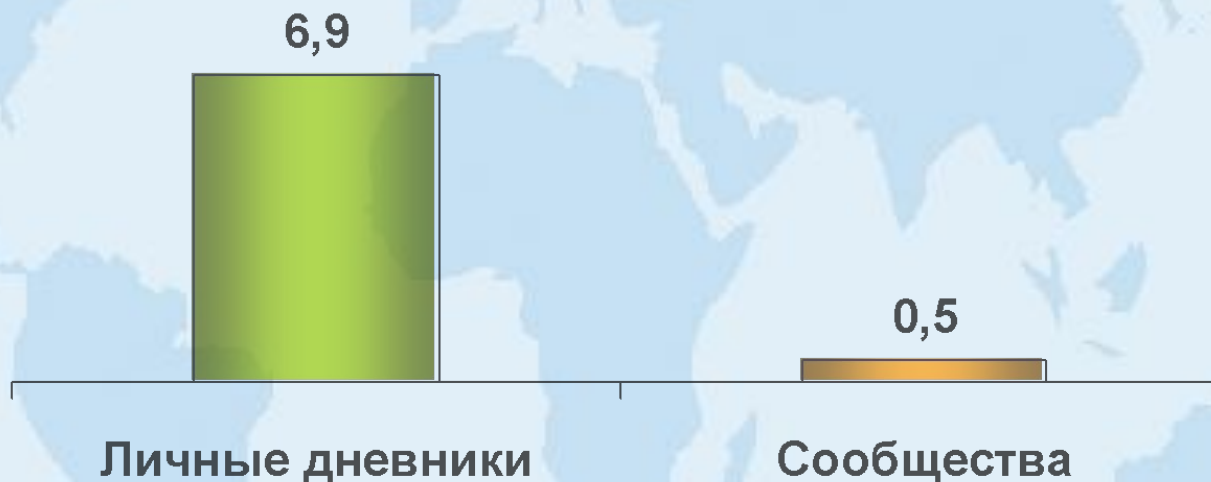


# Российская блогосфера



# Количество блогов

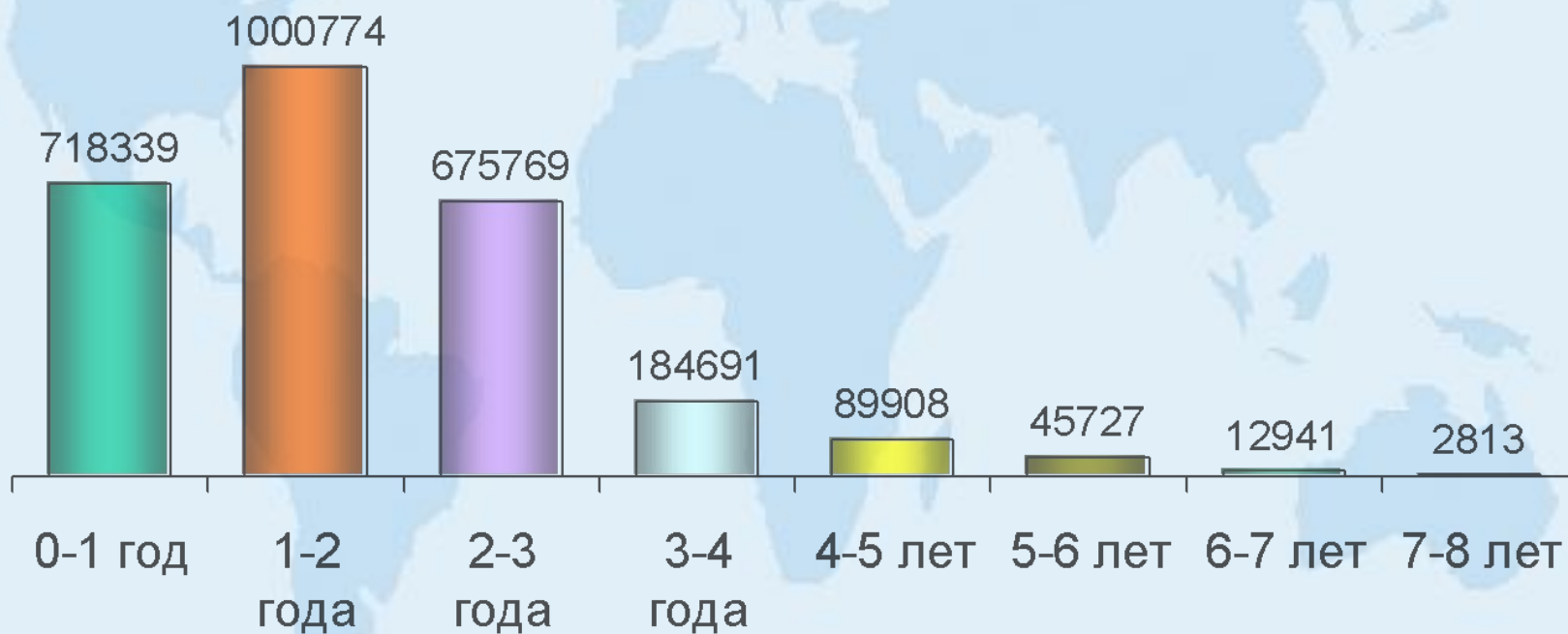
Количество русскоязычных блогов  
(млн.)



Источник: Yandex 2009

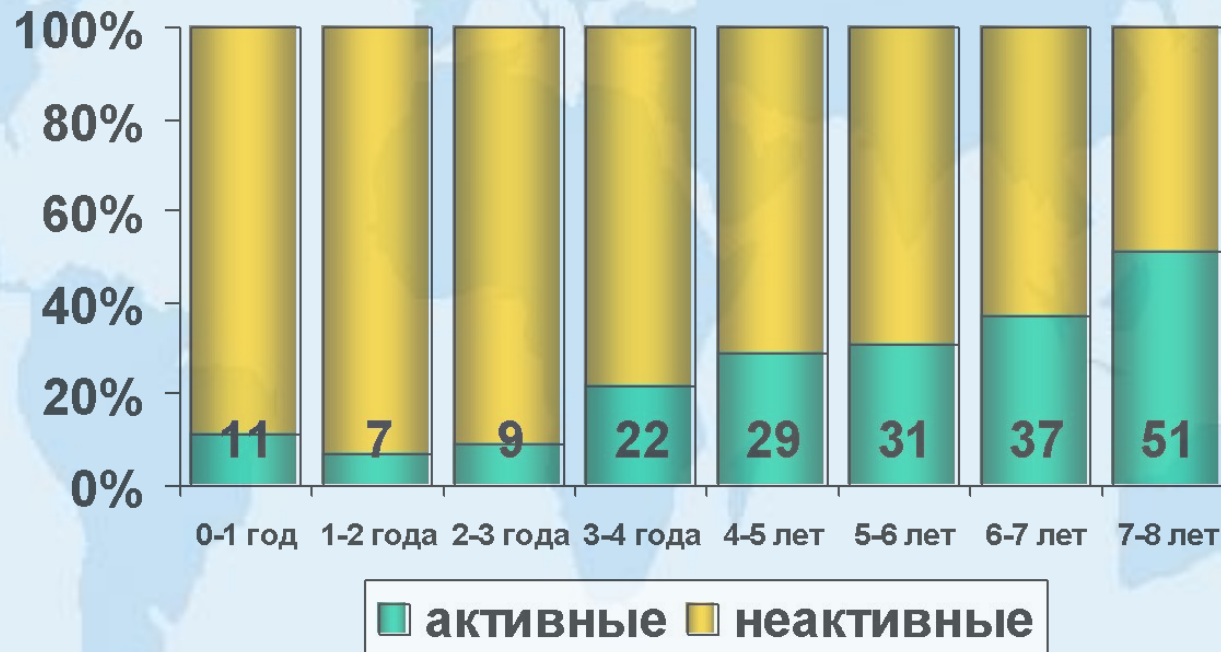
# Возраст блогов

## Возраст блогов



# Активность блоггеров

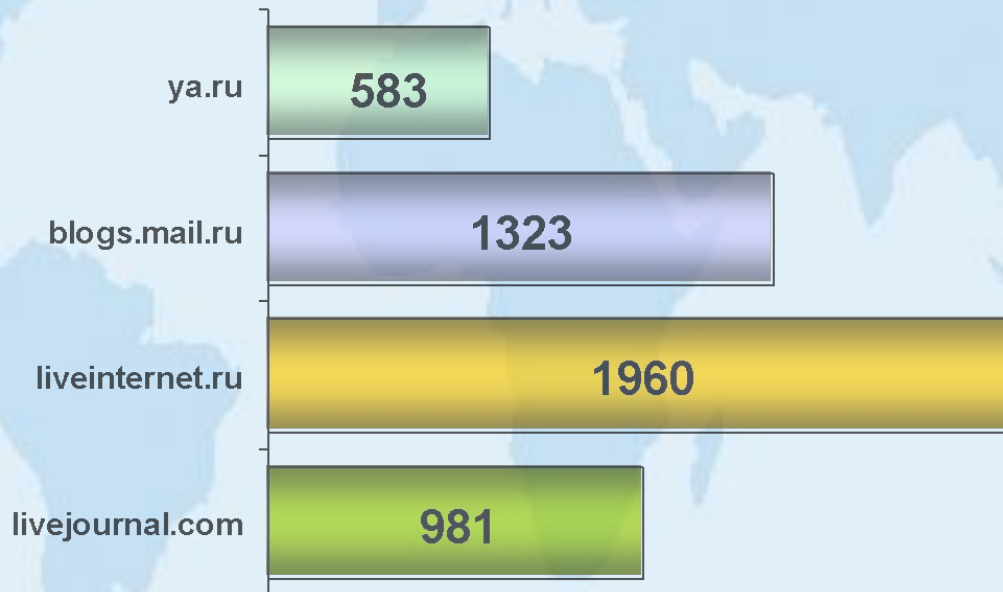
Доля активных блогов в зависимости от возраста блогеров



Источник: Yandex 2009

# ХОСТИНГИ

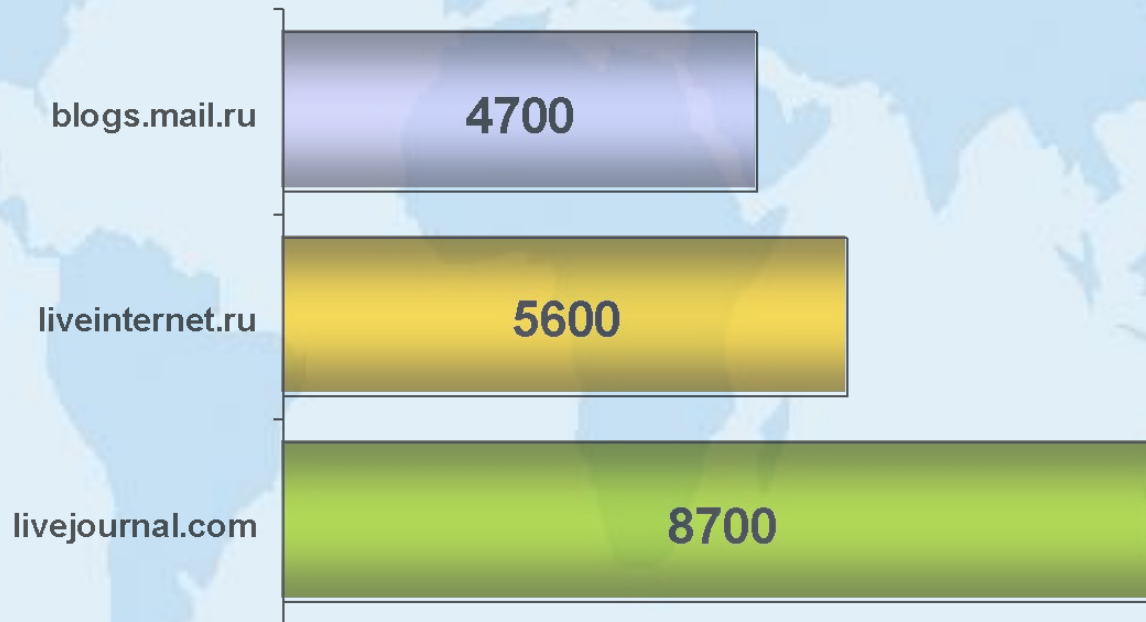
количество блогов на хостингах  
(тыс.)



Источник: Yandex 2009

# Посещаемость блогохостингов

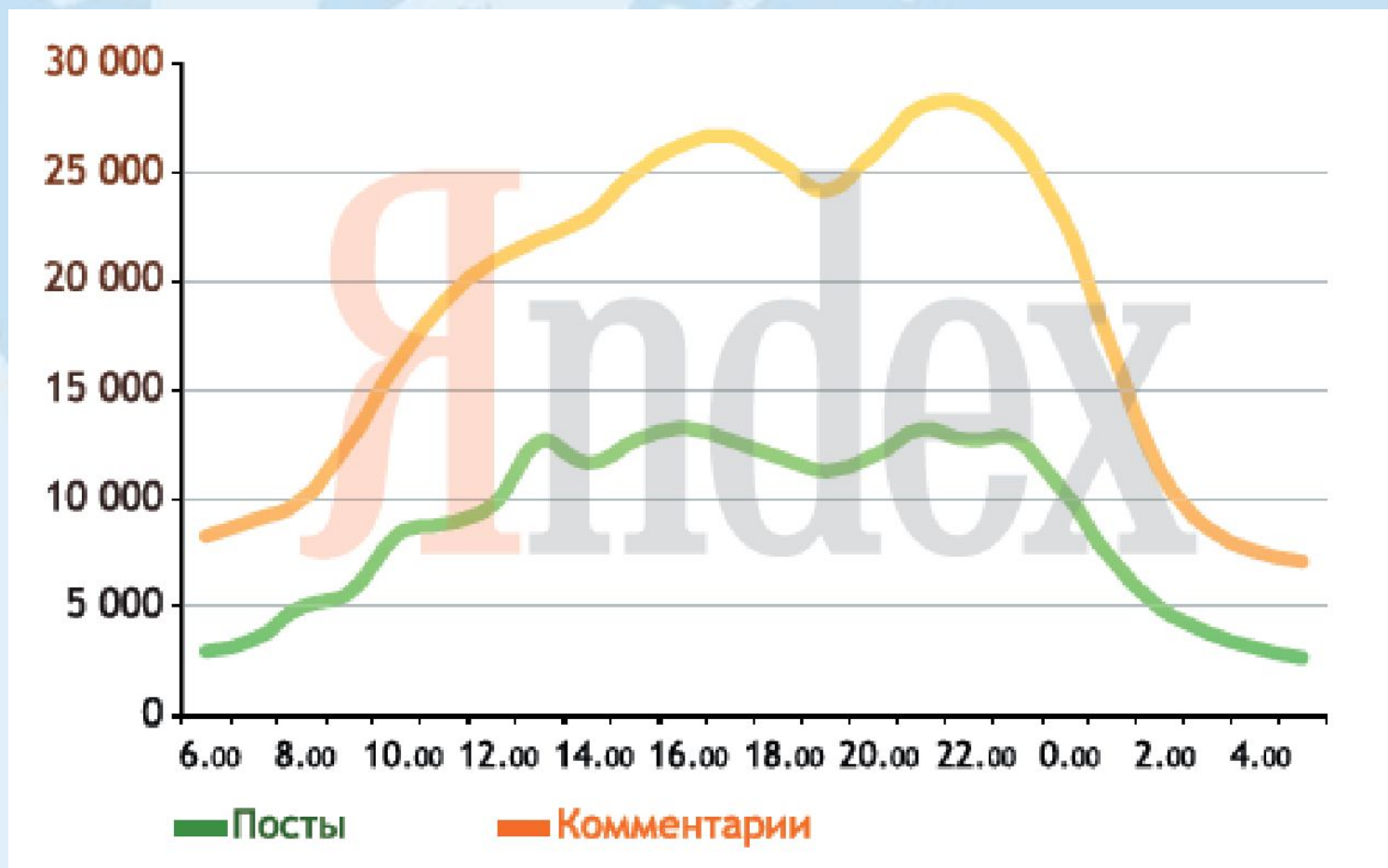
Месячная аудитория ведущих блогохостингов (тыс. чел.)



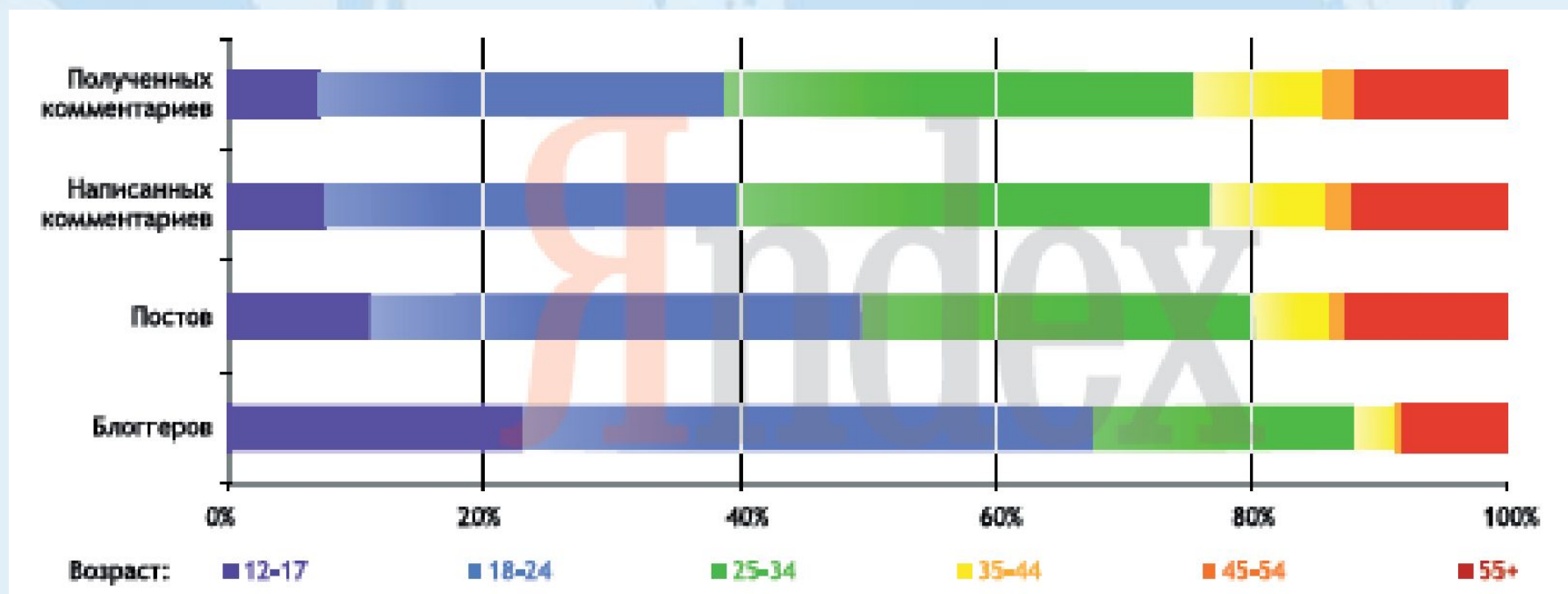
Источник: TNS Web Index 2009



# Активность блоггеров по времени суток

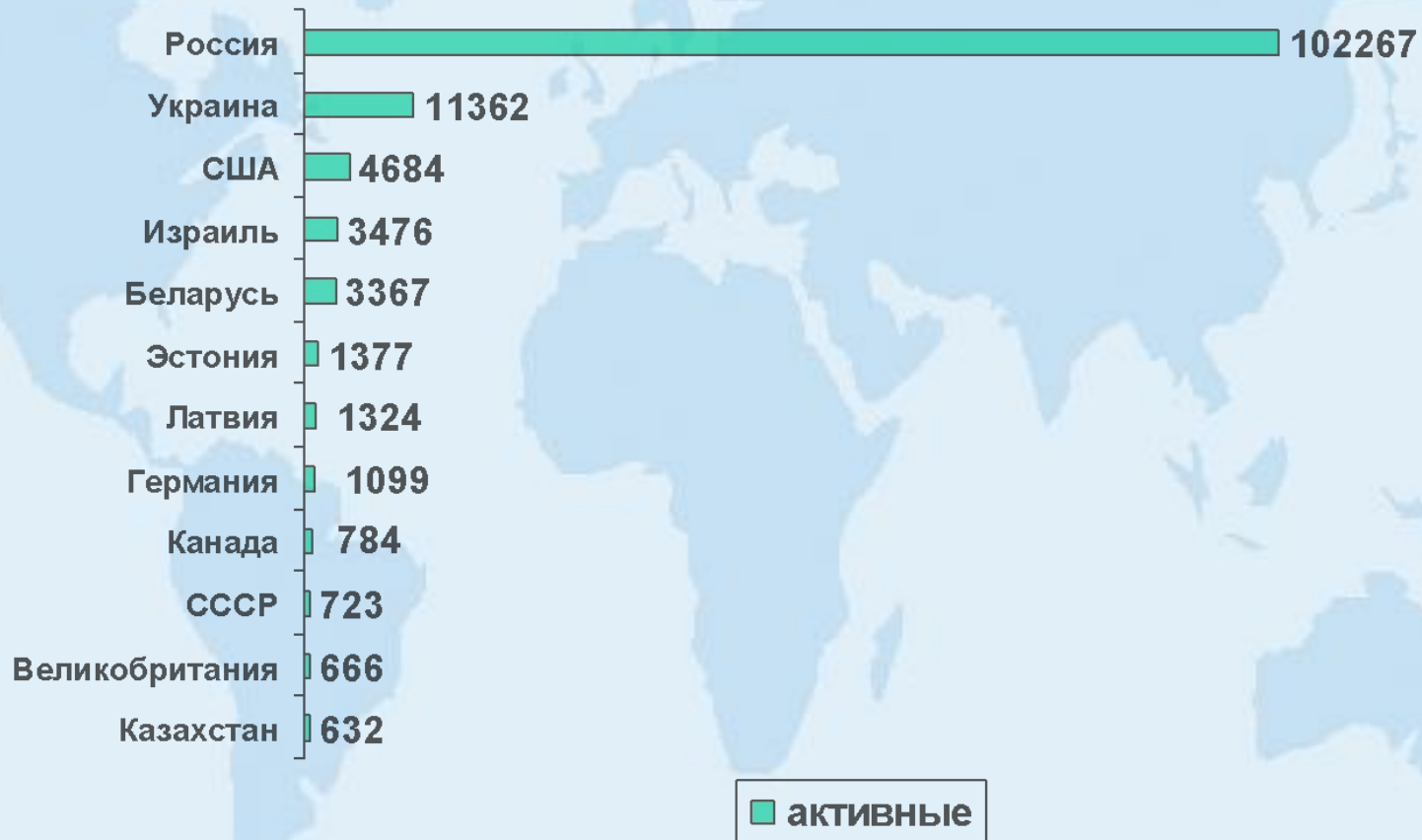


# Активность блоггеров разных возрастных групп



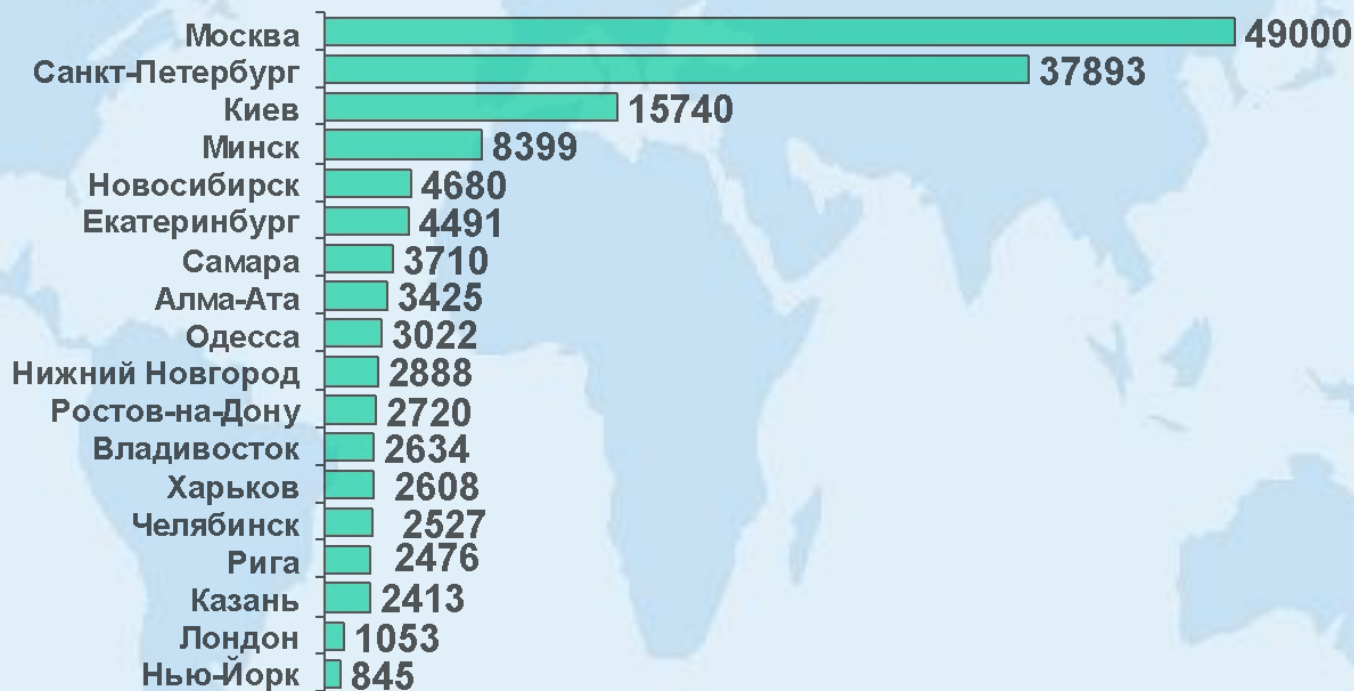
Источник: Yandex 2008

# География русских блогов

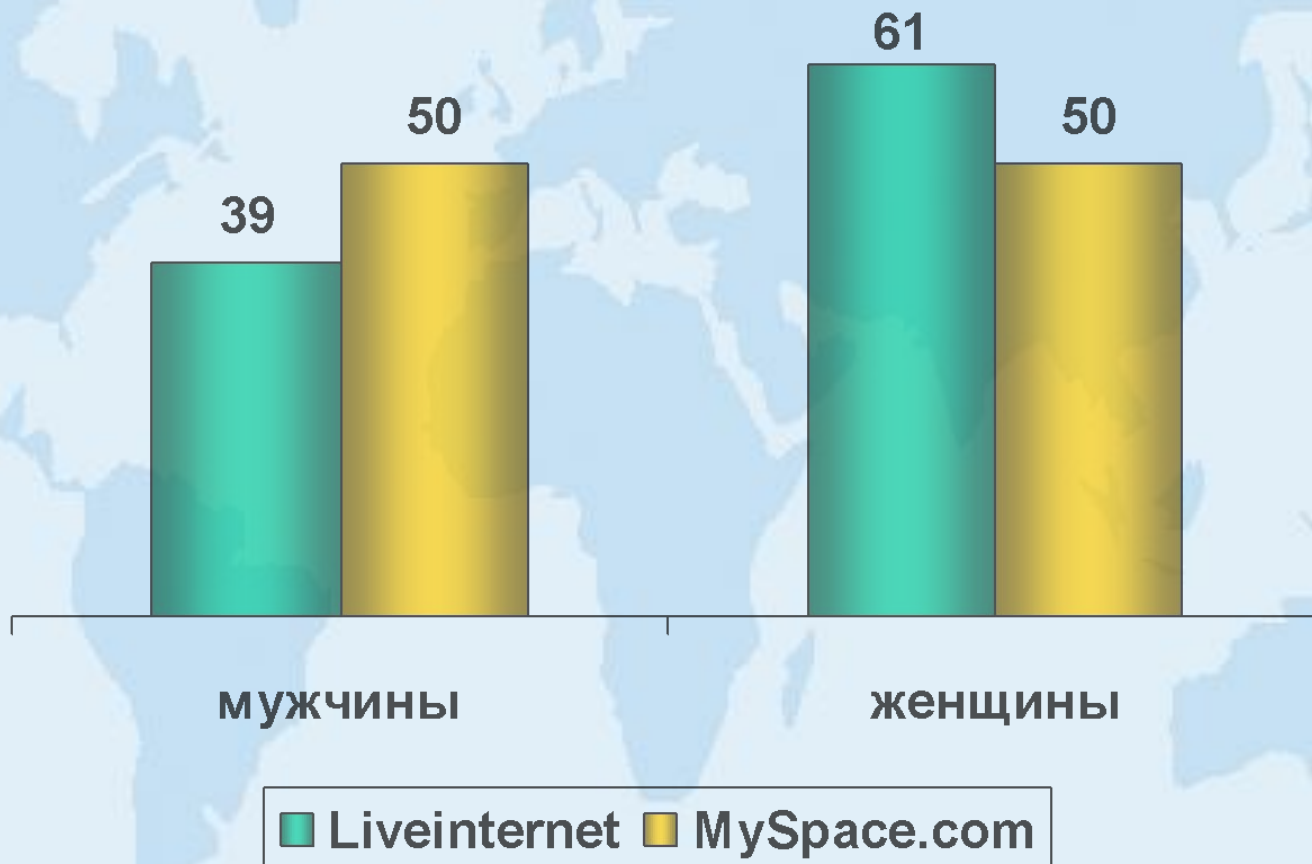


# Распределение по городам

## Активных блогов по городам

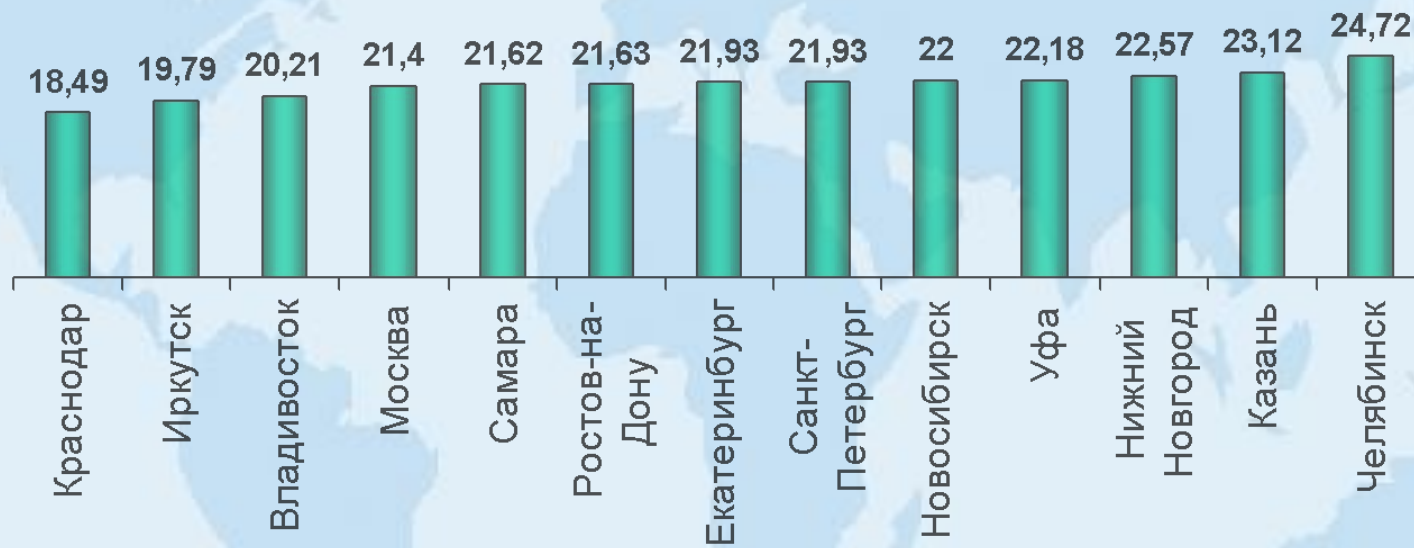


# Пол



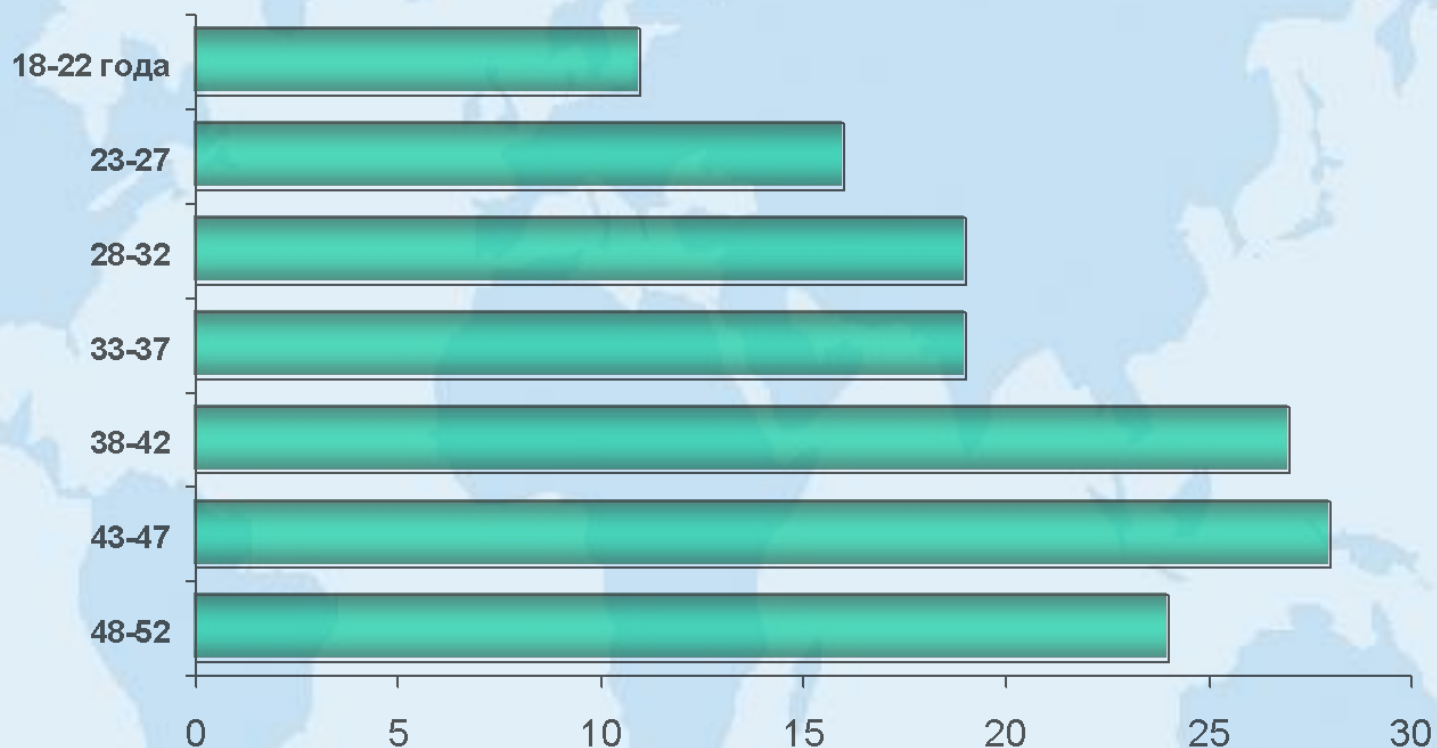
# Возраст

Средний возраст блоггера в городах РФ



Источник: Yandex

# Количество друзей и возраст блоггера

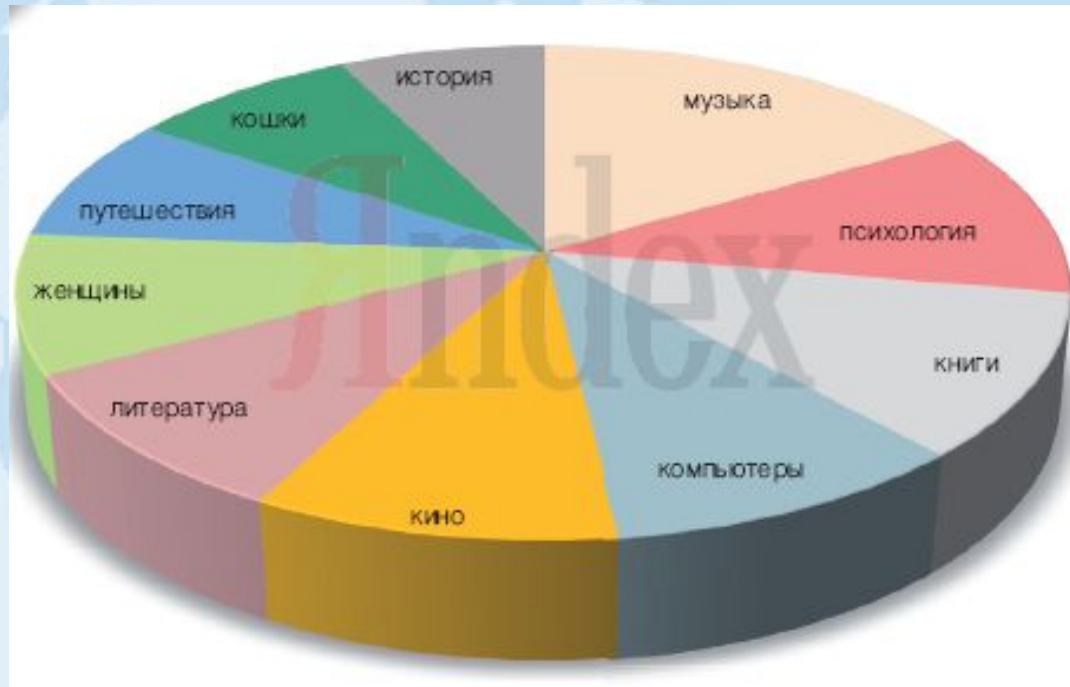


Источник: Yandex 2009



# Что ищут в блогах

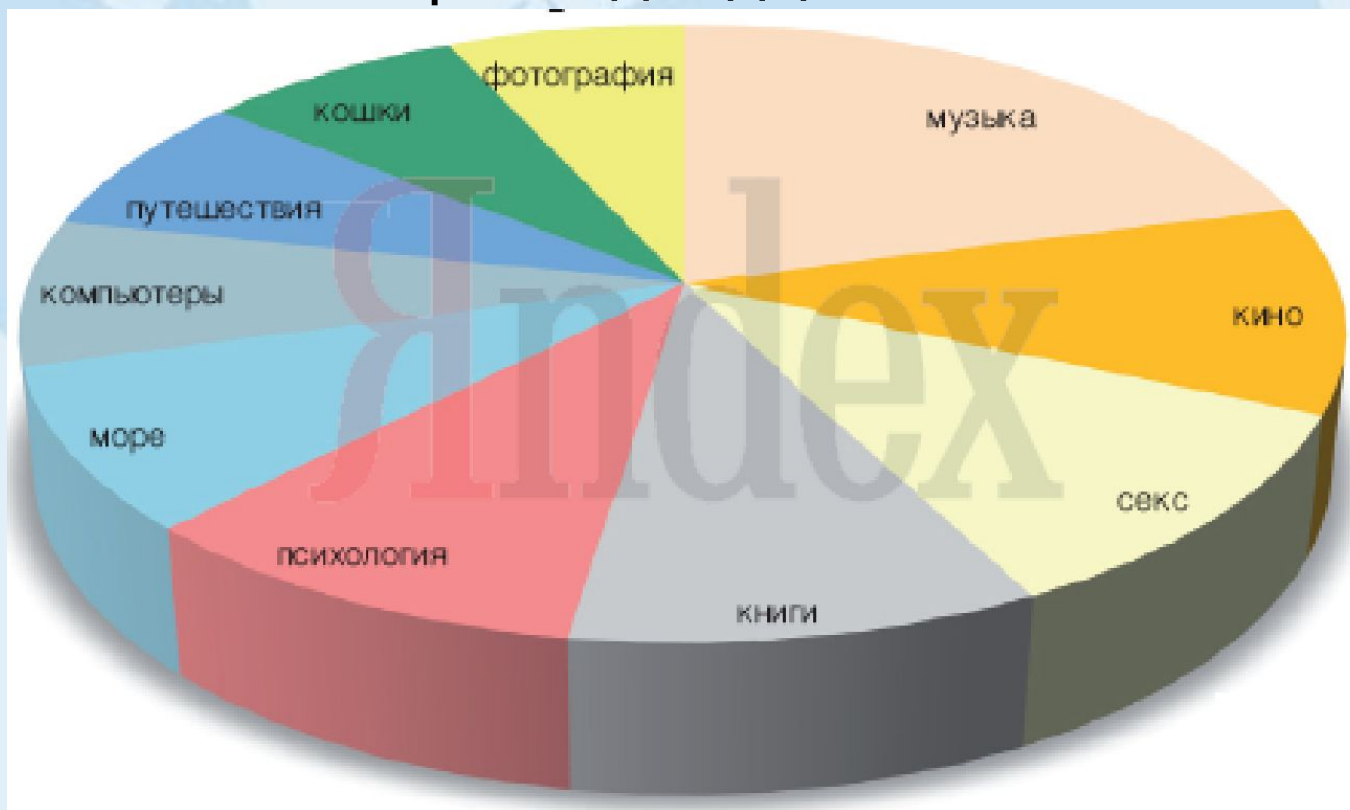
## Интересы сорокалетних



Источник: Yandex

# Что ищут в блогах

## Интересы двадцатилетних



Источник: Yandex

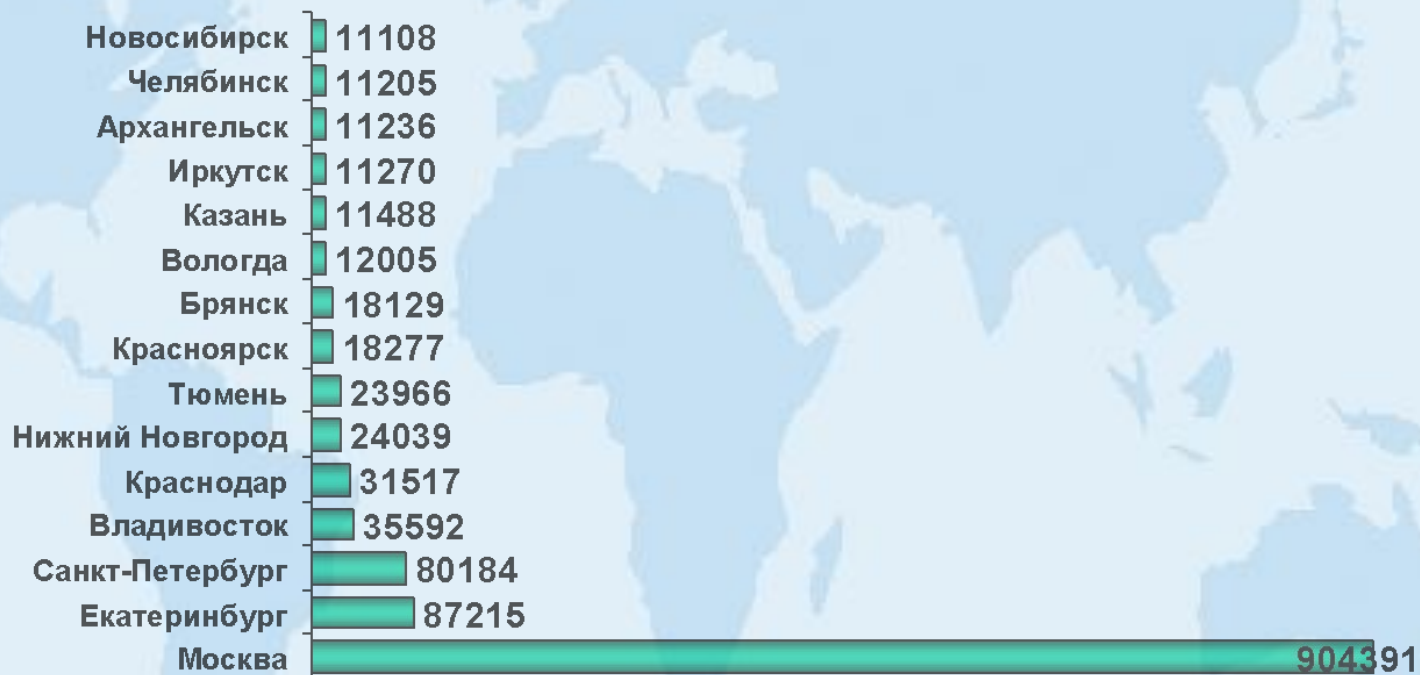


# СМИ в Интернете



# Информационно непропорциональное пространство

Самые обсуждаемые темы в 2006 г.



# Откуда приходят читатели



Источник: Yandex 2009

# Самые цитируемые СМИ

Ведомости
Газета.ру
Интерфакс
Коммерсант
РИА Новости
Спорт-Экспресс
Эхо Москвы
BBC Russian
Лента.ру
Regnum

# Самые упоминаемые персоны





# Кого чаще всего цитируют СМИ



## 3 место по тиражируемости

«Нужно предпринять практические шаги по усилению роли рубля в качестве одной из валют в международных расчетах. Необходимо стимулировать размещение новых эмиссионных ценных бумаг именно в рублях и желательно на российском рынке. Конечная цель всех этих процессов — сделать рубль одной из региональных валют. Чем больше будет в мире сильных финансовых центров, чем выше будет степень нашей общей зависимости, тем безопасней и устойчивее будет глобальный рынок». (В связи с мировым финансовым кризисом).

**Дмитрий Медведев, президент России**

## 2 место по тиражируемости

---

«Президент России — это очень конкретная и практическая работа, но скажу откровенно, исходя уже из собственного опыта, принимать решения, от которых зависит жизнь, в самом прямом смысле этого слова благосостояние, здоровье тысяч людей, а также репутация и судьба великого народа, очень непросто, и, принимая их, нужно твердо знать — есть вещи, которыми нельзя поступиться». (В связи с событиями на Кавказе).

---

**Дмитрий Медведев, президент России**

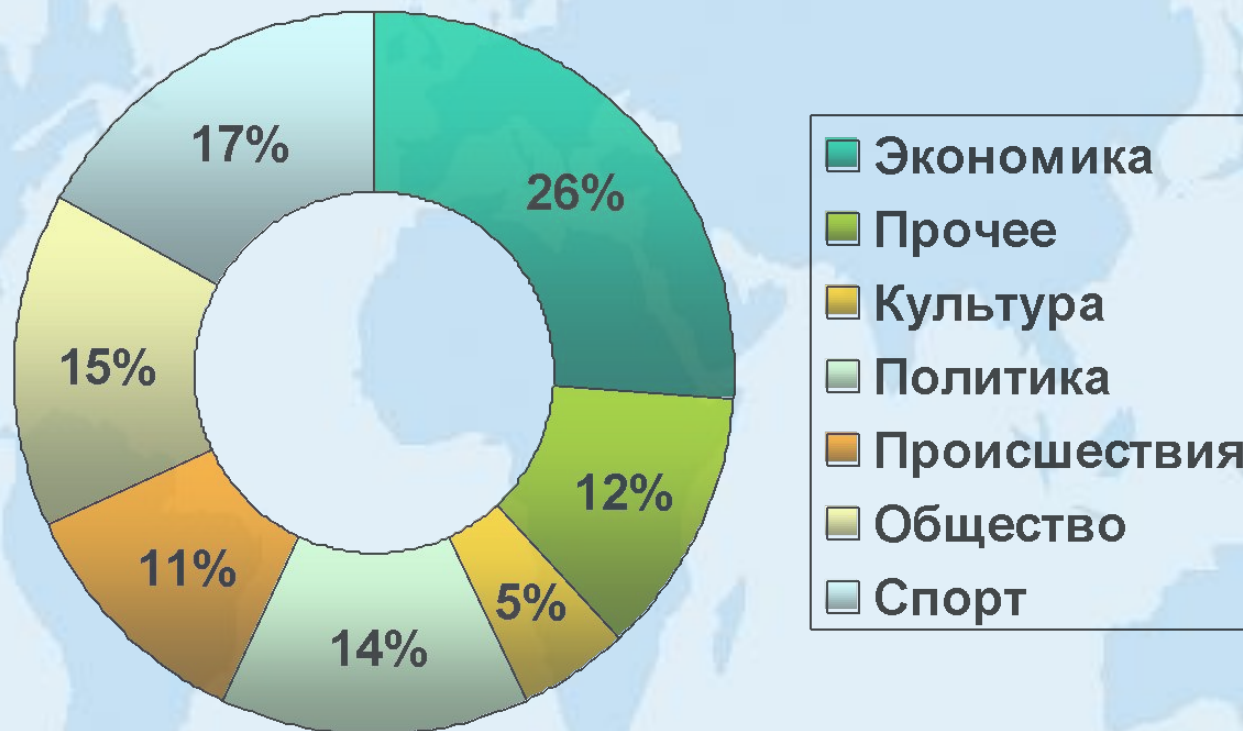
## And Oscar goes to...

---

«С долгом Украины нужно окончательно определиться и взыскать его или в добровольном порядке, или в принудительном. Так, как это установлено действующим законодательством и в рамках наших двусторонних отношений». (По поводу долга Украины за газ).

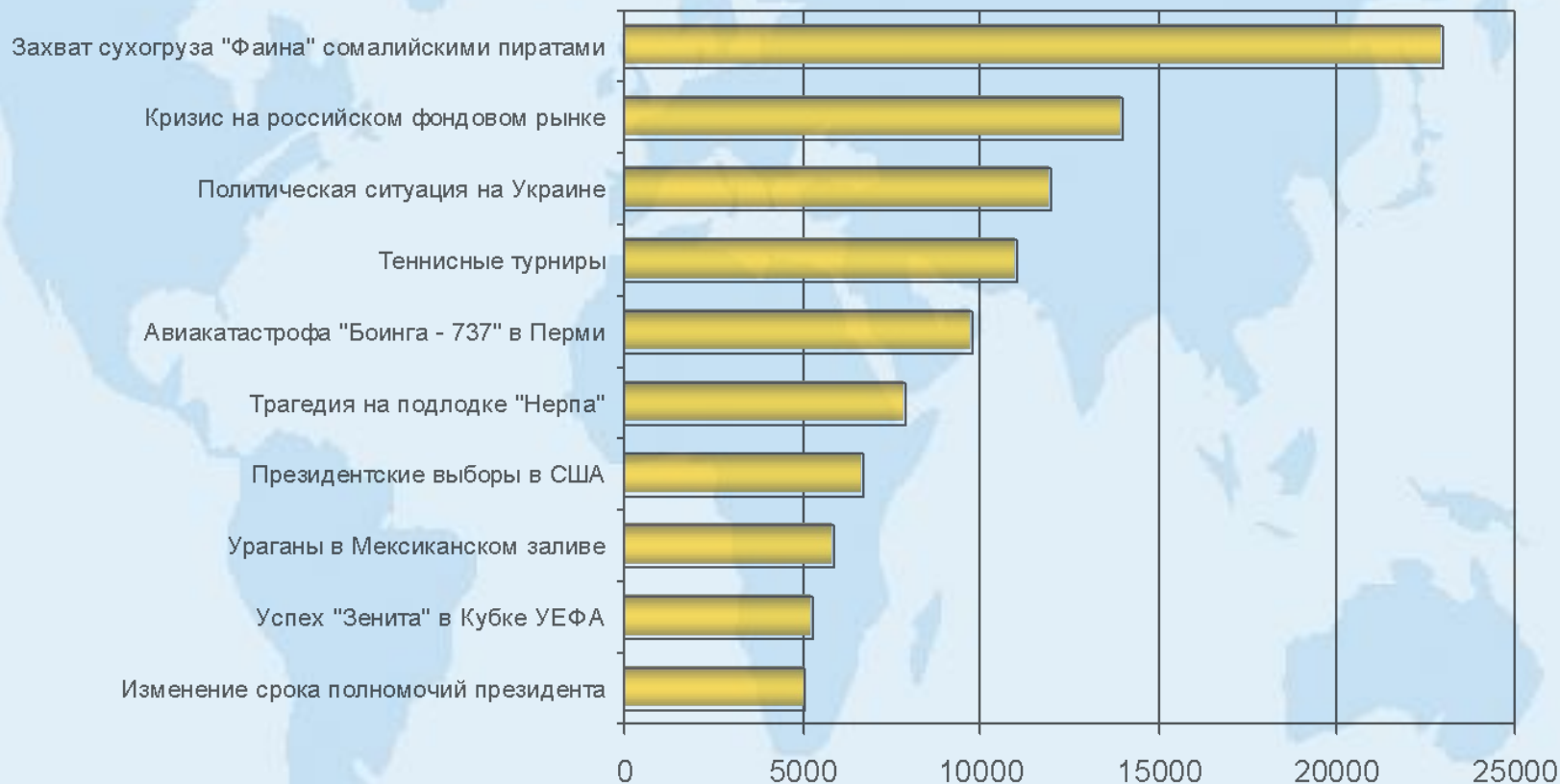
**Дмитрий Медведев, президент России**

# Доля новостей различной тематики

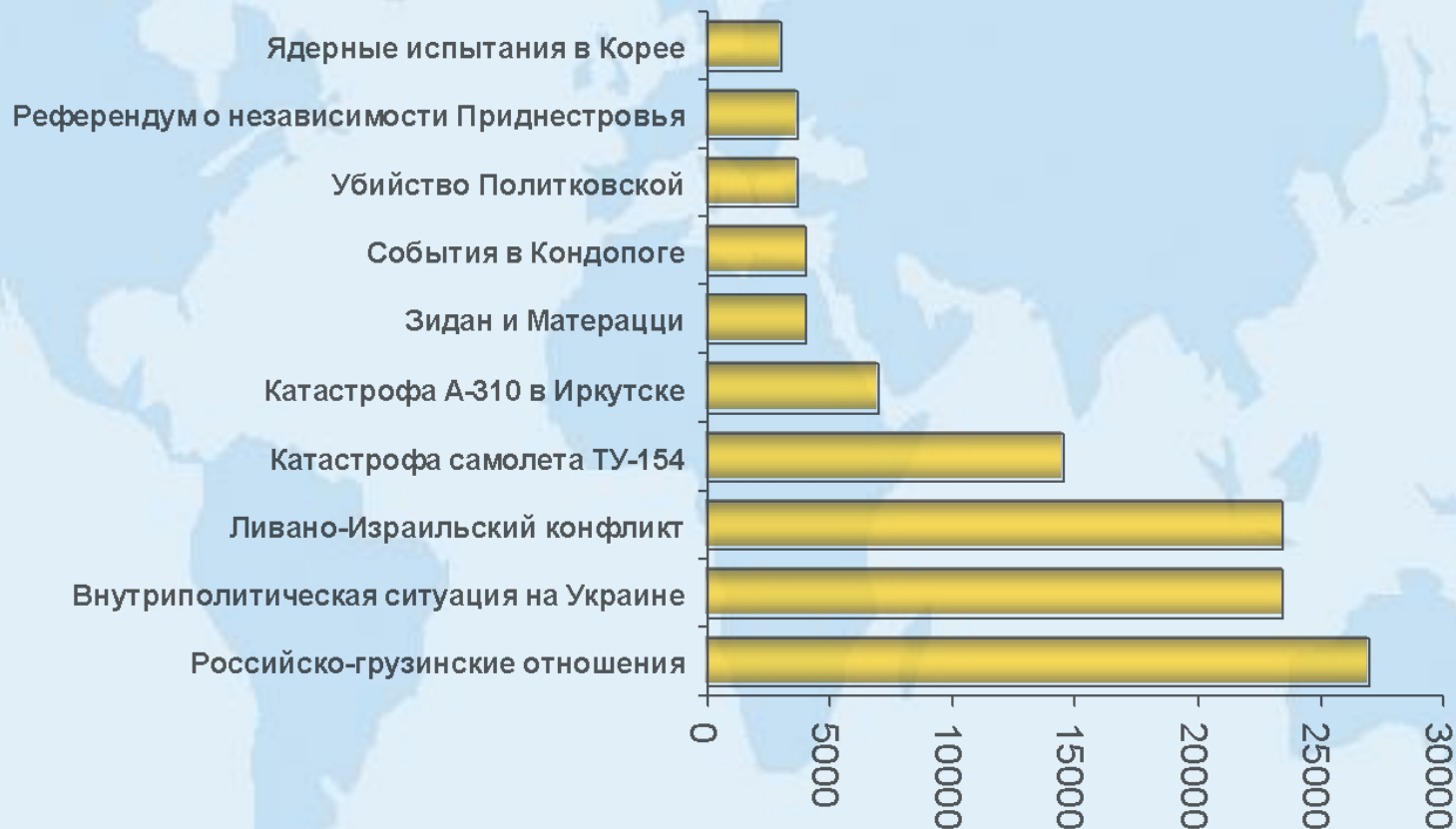


Источник: Yandex, 2009

# Наиболее широко освещаемые темы в 2008



# Самые популярные темы в сообщениях Интернет-СМИ в 2006



Источник: Yandex



# Что обсуждают в блогах?

Самые обсуждаемые темы в 2006 г.



Источник: Yandex



# Методика измерения Интернет-аудитории

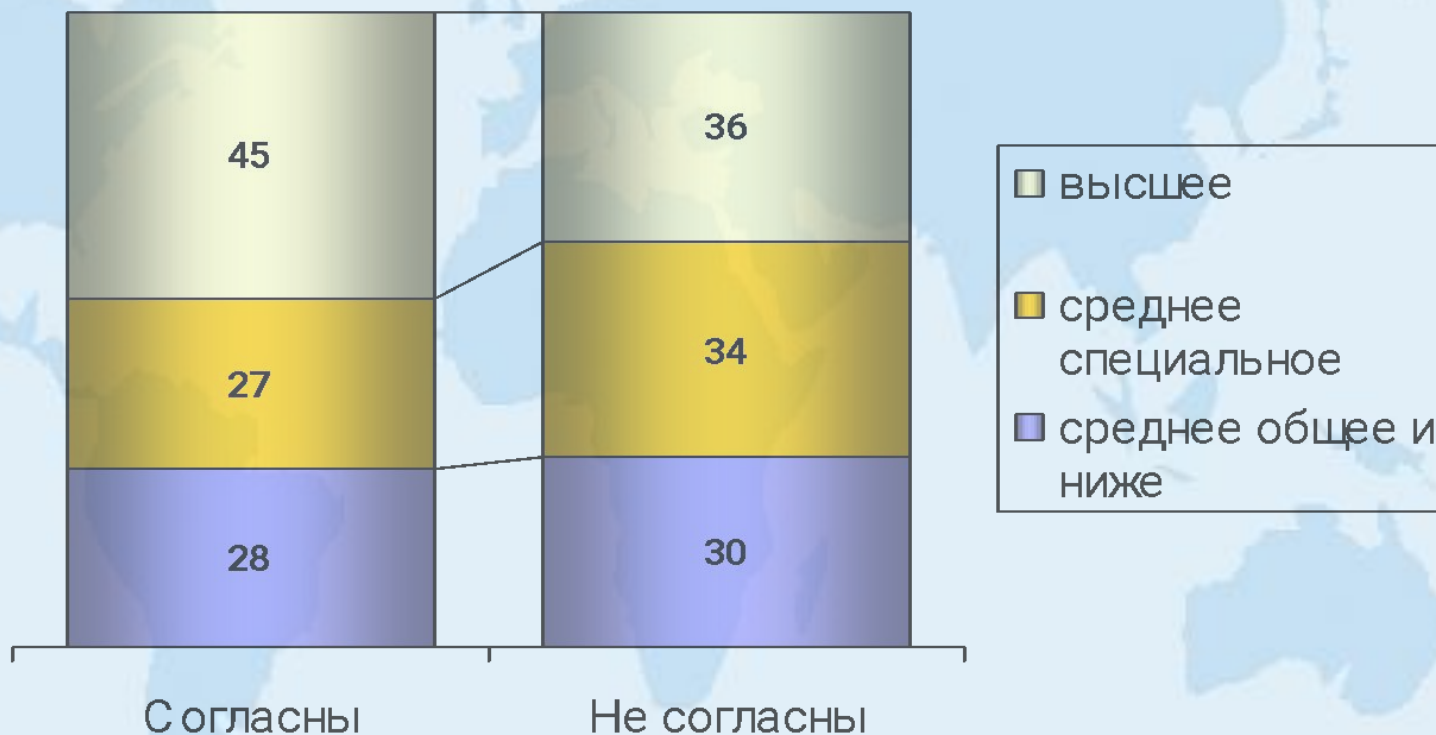


# Выборочные исследования и перепись



# Почему нельзя экстраполировать данные

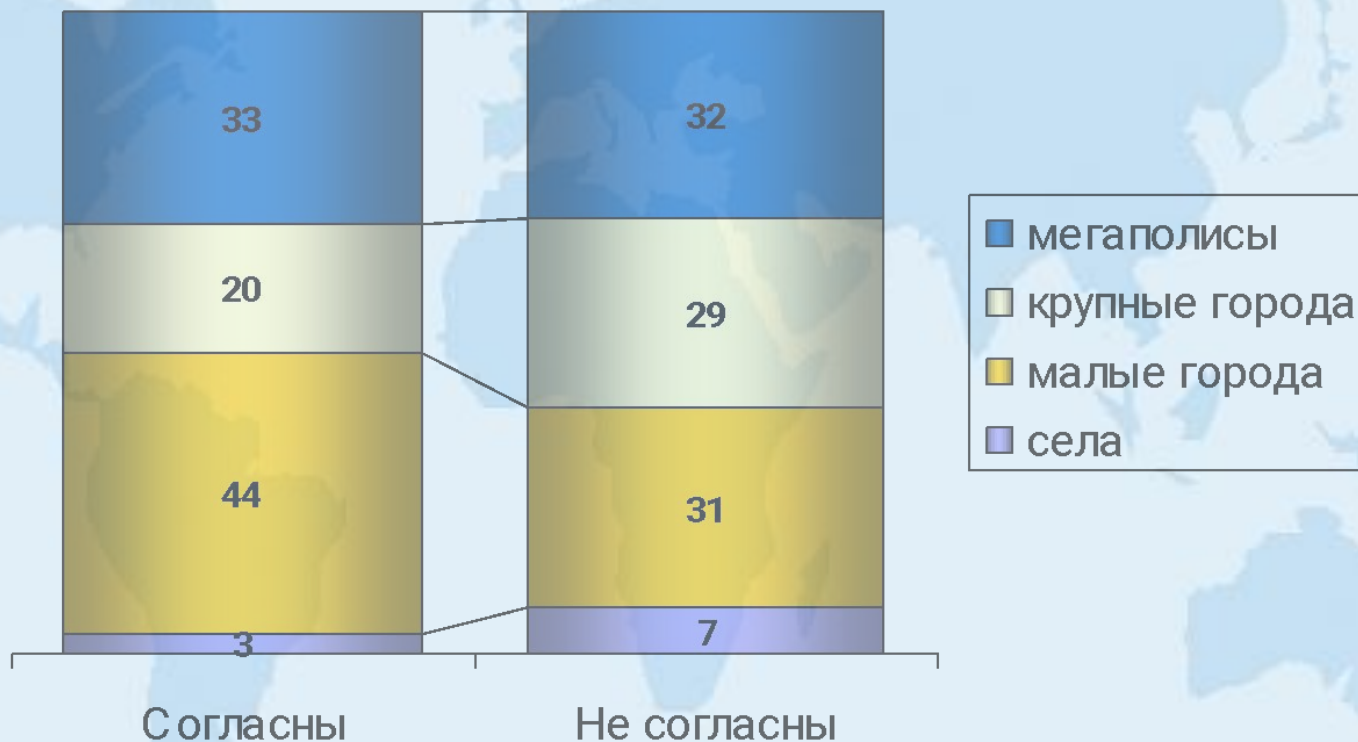
Согласны ли Вы участвовать в опросах в Интернете



Источник: ФОМ

# Почему нельзя экстраполировать данные

Согласны ли Вы участвовать в опросах в Интернете



# Что такое измерение аудитории

---

Измерение аудитории – социологическое исследование, направленное на выявление числа контактов аудитории со СМИ и их элементами в течение времени.

# Типология измерений

---

По периодичности проведения:

- Мониторинговые
- Волновые
- Дискретные

По задачам исследования:

- Маркетинговые
- Электоральные

По охватываемым СМИ:

- Мономедийные
- Мультимедийные



# Типология измерений

---

По географическому принципу:

- Региональные
- Макрорегиональные
- Национальные

По используемому методу измерения:

- Опросные
- Автоматизированные

По характеру участия респондентов:

- Измерения с активным участием респондентов
- Измерения с пассивным участием респондентов

# Методы измерений

---

## Опросные

- Личные интервью
- Телефонные интервью
- Почтовые опросы
- Дневниковые опросы

## Автоматизированные

- Интернет-клиент

# Этапы дневникового измерения

---

- Разработка методики
- Полевые работы
  - Инструктаж респондентов
  - Рассылка анкет, онлайн-анкеты
  - Сбор данных
- Проверка качества
- Ввод данных
- Обработка данных
- Анализ данных

# Этапы автоматизированного исследования

---

- Проведение установочного исследования
    - Статистические данные для построения панели
    - База контактов для установки программы-клиента
  - Полевые работы
    - Скачивание программы, инструктаж респондентов
    - Ежедневная поддержка панели
    - Ежедневный сбор данных
  - Обработка данных
    - Проверка качества данных
    - Взвешивание данных
  - Поставка и анализ данных
-