

РЫНОК НОВОСТНЫХ МЕДИА В РФ

**Доклад по предмету технологии журналистики новостей
подготовила Анастасия Гаврилова
2020**



Во всех странах средний уровень доверия к новостям в целом снизился на 2% до 42%. Менее половины (49%) согласны с тем, что они доверяют новостным СМИ, которые они сами используют.

© Ежегодный доклад Reuters Institute 2019

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf



Доверие к новостям, найденным с помощью поиска (33%) и социальных сетей, остается **стабильным**, но крайне низким (23%). Самый **высокий** уровень доверия к новостям в Финляндии (59%), Португалии (58%) и Дании (57%). Укрепить доверие и изменить восприятие общественности может лучшая прозрачность журналистских процессов, а также улучшенный маркетинг важной работы журналистов, говорит отчет.

© Ежегодный доклад Reuters Institute 2019

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf



На глобальном рынке Россия является
государством с самым низким уровнем доверия
к средствам массовой информации.

Так, **28%** опрошенных россиян доверяют медиа,
что на **2%** больше по сравнению с 2019 г.

© Барометр доверия 2020

<https://adindex.ru/news/researches/2020/01/20/278891.phtml>



55% опрошенных получают доступ к новостям через поисковые системы, социальные сети или **агрегаторы новостей**, предпочитая технических гигантов, которые курируют и ранжируют статьи, используя алгоритмы, а не редакторов.

© **Ежегодный доклад Reuters Institute 2019**

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DN>

[R 2019 FINAL 0.pdf](#)

Что такое новостной агрегатор?

Новостной **агрегатор**, или, менее точно, **агрегатор** СМИ — компьютерная программа или информационный интернет-ресурс (сайт или страница сайта), отображающий структурированную новостную ленту, формируемую им подборку из **новостей** различных СМИ, как правило по заданным критериям автоматически.

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%BE%D0%B9_%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80

ПОЛОЖЕНИЕ НОВОСТНЫХ АРГЕГАТОРОВ В МЕДИАСИСТЕМЕ

Новостные агрегаторы отняли значительную часть аудитории у информационных сайтов. Людям удобно читать новости в агрегаторах, при этом они все реже ассоциируют новости с сайтами, информацию которых агрегаторы транслируют.

<https://vn.ru/news-reyting-smi-2019-recessans-tv-i-delezhka-v-internete/>

Среди **топ-агрегаторов** новостей на международном рынке:

Google News

Apple News

Upday

Flipboard

Apple News в Соединенных Штатах теперь достигает большего числа пользователей iPhone (27%), чем Washington Post (23%).

© **Ежегодный доклад Reuters Institute 2019**

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.p

[df](#)

Популярность агрегаторов в России на 2019 год:

1. **Яндекс.Новости** — 16,4 % (10,9% — 2018)
2. **Сайт НГС** — 11% (17,2% — 2018)
3. **«Мэйл»** — 3,4%
4. **Google** — 1,6%
5. **nsk.rbc.ru** — 1,7%
6. **tayga.info** — 1,6%.

<https://vn.ru/news-reyting-smi-2019-renessans-tv-i-delezhka-v-internete/>



Большинство респондентов отметили, что
СМИ хорошо справляются с освещением
новостной повестки: национальной (**61%**),
международной (**57%**) и локальной (**57%**).

© Барометр доверия 2020

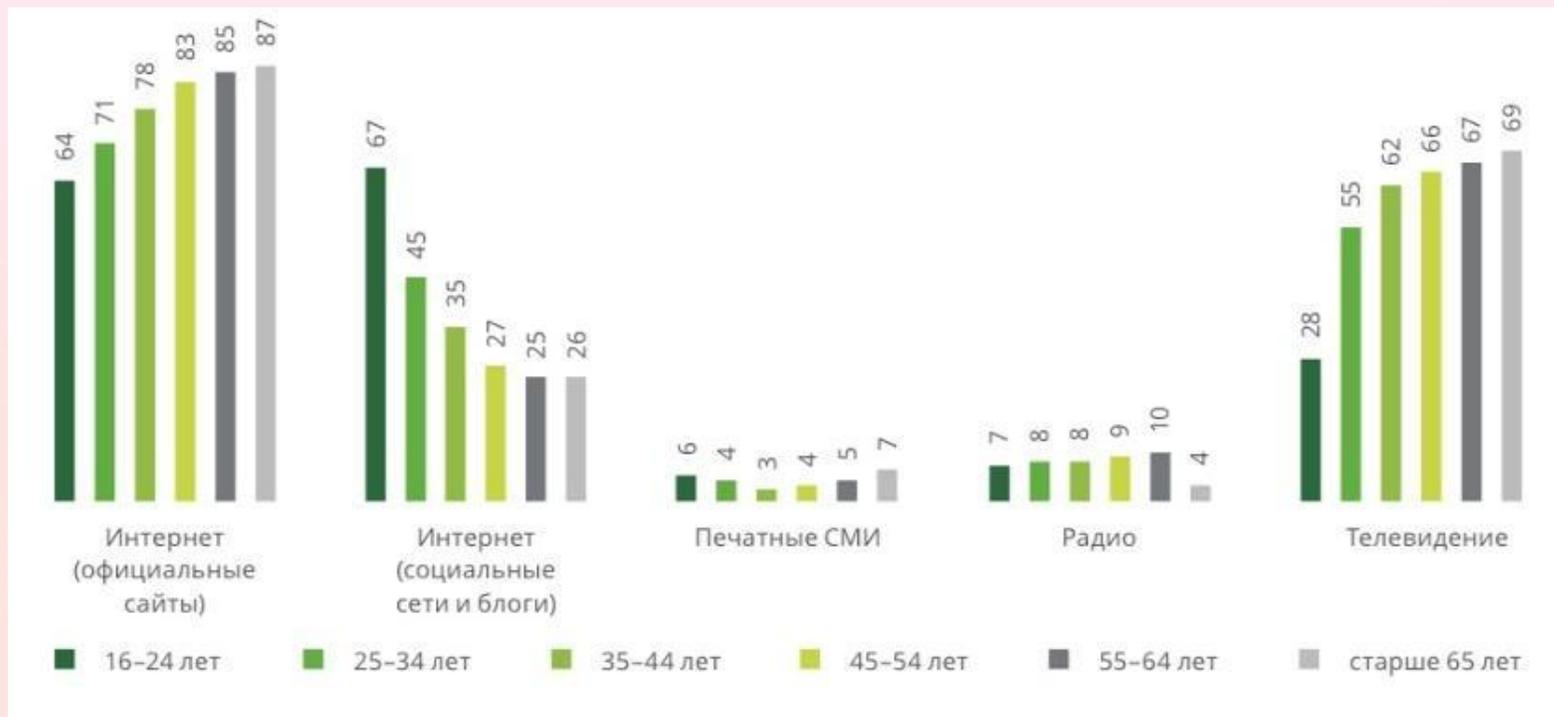
<https://adindex.ru/news/researches/2020/01/20/278891.phtml>

1. Российские пользователи больше всего доверяют сайтам в интернете.
2. Основным источником информации является интернет.
3. Больше всего времени в интернете занимает поиск информации и чтение новостей на личных страницах.

© Deloitte Медиапотребление в России – 2019

<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

Основным источником информации для респондентов всех возрастов являются новостные, аналитические и официальные сайты в интернете. На втором месте телевидение, и только третье место занимают блоги и социальные сети.



© Deloitte Медиапотребление в России – 2019

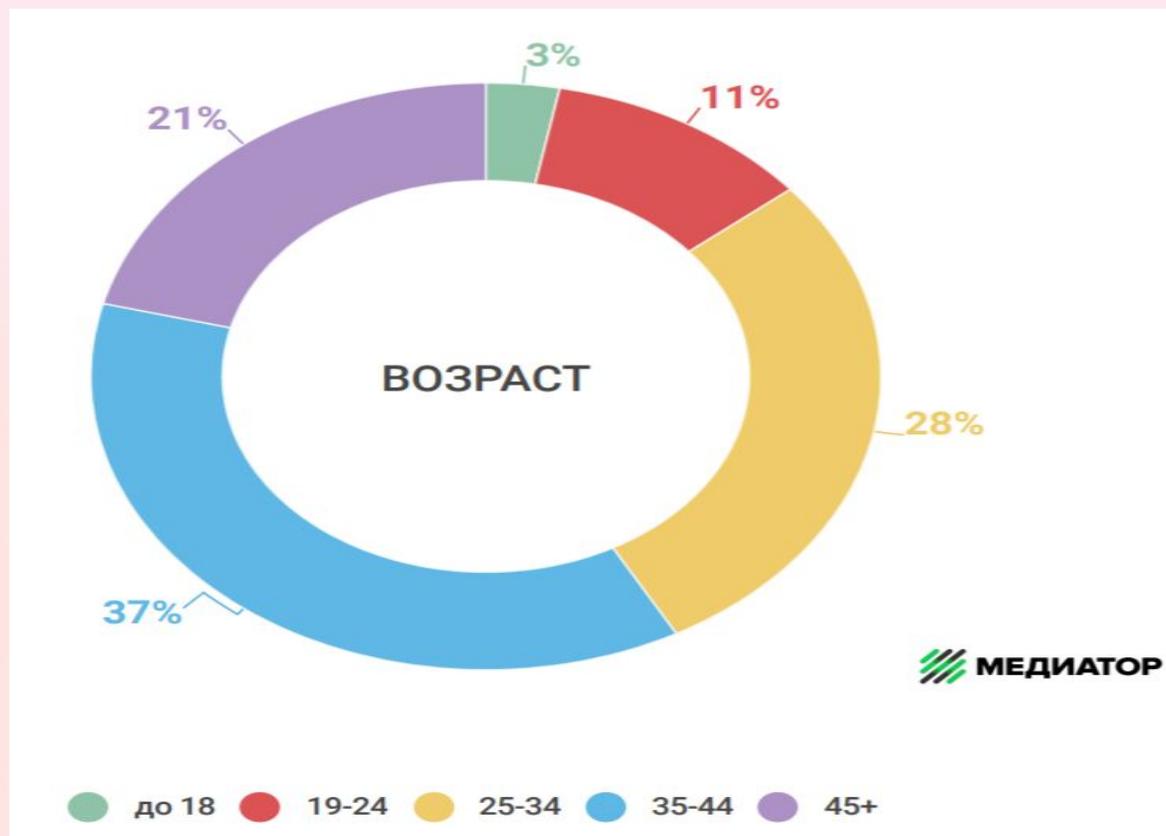


Медиатор провел исследование, в котором изучил строение и особенности потребления аудиторией информации из федеральных новостных СМИ.

© Медиатор — как читают медиа в России

https://mediator.media/doc/Mediator_2018_How_People_Read.pdf

Распределение читателей федеральных новостных СМИ по возрасту:



© Медиатор — как читают медиа в России

https://mediator.media/doc/Mediator_2018_How_People_Read.pdf

Распределение слов в материалах федеральных новостных СМИ:



© Медиатор — как читают медиа в России

https://mediator.media/doc/Mediator_2018_How_People_Read.pdf

60% читателей российских федеральных
новостных медиа — это мужчины, они
проявляют больше интереса к политике и
общественным процессам

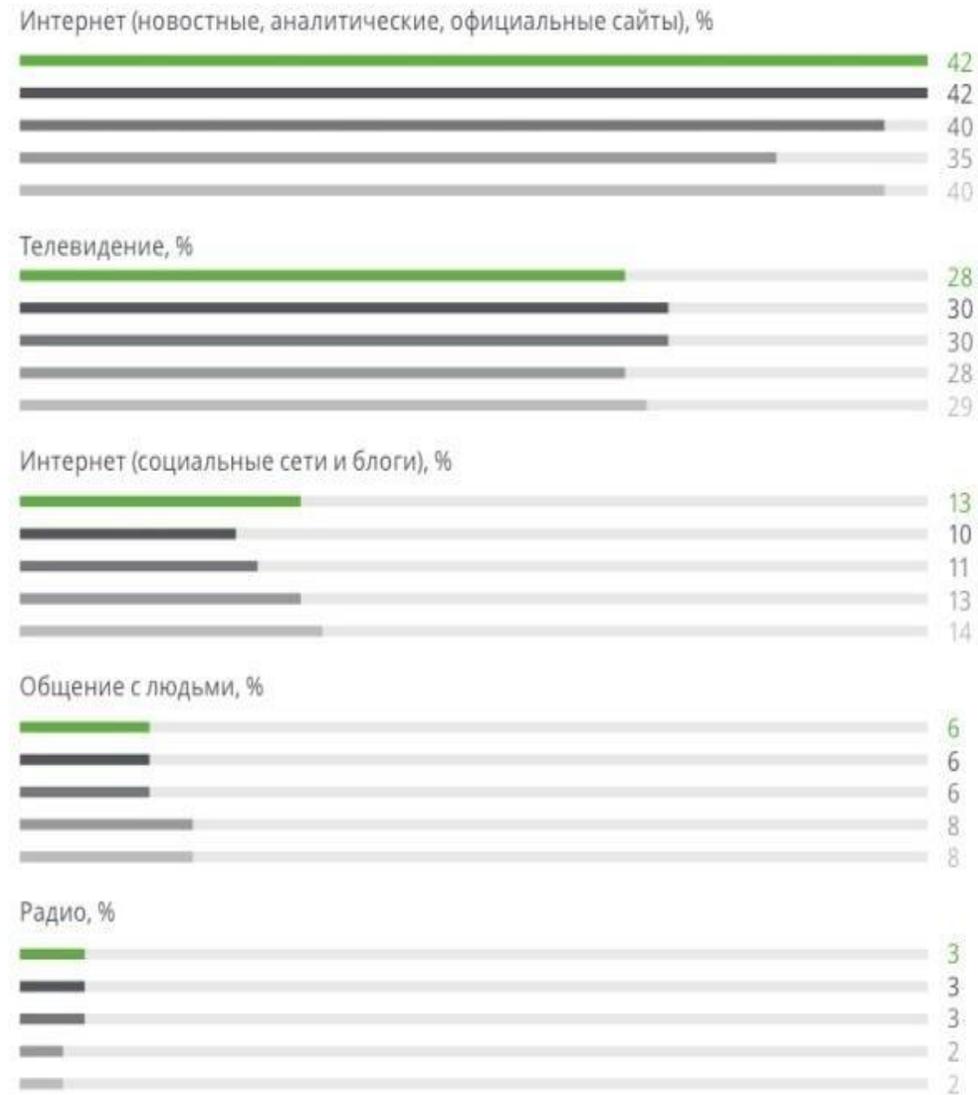
Две трети читателей — мужчины



© Медиатор — как читают медиа в России

https://mediator.media/doc/Mediator_2018_How_People_Read.pdf

Среди источников информации больше всего доверия у опрошенных вызывают **новостные и аналитические сайты**, немного меньше — **телевидение**, дальше идут **социальные сети и блоги**, потом **общение с людьми** и **радио**. Меньше всего доверия вызывают **печатные газеты и журналы**.



В России печатные СМИ вызывают гораздо меньше доверия, чем официальные сайты или новостные агрегаторы. В США дела обстоят иначе:

Одно из исследований Университета Дьюка показало, что в 100 общинах по всей стране **«местные газеты производили больше местных репортажей в тех сообществах, которые мы изучали, чем на телевидении, радио и только в Интернете, вместе взятых».**

Местные газеты находятся не в лучшем состоянии, но все же остаются главными источниками информации.

© The Washington Post

https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/the-future-of-local-newspapers-just-got-bleaker-how-could-we-keep-them-alive/2020/02/14/a7080d14-4f20-11ea-8b5c-005056b14def_story.html

Американцы, в отличие от россиян, считают, что свежие и оригинальные местные репортажи, наполненные эмоциями и информацией, это все еще газеты, которые являются первоисточником

© The Washington Post

https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/the-future-of-local-newspapers-just-got-bleaker-heres-why-we-cant-let-them-die/2020/02/14/a7089d16-4f39-11ea-9b5c-eac5b16dafaa_story.html

Наиболее популярные для российских читателей рубрики в каждом медиаисточнике:

Телевидение		Изменение за год		Изменение за год	
Сериалы	2,9 раза ¹	^ +0,3	2 ч. 05 мин. ²	^ 8 мин.	
Кино	3,9 раза ¹	^ +0,2	2 ч. 04 мин. ²	^ 2 мин.	
Новостная информация общего характера (новости дня)	4,0 раза ¹	v -0,2	1 ч. 01 мин. ²	0 мин.	

Радио		Изменение за год		Изменение за год	
Зарубежная музыка	3,4 раза ¹	0	1 ч. 09 мин. ²	^ 3 мин.	
Русская музыка	3,6 раза ¹	^ +0,1	1 ч. 08 мин. ²	0 мин.	
Информационные передачи (новости, погода)	3,5 раза ¹	^ +0,2	45 мин. ²	^ 11 мин.	

Печатные СМИ		Изменение за год		Изменение за год	
Научно-познавательная информация	1,6 раза ¹	^ +0,1	33 мин. ²	^ 1 мин.	
Общественно-политическая информация	1,8 раза ¹	0	30 мин. ²	^ 1 мин.	
Новостная информация общего характера	2,2 раза ¹	v -0,1	28 мин. ²	^ 1 мин.	

Подкасты в Интернете		Изменение за год		Изменение за год	
Кино, музыка, искусство	2,2 раза ¹		53 мин. ²		
Научно-познавательная информация	1,9 раза ¹		44 мин. ²		
Новостная информация общего характера (новости дня)	2,4 раза ¹		41 мин. ²		

© Deloitte Медиапотребление в России – 2019

<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

90-96% времени в интернете люди проводят в **поиске информации** или **за чтением новостей на личных страницах**. 86-89% времени уходит на **общение в социальных сетях**. 82% – на **работу**, остальное время идет на различные **другие развлечения**.

© Deloitte Медиапотребление в России – 2019
<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

	Доля пользователей		Средняя продолжительность использования	
	Рабочий день	Выходной день	Рабочий день	Выходной день
Поиск определенной информации	96%	88%	1 ч. 33 мин.	1 ч. 14 мин.
Проверка новостей на личных страницах в социальных сетях	90%	90%	1 ч. 13 мин.	1 ч. 16 мин.
Скоре, электронная почта, блоги, форумы, социальные сети: неформальное общение	89%	89%	1 ч. 18 мин.	1 ч. 21 мин.
	86%	75%	1 ч. 20 мин.	1 ч. 9 мин.
Выполнение работы, зарабатывание денег	82%	74%	2 ч.	1 ч. 40 мин.
Чтение новостей, аналитических журналов, газет, книг, блогов	81%	72%	59 мин.	1 ч. 2 мин.
Просмотр фильмов, видео	76%	81%	1 ч. 50 мин.	2 ч. 1 мин.
Совершение онлайн-покупок	74%	73%	51 мин.	56 мин.
Прослушивание музыки, радио	73%	71%	1 ч. 25 мин.	1 ч. 22 мин.
Без определенной цели	66%	60%	1 ч. 19 мин.	1 ч. 31 мин.
Скачивание фильмов, видео	50%	53%	1 ч. 14 мин.	1 ч. 19 мин.
Скачивание музыки	49%	51%	59 мин.	1 ч. 4 мин.
Скачивание книг	45%	45%	58 мин.	1 ч. 3 мин.
Прослушивание подкастов	37%	38%	1 ч. 4 мин.	1 ч. 10 мин.
Совместное пользование с друзьями/коллегами/знакомыми	21%	20%	1 ч. 30 мин.	1 ч. 32 мин.

Помимо перечисленных источников информации, стоит уделить внимание **подкастам**.

Данные из Германии показывают, что пользователи Apple Podcasts посвящают около 23% своих подкастов прослушиванию новостных шоу — по сравнению с 8% для пользователей Spotify.

© NiemanLab

<https://www.niemanlab.org/2020/02/spotify-is-gaining-a-podcast-audience-quickly-but-it-is-an-audience-that-isnt-as-interested-in-news>

Разные сервисы подкастов делают акцент на разных областях.

Анализ zebra-audio.net/Podigee определяет основные жанры подкастов, используемых через Apple и Spotify.

Apple :

1. Новости: 23,35%
2. Общество и культура: 15,67%
3. Комедия: 13,39%
4. Бизнес: 12,04%
5. Спорт: 7,45%

© NiemanLab

<https://www.niemanlab.org/2020/02/spotify-is-gaining-a-podcast-audience-quickly-but-it-is-an-audience-that-isnt-as-interested-in-news>

Spotify:

Однако подкасты развиваются и в России, вот наиболее популярные:

1. Заварили бизнес
 2. Норм
 3. Так вышло
 4. Это непросто
 5. Книжный базар
 6. 180 градусов
 7. В предыдущих сериях
- И другие

© Топ подкастов по версии Apple

<https://incrussia.ru/news/apple-russian-podcasts/>

Ссылки на исследования:

Deloitte –

<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

Reuters Institute –

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

VN.ru (Новосибирск) –

<https://vn.ru/news-reyting-smi-2019-renessans-tv-i-delezhka-v-internete/>

The Washington Post –

https://www.washingtonpost.com/lifestyle/media/the-future-of-local-newspapers-just-got-bleaker-heres-why-we-cant-let-them-die/2020/02/14/a7089d16-4f39-11ea-9b5c-eac5b16dafa_story.html

Барометр доверия – <https://adindex.ru/news/researches/2020/01/20/278891.phtml>

NiemanLab –

<https://www.niemanlab.org/2020/02/spotify-is-gaining-a-podcast-audience-quickly-but-it-is-an-audience-that-isnt-as-interested-in-news>

Медиатор – https://mediator.media/doc/Mediator_2018_How_People_Read.pdf