

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

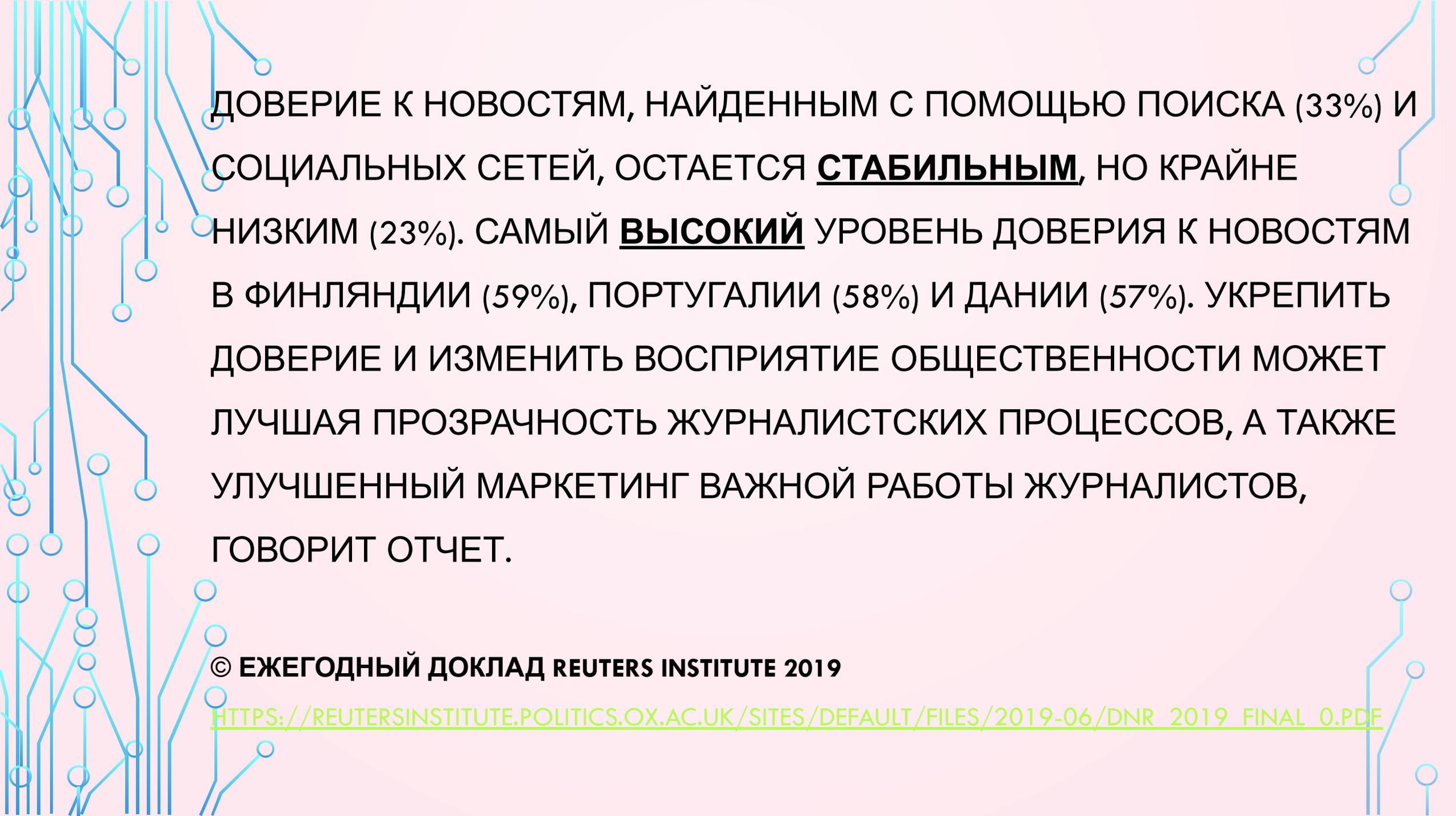
НОВОСТНЫМ СМИ, КОТОРЫЕ ОНИ САМИ

ИСПОЛЬЗУЮТ.

© ЕЖЕГОДНЫЙ ДОКЛАД REUTERS INSTITUTE 2019

[HTTPS://REUTERSINSTITUTE.POLITICS.OX.AC.UK/SITES/DEFAULT/FILES/2019-06/DNR_201](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

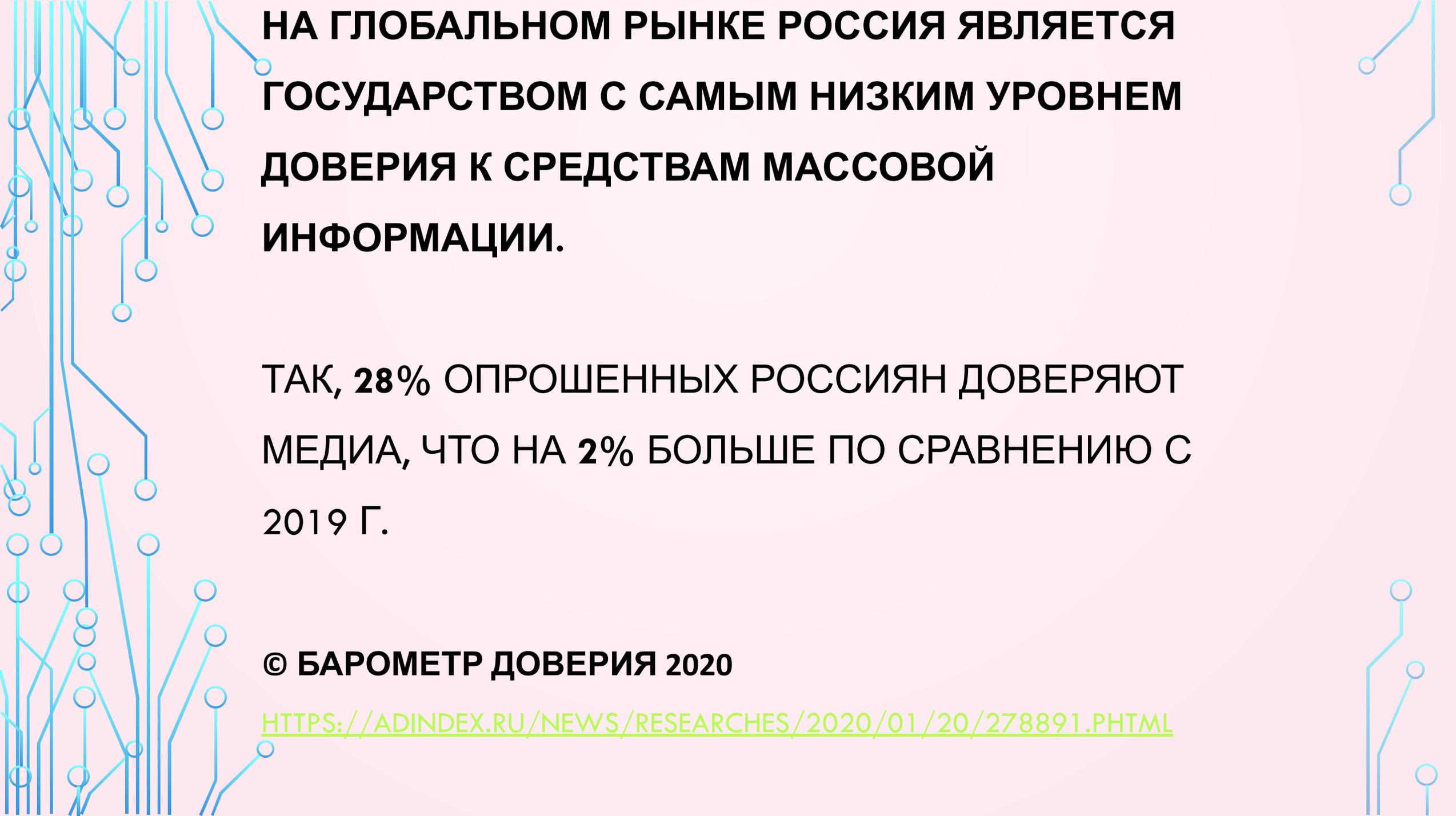
[9_FINAL_0.PDF](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)



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

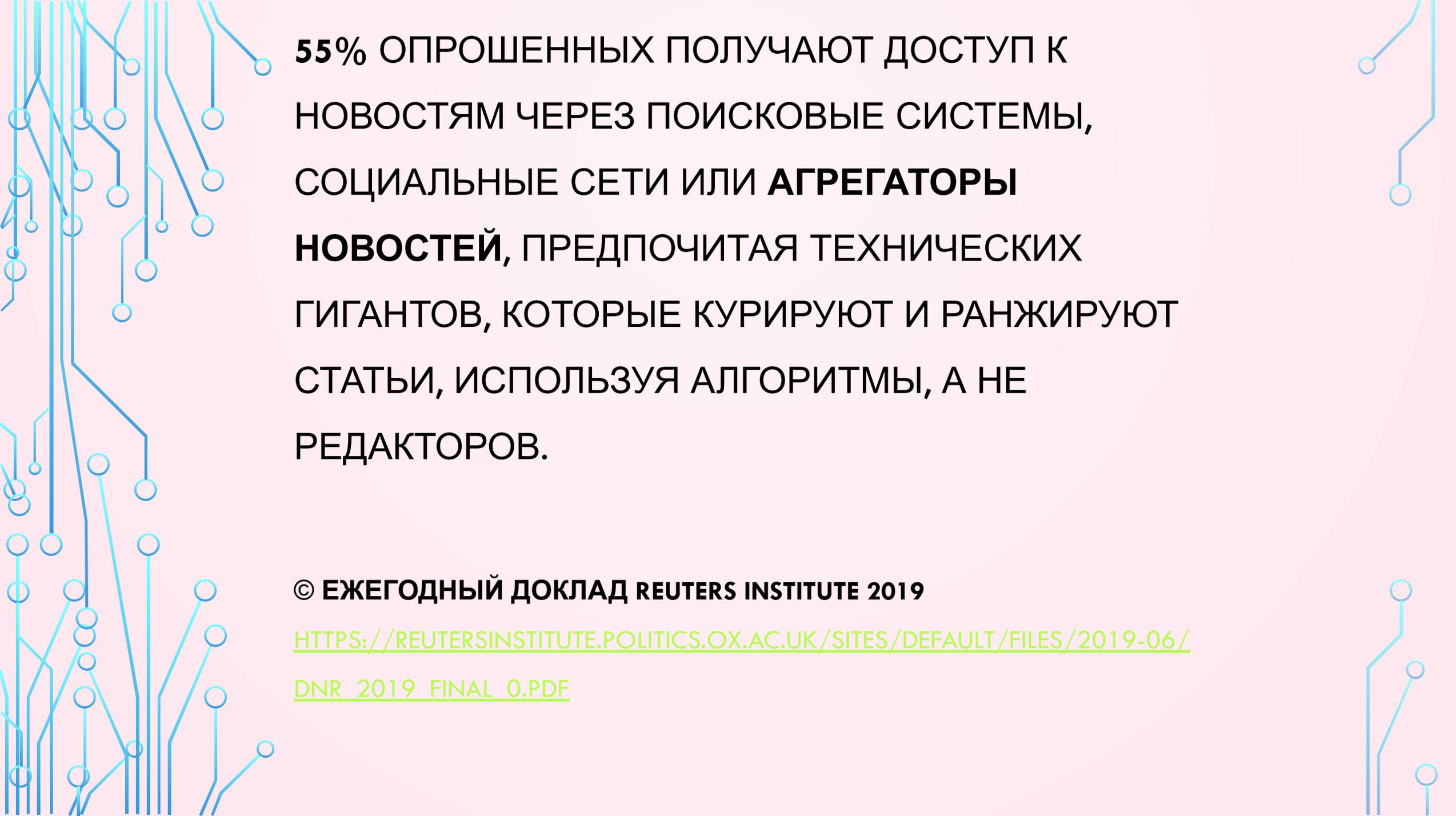


**НА ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКЕ РОССИЯ ЯВЛЯЕТСЯ
ГОСУДАРСТВОМ С САМЫМ НИЗКИМ УРОВНЕМ
ДОВЕРИЯ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ.**

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](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/](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/)

[DNR 2019 FINAL 0.PDF](#)

ЧТО ТАКОЕ НОВОСТНОЙ АГРЕГАТОР?

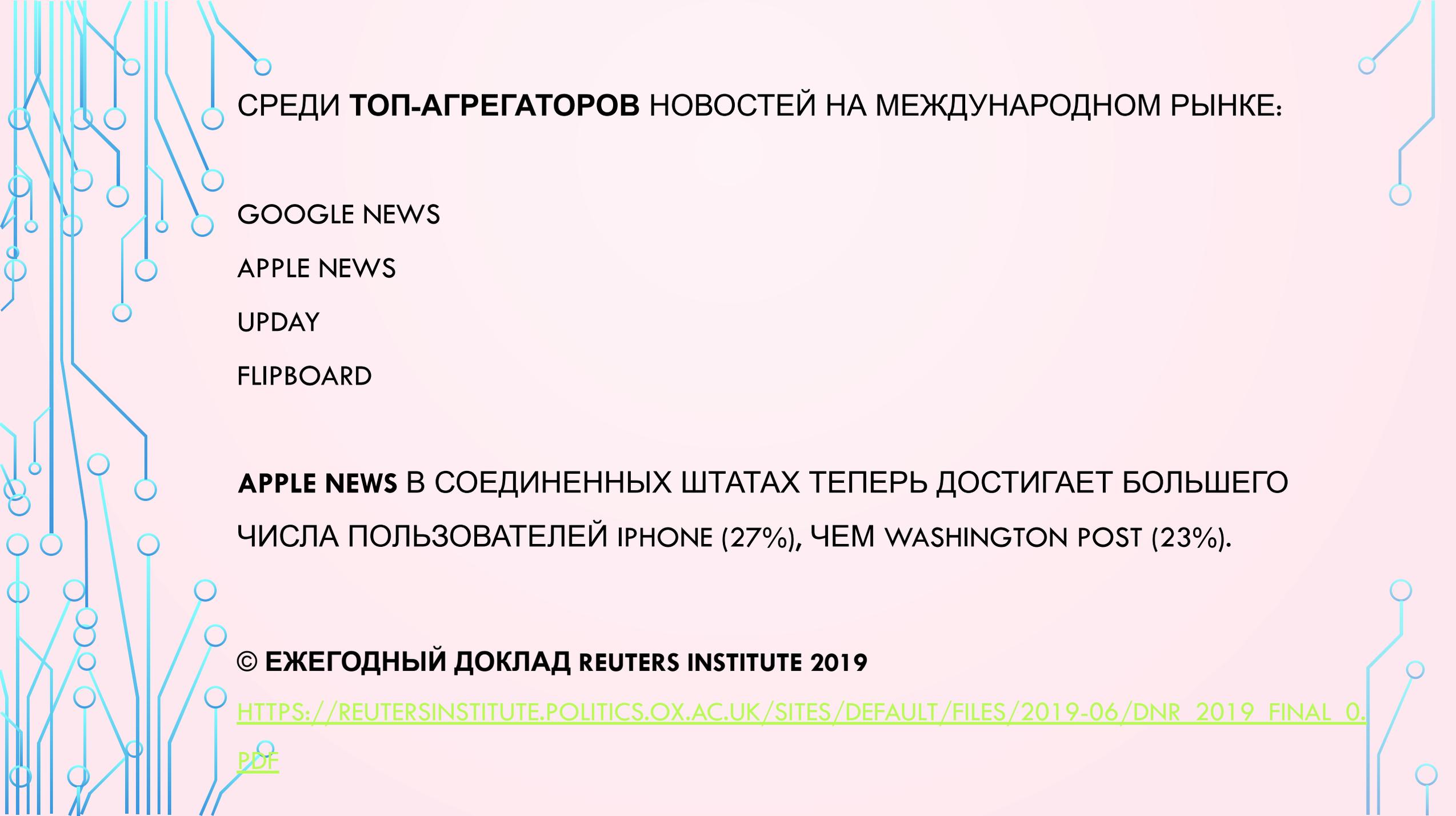
НОВОСТНОЙ **АГРЕГАТОР**, ИЛИ, МЕНЕЕ ТОЧНО, **АГРЕГАТОР** СМИ — КОМПЬЮТЕРНАЯ ПРОГРАММА ИЛИ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРС (САЙТ ИЛИ СТРАНИЦА САЙТА), ОТОБРАЖАЮЩИЙ СТРУКТУРИРОВАННУЮ НОВОСТНУЮ ЛЕНТУ, ФОРМИРУЕМУЮ ИМ ПОДБОРКУ ИЗ **НОВОСТЕЙ** РАЗЛИЧНЫХ СМИ, КАК ПРАВИЛО ПО ЗАДАНЫМ КРИТЕРИЯМ АВТОМАТИЧЕСКИ.

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
АГРЕГАТОРОВ 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-INTER
NETE/](https://vn.ru/news-reyting-smi-2019-recessans-tv-i-delezhka-v-inter-nete/)



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**

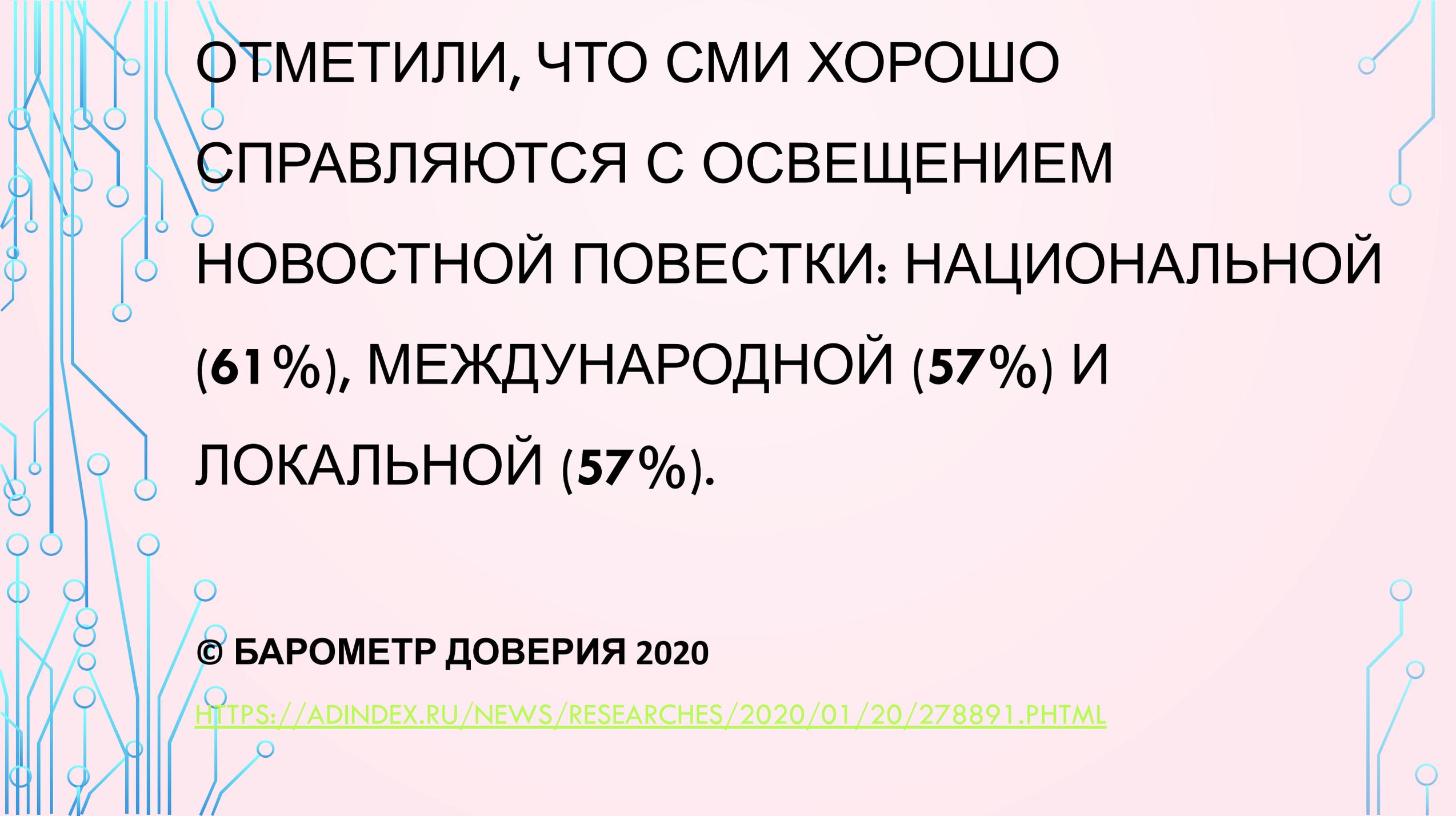
[HTTPS://REUTERSINSTITUTE.POLITICS.OX.AC.UK/SITES/DEFAULT/FILES/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/dnr_2019_final_0.pdf)

[PDF](#)

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%.

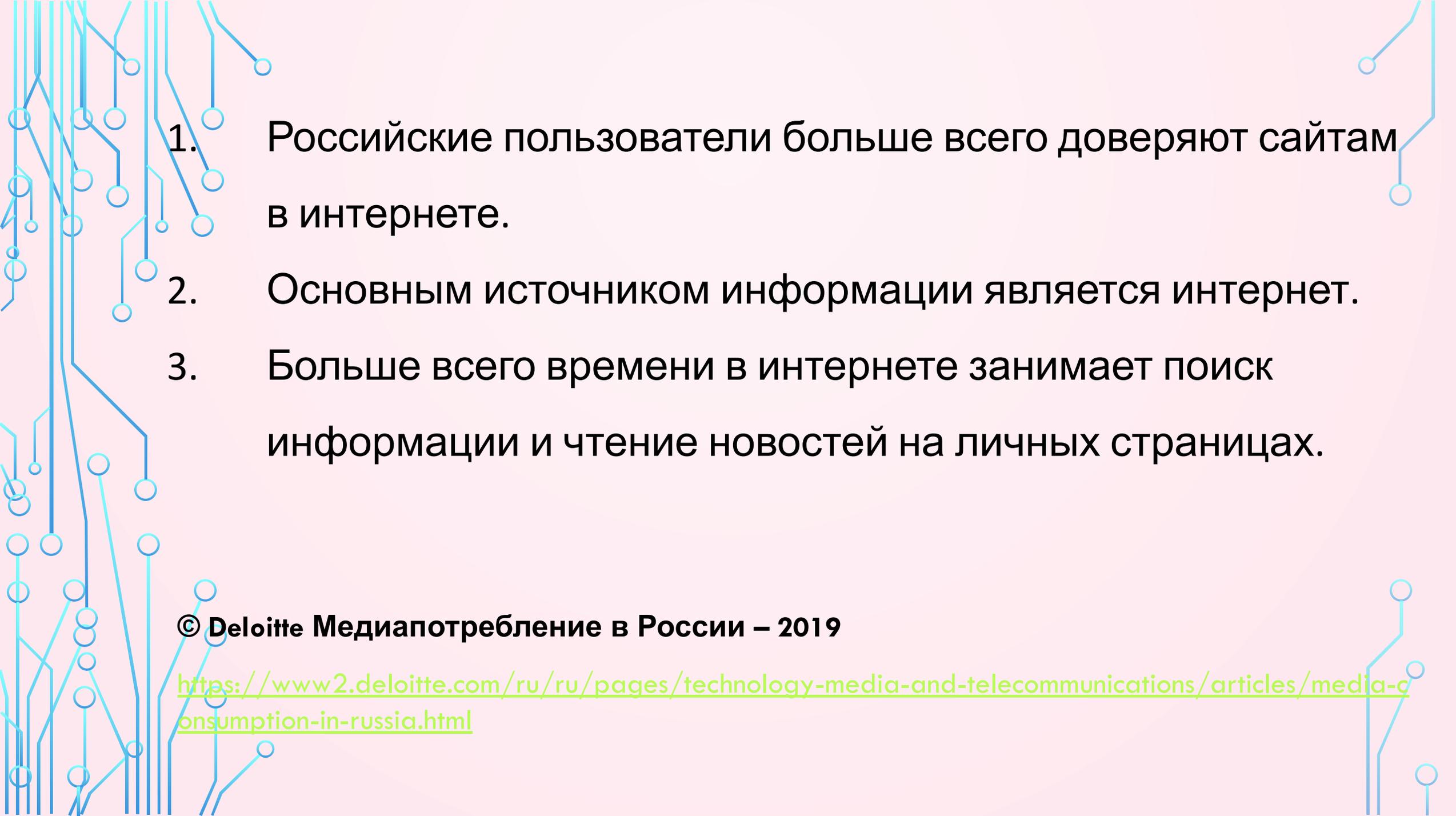
[HTTPS://VN.RU/NEWS-REYTING-SMI-2019-RECESSANS-TV-I-DELEZHKA-V-INTERNETE/](https://vn.ru/news-reyting-smi-2019-recessans-tv-i-delezhka-v-internete/)



ОТМЕТИЛИ, ЧТО СМИ ХОРОШО
СПРАВЛЯЮТСЯ С ОСВЕЩЕНИЕМ
НОВОСТНОЙ ПОВЕСТКИ: НАЦИОНАЛЬНОЙ
(**61%**), МЕЖДУНАРОДНОЙ (**57%**) И
ЛОКАЛЬНОЙ (**57%**).

© БАРОМЕТР ДОВЕРИЯ 2020

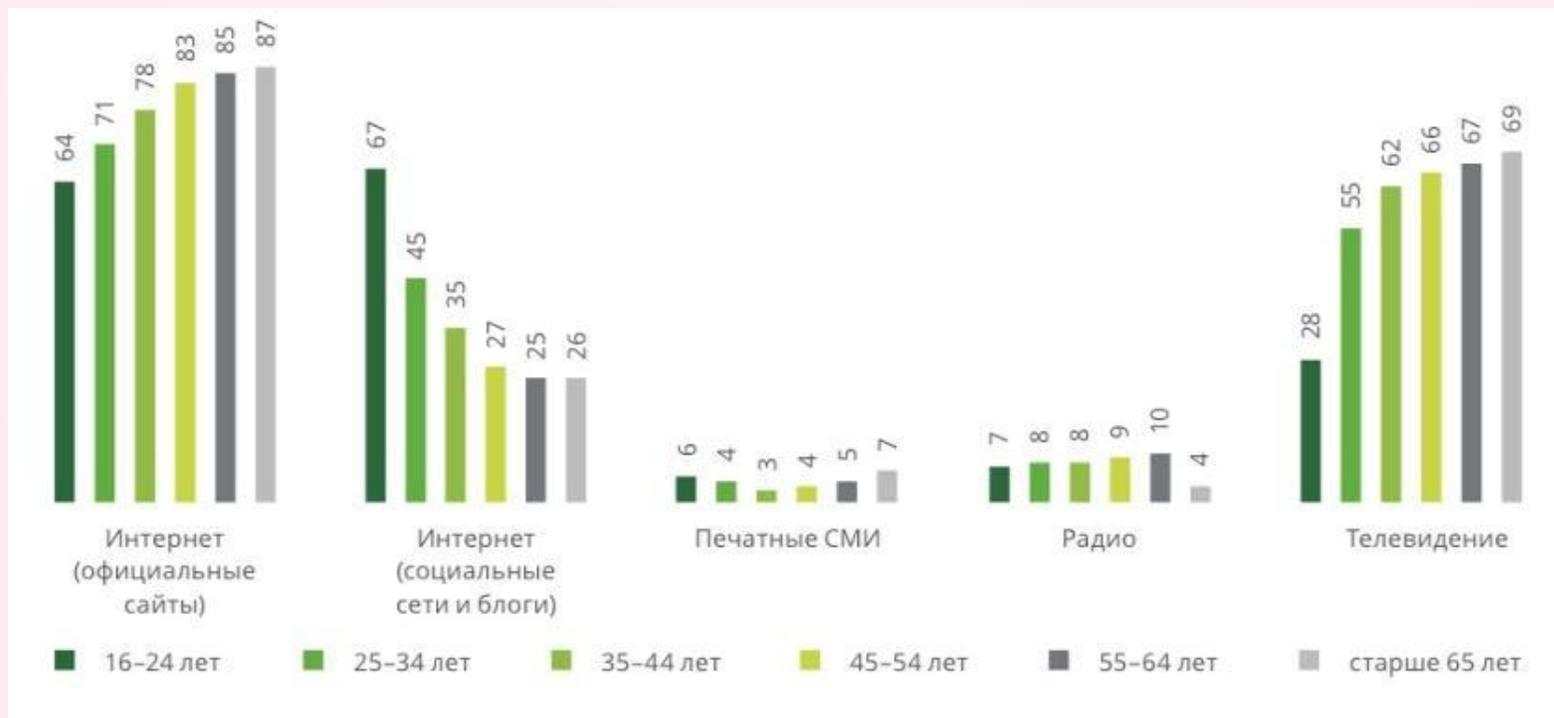
[HTTPS://ADINDEX.RU/NEWS/RESEARCHES/2020/01/20/278891.PHTML](https://adindex.ru/news/researches/2020/01/20/278891.phtml)

- 
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

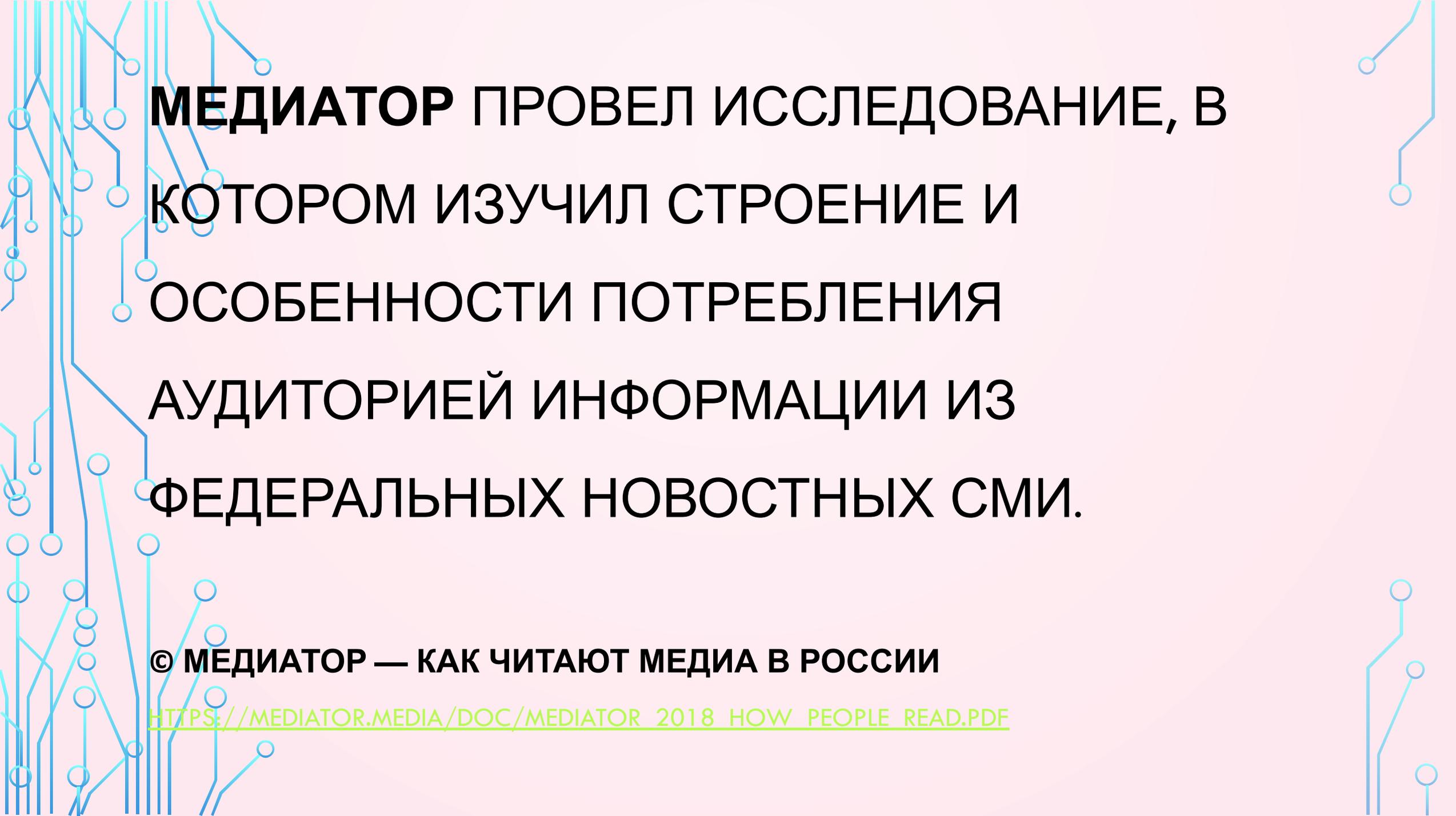
<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

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

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

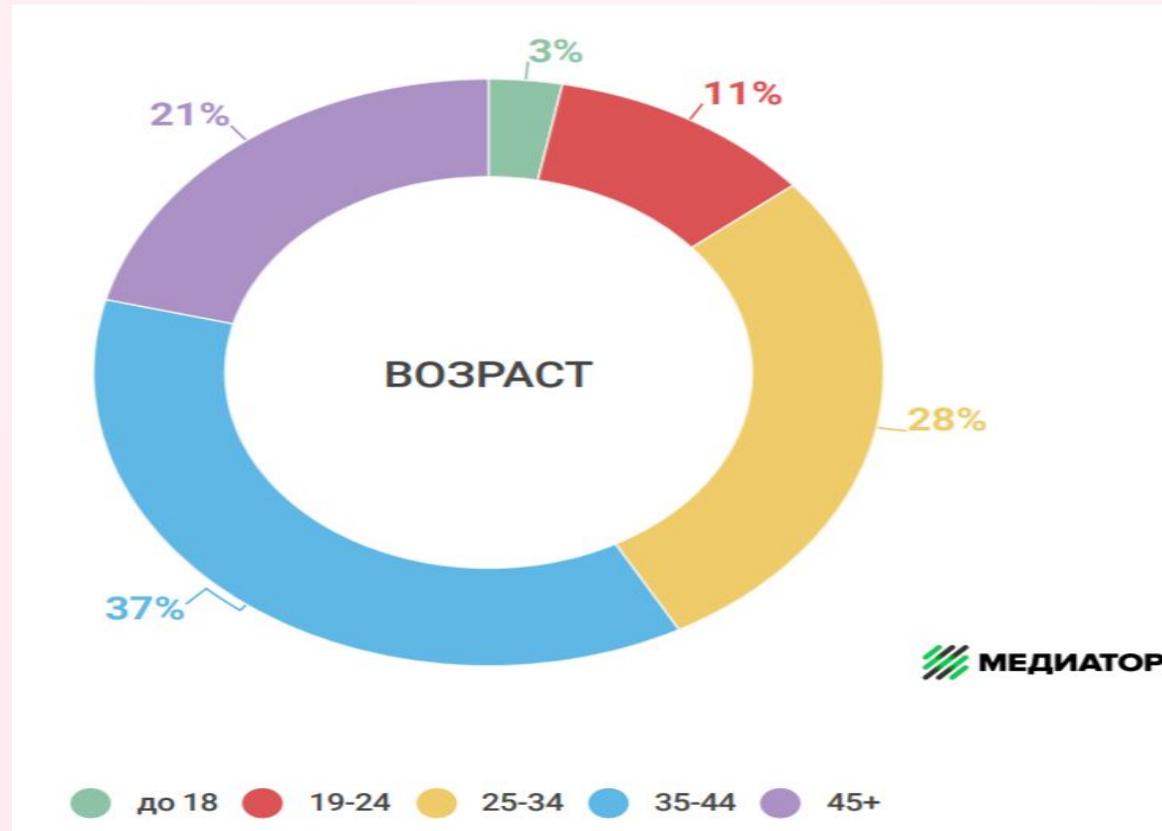


**МЕДИАТОР ПРОВЕЛ ИССЛЕДОВАНИЕ, В
КОТОРОМ ИЗУЧИЛ СТРОЕНИЕ И
ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБЛЕНИЯ
АУДИТОРИЕЙ ИНФОРМАЦИИ ИЗ
ФЕДЕРАЛЬНЫХ НОВОСТНЫХ СМИ.**

© МЕДИАТОР — КАК ЧИТАЮТ МЕДИА В РОССИИ

[HTTPS://MEDIATOR.MEDIA/DOC/MEDIATOR_2018_HOW_PEOPLE_READ.PDF](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.

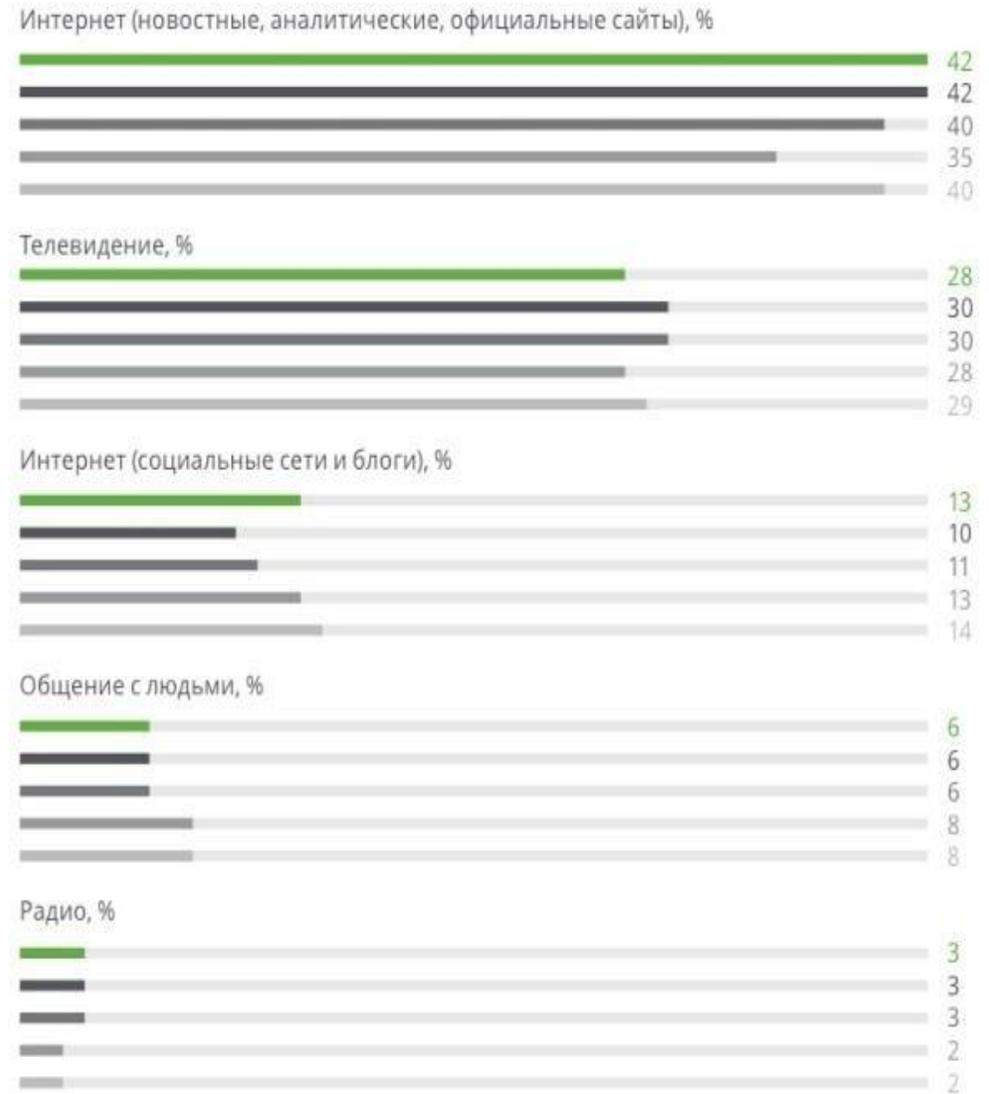
Две трети читателей — мужчины



© 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**.



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

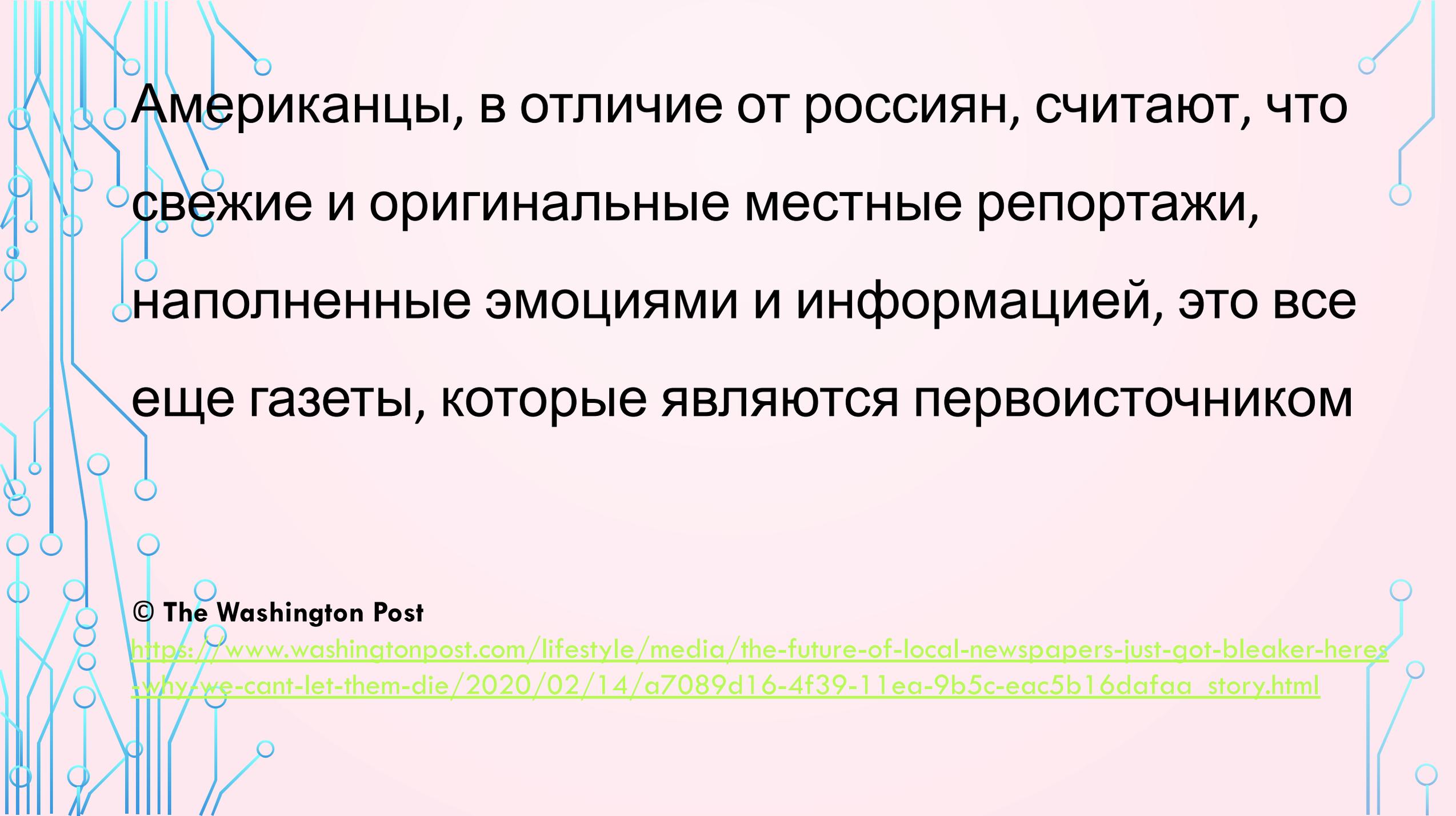
В России печатные СМИ вызывают гораздо меньше доверия, чем официальные сайты или новостные агрегаторы. В США дела обстоят иначе:

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-heres-why-we-c>



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:

| | Изменение за год | | Изменение за год | |
|---|-----------------------|--------|---------------------------|-----------|
| Телевидение | | | | |
| 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 | | | | |
| 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 | | | | |
| 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 | | | | |
| 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

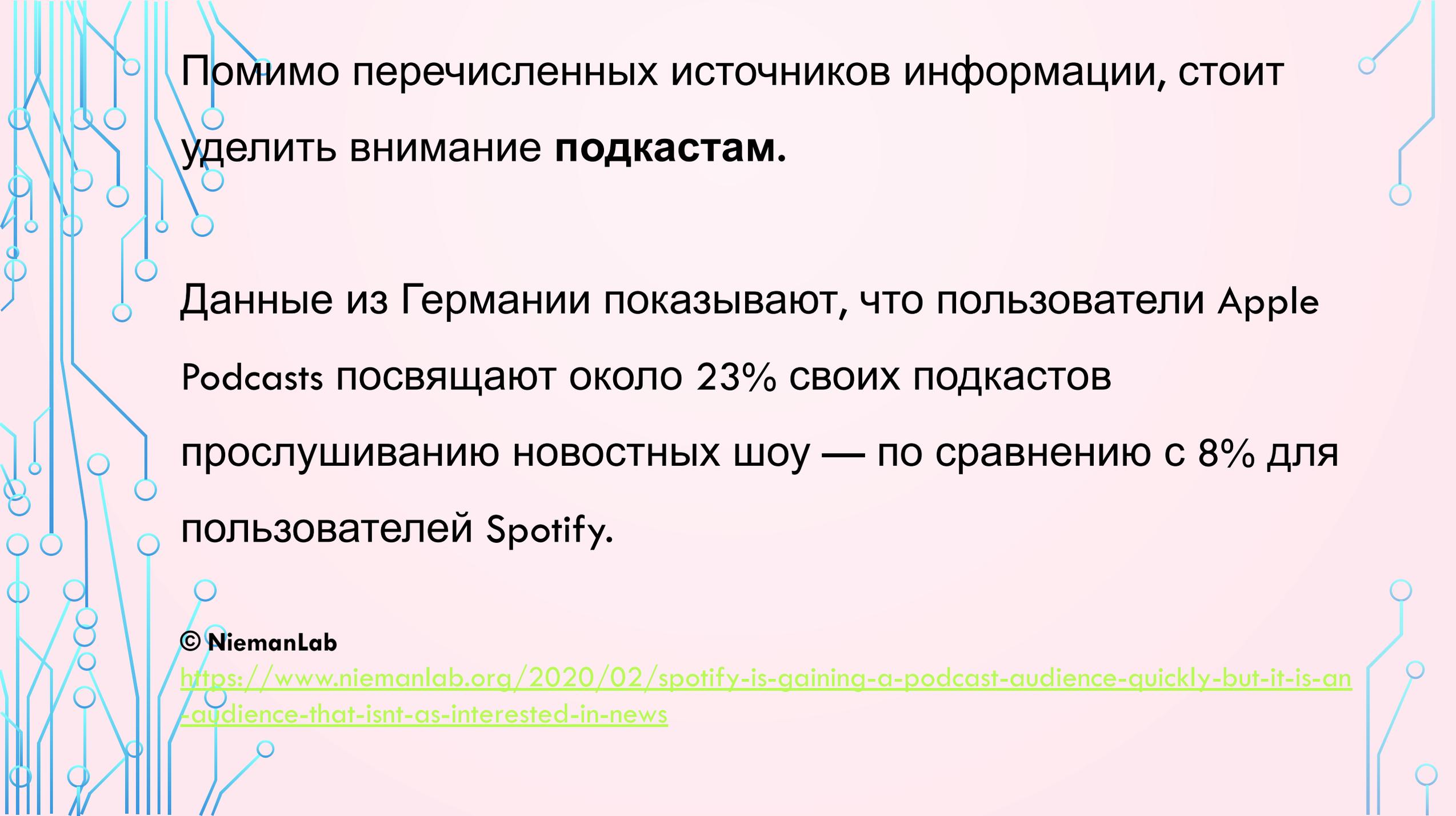
<https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html>

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.

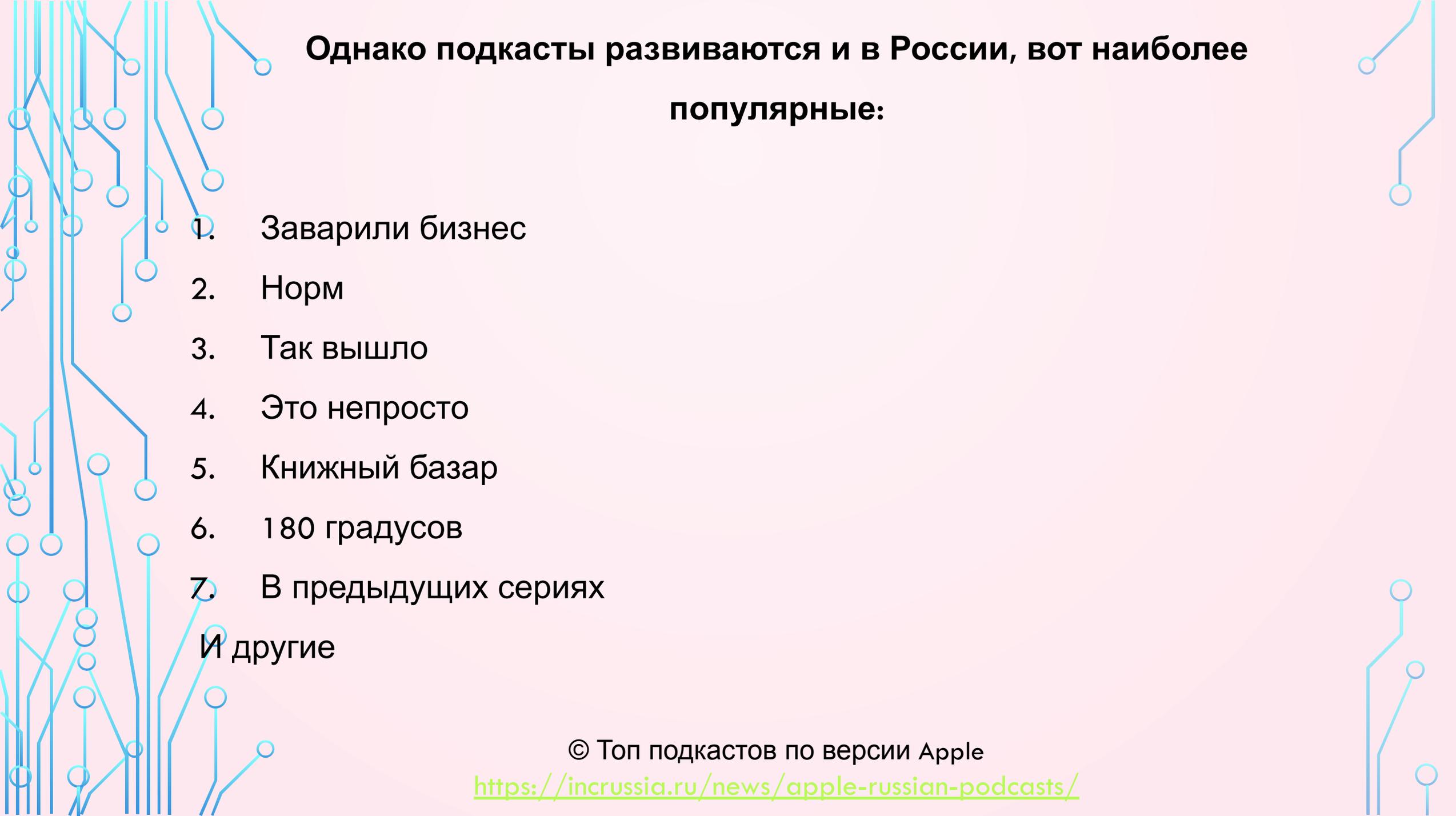
Apple :

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-eac5b16dafaa_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