

По данным службы Яндекс.Новости
Осень 2006 года

Содержание

1. Портрет СМИ Рунета	
1.1 Информационная активность изданий Рунета.....	1
1.2 География русскоязычных интернет-СМИ	2
1.3 Трафик. Поставщики аудитории для интернет-изданий.....	3
1.4 Авторитетность и цитируемость.....	3
2. О чем и о ком пишут и читают в российском интернете	
2.1 Темы и события.....	4
2.2 Персоны и цитаты.....	7
Выводы.....	10

1. Портрет СМИ Рунета

1.1 Информационная активность изданий Рунета

По данным опросов на октябрь 2006 года, новости в интернете читает около 13% населения России*. Как и вся аудитория Рунета, это число постоянно растет — еще год назад новости в интернете читали около 10% россиян.

Новости в интернете распространяют интернет-СМИ — регулярно обновляемые информационные сайты, имеющие постоянную аудиторию и зачастую — официальную лицензию СМИ (в этом исследовании термином «интернет-СМИ» мы называли как изначально онлайн-ресурсы, так и интернет-сайты традиционных медиа).

По данным службы Яндекс.Новости**, каждый будний день в российском интернете появляется около **27 тыс.** новостей, в выходной — около **6 тыс.** Число новостей русскоязычных интернет-СМИ растет так же быстро, как и дневная аудитория Рунета. За год количество новостей на одного пользователя русскоязычного интернета не изменилось — и суточная аудитория и суточное предложение новостей в Рунете выросли на **50%**.

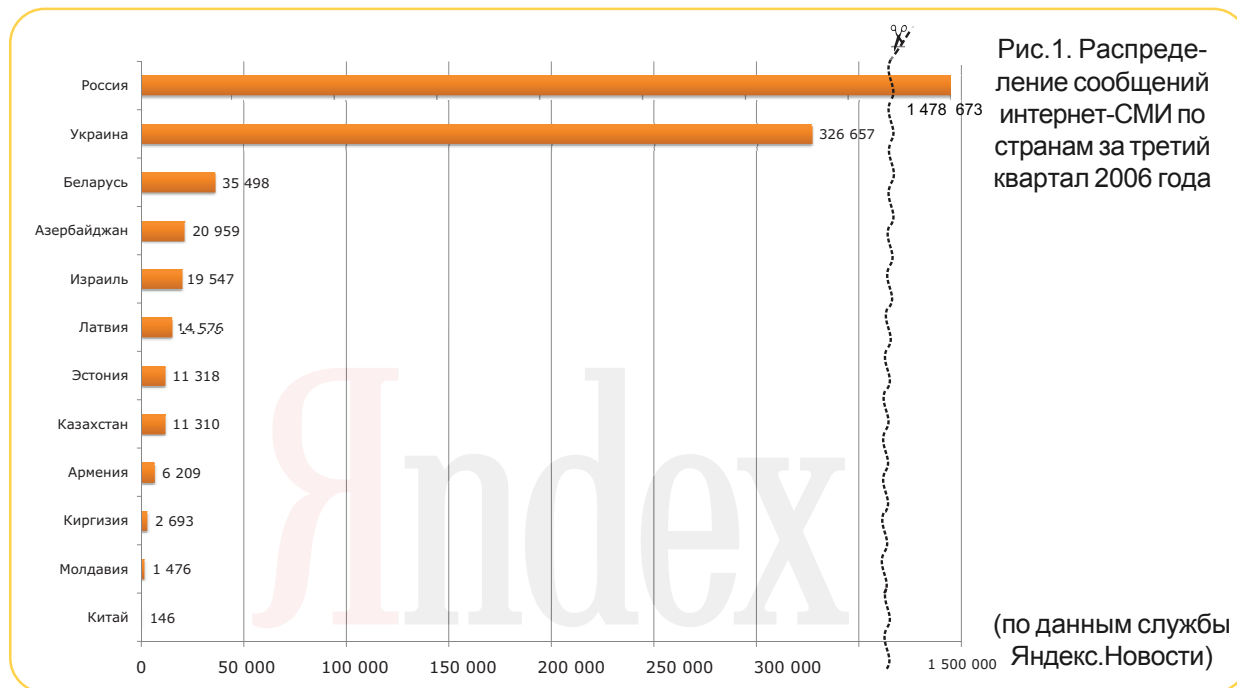
Часть предлагаемого пользователю контента интернет-СМИ создают не сами, а копируют у своих коллег по медиа-бизнесу. По данным Яндекс.Новостей, объем «копипейста» в новостном Рунете уже несколько лет составляет **20%** от общего объема информационных сообщений.

Одно среднестатистическое интернет-СМИ создает **18 новостей в день**. При этом у наиболее активных СМИ информационный поток намного более плотный: в среднем первая сотня самых «пишущих» изданий предлагает читателям **161 новость в будний день** (год назад — 102 новости).

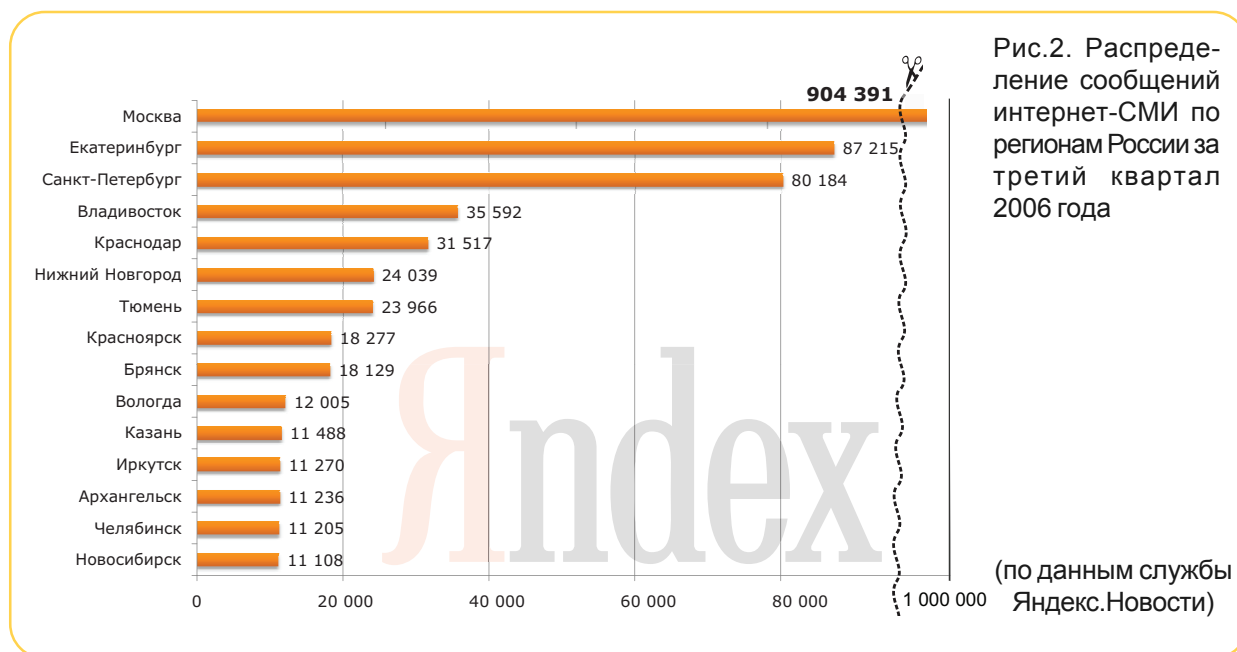
Каждый год в интернете появляются сотни интернет-изданий. В Рунете все более заметную долю занимают специализированные издания, предоставляющие информацию о той или иной отрасли. В среднем одно такое отраслевое издание создает четыре информационных сообщения в сутки, а самые активные — 44 новости (то есть, примерно в 4 раза меньше, чем в среднем по медиасфере для активных СМИ).

1.2 География русскоязычных интернет-СМИ

География интернет-СМИ Рунета достаточно широка. Более 75% всех русскоязычных сообщений — от изданий, работающих в России, оставшаяся часть — преимущественно из ближнего зарубежья. Рейтинг стран, наиболее активно предлагающих новости пользователям Рунета, таков (Рис.1):



Список пятнадцати российских городов, сообщения из которых наиболее часто появляются в Яндекс.Новостях, выглядит следующим образом (Рис.2):



1.3 Трафик. Поставщики аудитории для интернет-изданий

Читатели попадают на страницы новостных сайтов различными путями. Если говорить о самых посещаемых интернет-СМИ, то в среднем **только треть** их аудитории «помнит», где именно они привыкли читать новости (то есть, вводит в строке браузера адрес издания или переходит на сайт издания из закладок браузера). Таких посетителей можно условно назвать «подписчиками», или постоянной аудиторией издания. Другие источники трафика (потока пользователей) для типичного интернет-СМИ — сети обмена баннерами (в том числе и между самими изданиями), каталоги сайтов (например, Rambler's Top-100), новостные агрегаторы (сайты, которые не создают собственного контента, но транслируют ссылки на ленты интернет-изданий — «Новотеха», RedTm, Яндекс.Новости) и поисковые системы.

Структура переходов с разных источников трафика на страницы интернет-СМИ отображена на рис.3.

Основным источником «непостоянной» аудитории для большинства интернет-СМИ остаются баннерные сети. Вклад баннеров в посещаемость интернет-изданий может достигать **50%**. Два других заметных генератора трафика — это новостные агрегаторы и каталоги. СМИ, попавшие на первую страницу каталога Rambler's Top-100, обычно получают до **10%** своего трафика от этого каталога.

Некоторые новостные ленты (например, сайты радиостанции «Эхо Москвы» и газет «Новые известия» и «Труд») получают около **35%** своей аудитории со страниц только Яндекс.Новостей. В октябре 2006 года четыре миллиона посетителей службы Яндекс.Новости 20 миллионов раз переходили по ссылкам на новостные сайты. Таким образом, в среднем, каждый посетитель службы побывал на пяти новостных страницах партнерских СМИ.

Эффект «умножения трафика», создаваемый агрегаторами, приводит к тому, что часть интернет-СМИ корректируют редакционную политику, чтобы получать больше трафика (в частности, разделяют одно новостное сообщение на несколько более мелких, выбирают яркие заголовки и пр.).

Еще один способ привлечения аудитории — размещение ссылок на новости издания на крупных порталах. Но такой метод получения новостного трафика пока нельзя назвать распространенным: сегодня в Рунете им реально пользуется только деловая газета «Взгляд», около года назад сменившая новости РБК на главной странице портала Mail.ru (по оценке Яндекса, поддержка Mail.ru дает «Взгляду» до 300 тыс. посетителей в сутки, то есть вплоть до 70% ежедневной аудитории издания).

1.4 Авторитетность и цитируемость

Об интересе аудитории к интернет-СМИ, можно судить как по их посещаемости, так и по другим параметрам. Например, для определения «авторитетности» интернет-ресурсов можно использовать тематический индекс цитирования (ТИЦ) Яндекса. Этот показатель учитывает качественную характеристику ссылок на сайт с других сайтов — т.н. «вес ссылки» (подробнее о том, что такое ТИЦ, можно прочитать [здесь](#)).

(на основе анализа первых 50 посещаемых интернет-СМИ, предоставляющих открытый доступ к своей статистике на счетчике Liveinternet.ru, ноябрь 2006 года)

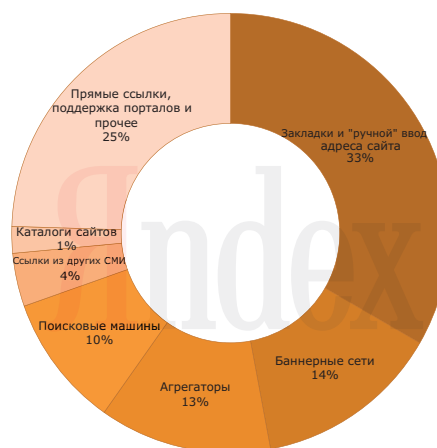


Рис.3. Структура трафика интернет-СМИ Рунета

Еще одним параметром оценки интереса пользователей к изданиям можно назвать количество упоминаний каждого из интернет-изданий в интернет-дневниках пользователей русскоязычной сети (по данным Поиска по блогам Яндекса). Рейтинг цитируемости СМИ в интернете и в блогах выглядит следующим образом (Табл. 1):

Очевидно, что оба списка нельзя назвать репрезентативными для всей аудитории Рунета. Например, блогеры могут обойти вниманием самые посещаемые новостные сайты. Журнал «Афиша», радио «Эхо Москвы» и газета «Коммерсантъ», — сайты всех этих СМИ попадают в десятку наиболее цитируемых среди блогеров ресурсов. И все они находятся за пределами десятки самых посещаемых (по версии счетчиков Mail.ru, Rambler и Liveinternet). Вместе с тем, посещаемые сайты РБК и «Утро.ру» вообще не вошли в десятку наиболее цитируемых в блогах интернет-СМИ.

Табл. 1. Рейтинги цитируемости СМИ Рунета

«Авторитетность» СМИ по показателю тИЦ	Самые цитируемые в блогах интернет-СМИ
1. «Газета.ру»	1. Lenta.ru
2. РИА «Новости»	2. «Взгляд»
3. РБК	3. NEWSru.com
4. Lenta.ru	4. «Газета.ру»
5. «Комсомольская правда»	5. «Коммерсантъ»
6. «Утро.ру»	6. РИА «Новости»
7. «Известия.ру»	7. «Комсомольская правда»
8. «Коммерсантъ»	8. «Эхо Москвы»
9. Newsru.com	9. «Афиша»
10. «Независимая газета»	10. REGNUM

(по данным Поиска Яндекса и Поиска Яндекса по блогам на ноябрь 2006 года)

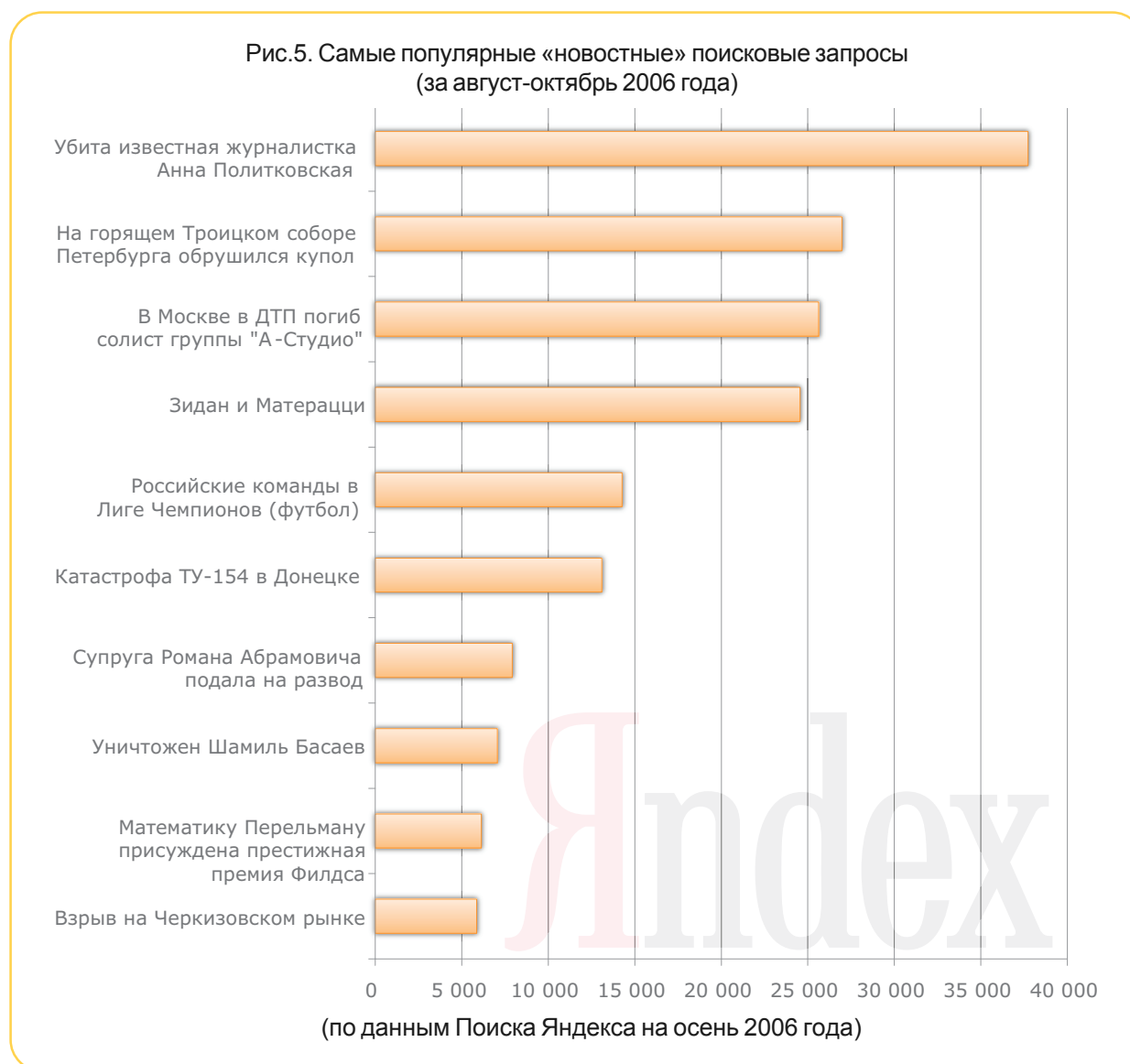
2. О чем и о ком пишут и читают в российском интернете

2.1 Темы и события

Происшествия, спорт и культура — именно эти темы больше всего занимают читателей интернет СМИ. Интерес к происшествиям более чем вдвое превышает интерес к новостям о политике. Вот как выглядит распределение предпочтений аудитории на проекте Яндекс.Новости:



Еще один индикатор информационных потребностей читателей — статистика самых популярных поисковых запросов, относящихся к событиям (Рис.5):



Самый популярный «новостной» поисковый запрос за последние три месяца — об Анне Политковской. Второй по популярности — о пожаре в Троицком соборе Петербурга. Интересуясь этой темой, чаще всего люди задавали запрос «Троицкий собор горит» — с глаголом в настоящем времени. Всего на эту тему было написано 910 новостных сообщений и 1375 постов в блогах. Многие очевидцы пожара «в прямом эфире» вели репортажи в своих блогах (сетевых дневниках), опережая СМИ.

Авторы блогов — это активная часть интернет-пользователей. Десятки тысяч блоггеров ежедневно пишут о том, что видят своими глазами и узнают из новостей. В третьем квартале 2006 года блоггеры обсуждали следующие темы (Рис.6):

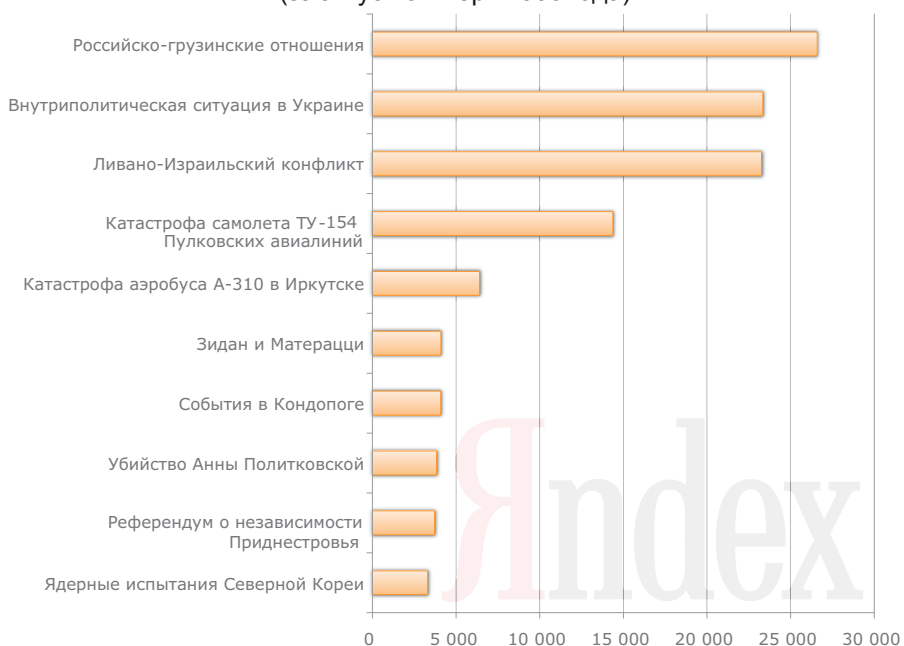
Рис.6. Десять самых популярных «новостных» тем в русскоязычных блогах (за август-октябрь 2006 года)



(по данным Поиска Яндекса по блогам за третий квартал 2006 года)

Информационная картина квартала по версии СМИ выглядит иначе. Список событий, вызвавших наибольший отклик СМИ, таков (Рис.7):

Рис.7. Десять самых популярных тем в сообщениях интернет-СМИ (за август-октябрь 2006 года)



(по данным службы Яндекс.Новости за третий квартал 2006 года)

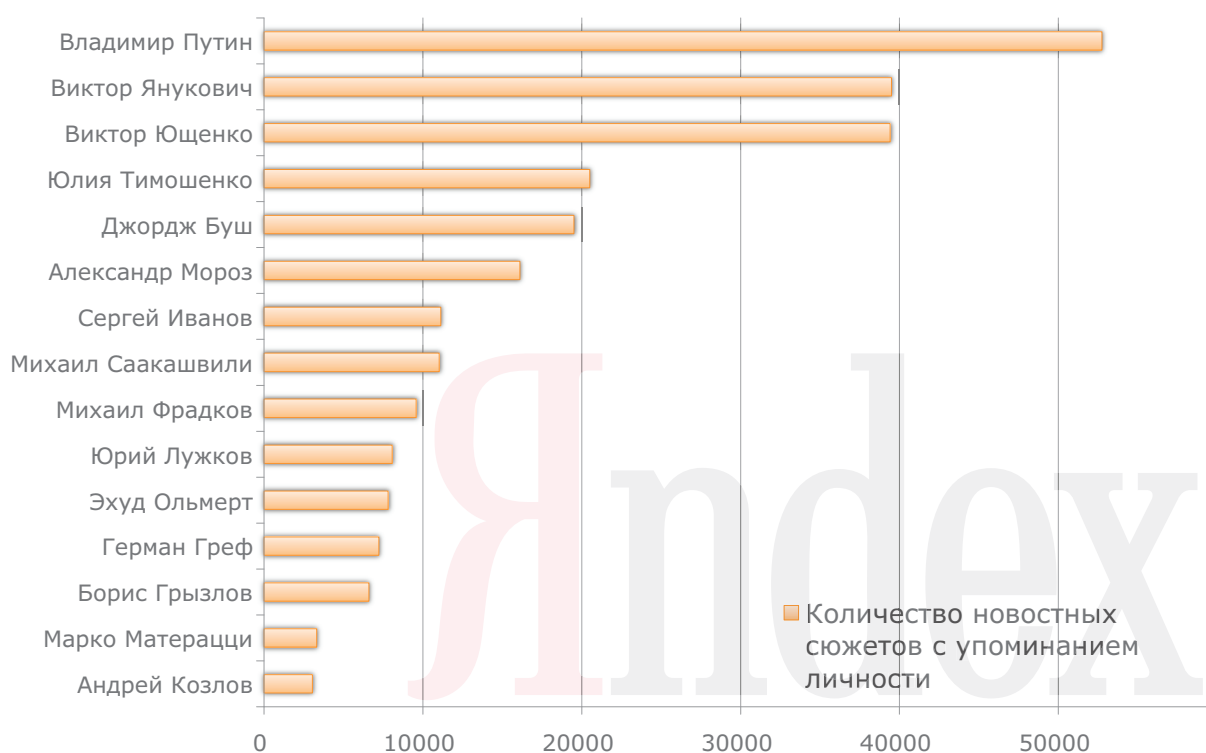
Здесь заметно расхождение между российскими СМИ и блогосферой. Больше всего откликов в СМИ за минувший квартал вызвали российско-грузинские отношения. А по количеству обсуждений в блогах эта тема стала только второй. Зато ливано-израильский конфликт, разворачивавшийся вдали от границ России, в блогах стал темой №1. Референдум о независимости Приднестровья вызвал значительный отклик в СМИ и попал в десять главных событий, но блогерам обсуждать его было неинтересно. Даже несмотря на то, что ситуации в Украине было посвящено больше 23000 сообщений в интернет-СМИ (это 20% всех сообщений топовой десятки), у русскоязычных блоггеров тема не вызвала большого интереса. Зато, в отличие от СМИ, блогосфера не обошла вниманием Саммит Большой восьмерки. Трехдневный саммит вошел в десятку тем в блогах вместе с «долгоиграющими» ливано-израильским конфликтом и отношениями России и Грузии.

2.2 Персоны и цитаты

Помимо информации о самых популярных событиях, Яндекс.Новости ведут статистику самых популярных персон по упоминаниям в сюжетах новостей (на основе раздела «Пресс-портреты»). Эта информация может дополнить картину событий, больше всего занимавших СМИ, поскольку повышенный интерес к персоне свидетельствует и об интересе к связанному с ней событию.

Список самых важных для российских СМИ персон (по суммарному количеству упоминаний) выглядит следующим образом (Рис.8):

Рис.8. Количество упоминаний участников информационного поля в новостях за III квартал 2006 г. (по абсолютному числу упоминаний)



(по данным службы Яндекс.Новости)

Владимир Путин сегодня — самый упоминаемый в русскоязычных СМИ политик.

Следующие три места поделили между собой политики Украины: *Викторы Янукович* и *Ющенко* и *Юлия Тимошенко*. Два Виктора и в нашем списке идут бок о бок, Ющенко уступает Януковичу всего три тысячи упоминаний (т.е. менее процента от общей доли). Украинцы и идущий за ними *Джордж Буш* оттеснили *Михаила Фрадкова* на шестое место. Впрочем, подобный результат может быть вызван высокой активностью русскоязычных интернет-СМИ из Украины.

Список 15 личностей «на солнечной стороне внимания» СМИ почти на 90% состоит из политических деятелей. Из не-политиков в списке только двое футболистов, и экономист *Андрей Козлов*. Единственная дама в этой мужской компании — *Юлия Тимошенко*.

Другой список — 15 человек, которым в третьем квартале 2006 года удалось привлечь больше внимания, чем в предыдущем, выглядит так (Табл.2):

На первом месте — убитый зам. председателя Центробанка *Андрей Козлов*.

Второе место у *Кофи Аннана*, чей срок на посту генсека ООН подходит к концу. *Кофи Аннана* в основном упоминали в связи с ливано-израильским конфликтом и 61 ассамблеей ООН, открывшейся 20 сентября.

Уго Чавес назвал *Джорджа Буша* «дьяволом», цены на нефть дороже \$50 — справедливыми, пообещал вложить в энергетику России полмиллиарда долларов и оказался на третьем месте в этом рейтинге.

Марат Сафин достиг более чем двукратного роста интереса со стороны СМИ. Не столько благодаря большому теннису, сколько дружбе с *Дарьей Жуковой*, чей роман с *Романом Абрамовичем* СМИ активно обсуждали.

Напротив, *Мария Шарапова* честно заработала свою славу на корте, переместившись в рейтинге женской теннисной ассоциации на вторую строчку и в пятнадцатую строчку рейтинга относительной упоминаемости.

Другой важный параметр, по которому можно измерить востребованность личности средствами массовой информации — количество цитат в СМИ. Раздел Яндекс.Новостей «[Цитаты в новостях](#)» позволяет установить самые растиражированные высказывания (Табл. 3).

Табл.2. Персоны, чье упоминание в СМИ резко выросло в третьем квартале 2006 г.

Личность	Прирост внимания СМИ по сравнению с предыдущим кварталом
Андрей Козлов	81800%
Кофи Аннана	7900%
Уго Чавес	1400%
Марко Матерацци	800%
Рамзан Кадыров	430%
Виктор Янукович	390%
Александр Мороз	290%
Марат Сафин	240%
Андрей Сычев	210%
Владимир Ресин	200%
Кондолиза Райс	200%
Борис Грызлов	180%
Эхуд Ольмерт	180%
Юрий Лужков	130%
Мария Шарапова	130%

(15 лиц, «заработавших» больше упоминаний СМИ в третьем квартале, по сравнению с предыдущим)

Из десяти высказываний пять относятся к ситуации в отношениях России и Грузии. Примечательно, что два самых популярных высказывания за III квартал по этой теме принадлежат относительно малоизвестным и непубличным чиновникам Михаилу Тюркину (всего 300 публикаций цитат) и Александру Нерадько (всего 750 публикаций цитат). Исключительно к тематике внутренней политики России относятся высказывания Алу Алханова (по поводу переименования Чечни), Бориса Грызлова (о новом законопроекте, регулирующем игорный бизнес) и Владимира Путина (комментарий к убийству известной журналистки). При этом слова Алханова стали самым популярным у журналистов высказыванием о Чечне за последние семь лет.

Табл.3. Десять высказываний, наиболее часто воспроизводимых средствами массовой информации в интернете в третьем квартале 2006 года

Место цитаты в рейтинге	Количество публикаций цитаты в интернет-СМИ	Автор высказывания	Высказывание
1	258	Тюркин Михаил, Федеральная миграционная служба, заместитель директора	"Сегодня мы внимательно посмотрели, с учетом населения Российской Федерации, какие рабочие места сегодня востребованы, кто может их занимать, и приняли такое решение, что сегодня для граждан Грузии такие квоты предоставляться не будут- ни на проживание, ни на осуществление трудовой деятельности",- сказал Тюркин в эфире телеканала НТВ.
2	248	Нерадько Александр, Федеральная аэронавигационная служба, руководитель	По словам руководителя Федеральной аэронавигационной службы РФ Александра Нерадько , прекращение воздушного соединения с Грузией связано с накапливаемой дебиторской задолженностью грузинских пользователей воздушного пространства.
3	184	Алханов Алу, Чечня, президент	По мнению Алханова , слово "Чечня" звучит неблагозвучно, не имеет юридической базы и воспринимается отрицательно.
4	183	Путин Владимир, Россия, президент	По мнению В. Путина , "то, что порой происходит на торговых рынках и вовсе можно назвать одним словом- беспредел".
5	179	Иванов Сергей, Министерство обороны России, министр	Вице-премьер - министр обороны РФ Сергей Иванов утверждает, что Тбилиси проводит провокационную политику с целью вынудить Россию на неадекватные действия.
6	173	Грызлов Борис, Государственная дума, спикер	Спикер Госдумы Борис Грызлов сообщил журналистам, что в России будет создано не более четырех зон, где смогут размещаться игорные предприятия.
7	162	Иванов Сергей, Министерство обороны России, министр	Ранее в четверг вице-премьер и министр обороны России Сергей Иванов заявил, что бандитизм в Грузии приобрел государственные масштабы.
8	145	Путин Владимир, Россия, президент	Владимир Путин пообещал, что правоохранительные органы сделают все возможное для объективного расследования убийства журналистки Анны Политковской .
9	165	Янукович Виктор, Партия регионов (Украина), лидер	В. Янукович заявил журналистам, что "уже приблизительно определены ценовые параметры до конца текущего года и на начало следующего года" на российский газ, поставляемый Украине.
10	123	Луценко Юрий, МВД Украины, министр	По словам министра внутренних дел Юрия Луценко , работая в донецком УБОП, Р. Ерохин специализировался на экономических преступлениях.

(по данным службы Яндекс.Новости за третий квартал 2006 года)

Выводы

Каждый будний день в российском интернете появляется около **27 тыс.** новостей, в выходной – около **6 тыс.** Число сообщений от русскоязычных интернет-СМИ растет так же быстро, как и дневная аудитория Рунета. При этом, по данным службы Яндекс.Новости, число новостей, копируемых одними изданиями у других, уже несколько лет составляет **20%** от общего объема информационных сообщений.

В среднем **только треть** аудитории посещаемых русскоязычных СМИ «помнит», где именно они привыкли читать новости (то есть, вводит в строке браузера адрес издания или переходит на сайт издания из закладок браузера). Другие источники трафика (потока пользователей) для типичного интернет-СМИ – сети обмена баннерами, каталоги сайтов, новостные агрегаторы и поисковые системы.

Читателей русскоязычных интернет-СМИ сегодня больше всего занимают новости о **происшествиях, спорте и культуре**. При этом **читательский спрос на новости о политике намного ниже предложения новостей на эту тему** (из десяти самых главных с точки зрения СМИ новостей за третий квартал 2006 года только три – неполитические).

Два наиболее цитируемых русскоязычными интернет-изданиями высказывания за третий квартал 2006 года принадлежат относительно неизвестным и непубличным чиновникам – замдиректора Федеральной миграционной службы *Михаилу Тюркину* и руководителю Федеральной аэронавигационной службы *Александрю Нерадько* (оба комментария – на тему российско-грузинского конфликта).

Русскоязычные СМИ достаточно часто пишут о политиках Украины. В рейтинге самых упоминаемых новостными изданиями Рунета ньюсмейкеров за этот же период *Виктор Янукович*, *Виктор Ющенко* и *Юлия Тимошенко* занимают второе, третье и четвертое места.

Больше всего новостей в Рунете распространяют интернет-издания из России, Украины и Беларуси. Среди наиболее информационно-активных городов лидирует Москва, второе и третье место – у Екатеринбурга и Санкт-Петербурга.

Аналитическая группа департамента маркетинга
компании “Яндекс”
analyst@yandex-team.ru

* Данные ВЦИОМ

**Агрегаторы новостей обладают традиционными для интернета возможностями измерения как читательских интересов, так и медийных характеристик СМИ. В своем исследовании мы ориентировались на данные службы Яндекс.Новости — одного из самых крупных новостных агрегаторов Рунета на сегодняшний день (ежедневная аудитория — около полумиллиона человек; число СМИ-участников - более 1,5 тыс.).