



Denis Volkov, Stepan Goncharov

Rosyjski krajobraz mediów 2019: telewizja, prasa, Internet i sieci społecznościowe

Kolejny - trzeci - raport „Rosyjski krajobraz mediów” pokazuje, skąd Rosjanie czerpią informacje o tym, co dzieje się w kraju i na świecie. Raport prezentuje szereg zmian, które zaszły w kwestii konsumpcji informacji w ciągu ostatnich 10 -20 lat: nieustający spadek popularności telewizji, coraz szybszy wzrost znaczenia Internetu, sieci społecznościowych i blogów wideo. Jego celem jest przedstawienie, na podstawie jakich źródeł u rosyjskich obywateli tworzy się obraz świata. Poprzednie raporty na ten temat (za 2014 i 2017 r.) dostępne są na stronie internetowej Levada Center w sekcji „Raporty analityczne”.

SPIS TREŚCI

Główne wnioski z badania	2
Główne źródła informacji	5
Poziom zaufania wobec źródeł informacji	9
Telewizja, gazety, strony internetowe	12
Internet, sieci społecznościowe, komunikatory internetowe	16
Korzystanie z usług online	22



Główne wnioski z badania

(wszystkie dane podane są jako % ogólnej populacji Rosji powyżej 18 roku życia)

1. Telewizja wciąż pozostaje głównym źródłem informacji dla większości Rosjan, ale jej audytorium stopniowo maleje. Jeśli dziesięć lat temu informacje z telewizji pozyskiwało 94% Rosjan, to dziś jest to 72%. Najbardziej wiadomości oglądają najmłodszy: 42% (wśród Rosjan poniżej 25 roku życia), w przeciwieństwie do 93% wśród osób najstarszych (65 lat i starszych). U młodzieży roli głównego źródła informacji nie odgrywa dzisiaj telewizja, ale media społecznościowe.
2. Zaufanie do telewizji jako źródła informacji zmieniło się w ciągu ostatnich kilku lat i oscyluje wokół 55%. Jednak dziesięć lat temu liczba ta była o jedną trzecią wyższa - prawie 80% ludności. Zaufanie do telewizji okazują przede wszystkim osoby powyżej 35 roku życia. Oprócz tego w ubiegłym roku znacznie zmniejszyło się zaufanie Rosjan do tego, jak telewizja przedstawia poszczególne tematy, przede wszystkim ekonomiczne. Dziś ponad połowa społeczeństwa uważa, że ukazywany przez kanały telewizyjne stan rzeczy w gospodarce „nie ma odzwierciedlenia w rzeczywistości”.
3. Wśród głównych kanałów telewizyjnych będących dla Rosjan źródłami informacji nadal prowadzi Rossija-1 [Россия-1] (oglądany przez 48% Rosjan) i Kanał Pierwszy [Первый канал] (47%). W pewnej odległości za nimi znajdują się NTV (36%), Rosja-24 [Россия-24] (31%) i Ren-TV (17%). Niewielką widownię mają kanał telewizyjny Kultura [Культура] (5%) i RBK-TV [РБК-ТВ] (4%). Nielicznym audytorium dysponują kanały telewizyjne SPAS [Спас] (2%), Euronews (2%) i Dożd [Дождь] (1%).
4. Internet i media społecznościowe jako źródła informacji są dziś ważniejsze od wszystkich innych źródeł poza telewizją. W ciągu dziesięciu lat ich widownia wzrosła trzykrotnie: od 9% do jednej trzeciej populacji kraju. Rosjanie w wieku poniżej 35 lat częściej czerpią informacje z Internetu niż w telewizji, ale wśród starszych pokoleń tak nie jest.
5. Nowym źródłem informacji o otaczającym świecie stają się wideoblogi i wideoblogerzy. Około jedna trzecia Rosjan ogląda je raz w tygodniu lub częściej (w tym 7% ogląda codziennie), a wśród najmłodszych Rosjan (do 25 lat) - dwie trzecie (w tym 19% codziennie). Kanały telegramowe są ważnym źródłem wiadomości dla około 1% Rosjanin. Od kilku lat najpopularniejszym źródłem wiadomości w Internecie jest serwis Yandex.Novosti (korzysta z niego prawie 40% Rosjan), Mail.ru Novosti(15%) i Lenta.ru (10%).
6. Zaufanie Rosjan do źródeł internetowych i portali społecznościowych rośnie. Przez 10 lat regularnych pomiarów wzrosło ono trzy do czterech razy i obecnie oscyluje wokół 20% populacji. Najmłodszy Rosjanie ufają sieciom społecznościowym bardziej niż telewizji przede wszystkim dlatego, że oglądają mało telewizji. Rosjanie starszych grup wiekowych



- całkowicie nie ufają Internetowi i mediom społecznościowym przede wszystkim dlatego, że nie posługują się nimi.
7. Wzrost wpływu zasobów internetowych wynika z ciągłego wzrostu rosyjskiego audytorium internetowego. Do tej pory około 72% populacji korzystało z Internetu „codziennie, praktycznie codziennie” i „kilka razy w tygodniu”; w 2001 r. było tak w przypadku 2-3% Rosjan. W tym samym czasie około 45% obywateli korzysta z Internetu „kilka razy dziennie”; są to przede wszystkim najmłodszy Rosjanie poniżej 25 roku życia, wśród nich jest to 87%. Dla tego wskaźnika różnica między najmłodszą a najstarszą grupą wiekową (65 lat i więcej) wynosi 14,5: 87% wobec 6%.
 8. Tradycyjne kanały informacyjne, takie jak radio i gazety, zmniejszyły swoje audytorium ponad dwukrotnie. Często wykorzystuje je do otrzymywania wiadomości tylko 15% i 12% Rosjan, i to przede wszystkim ci należący do starszych grup wiekowych. Na początku lat 90. centralne gazety miały audytorium porównywalne do telewizyjnego. Najbardziej popularnymi wydawnictwami na przestrzeni ostatnich lat są „Argumenty i Fakty” [Аргументы и Факты] (10% Rosjan), „Komsomolskaja Prawda” [Комсомольская Правда] (8%), „Rosyjska Gazeta” [Российская Газета] (5%), „Izwestija” [Известия] i „Moskiewski Komsomolec” [Московский Комсомолец] (poniżej 4%). Publikacje biznesowe, takie jak „Kupiec” [Коммерсант] i „Wiadomości” [Ведомости] czyta około 1-2% Rosjan. W tym samym czasie RBK ma duże audytorium (około 4%) dzięki swojej stronie internetowej.
 9. Wśród dziennikarzy największe zaufanie Rosjan budzą prowadzący popularnych telewizyjnych talk show i audycji informacyjnych oraz najbardziej masowych programów: Władimir Sołowjow (23%), Andriej Małachow (11%), Władimir Posner, Andriej Norkin, Olga Skabeeva (6%) i Dmitrij Kiselev (5%) - są to odpowiedzi na otwarte pytanie, w którym respondenci sami podawali nazwiska dziennikarzy.
 10. Przybliżona łączna publiczność „niezależnych mediów”, które regularnie publikują punkty widzenia odmienne od oficjalnych, na dzień dzisiejszy wynosi około 35% Rosjan (przy tym tylko 6% regularnie korzysta z kilku niezależnych źródeł). W największych miastach, takich jak Moskwa, liczby te zbliżają się do połowy mieszkańców (w tym 16% mieszkańców Moskwy korzysta z kilku niezależnych źródeł). Z poprzednich badań wiadomo, że bardziej krytyczne spojrzenie na to, co się dzieje i na sytuację polityczną mają respondenci, którzy korzystają z kilku niezależnych źródeł informacji. Ludzie, którzy używają tylko jednego lub dwóch niezależnych kanałów, w swoich szacunkach i poglądach politycznych mało różnią się od przeciętnego obywatela rosyjskiego.
 11. Dziś z sieci społecznościowych regularnie („codziennie, praktycznie codziennie” i „kilka razy w tygodniu”) korzysta około 56% Rosjan. Nigdy nie używało ich około jednej trzeciej populacji kraju. W ciągu 8 lat regularnych obserwacji liczba regularnych użytkowników sieci społecznych wzrosła 2,5 razy (z 22% w 2011 roku). Najbardziej aktywnymi użytkownikami

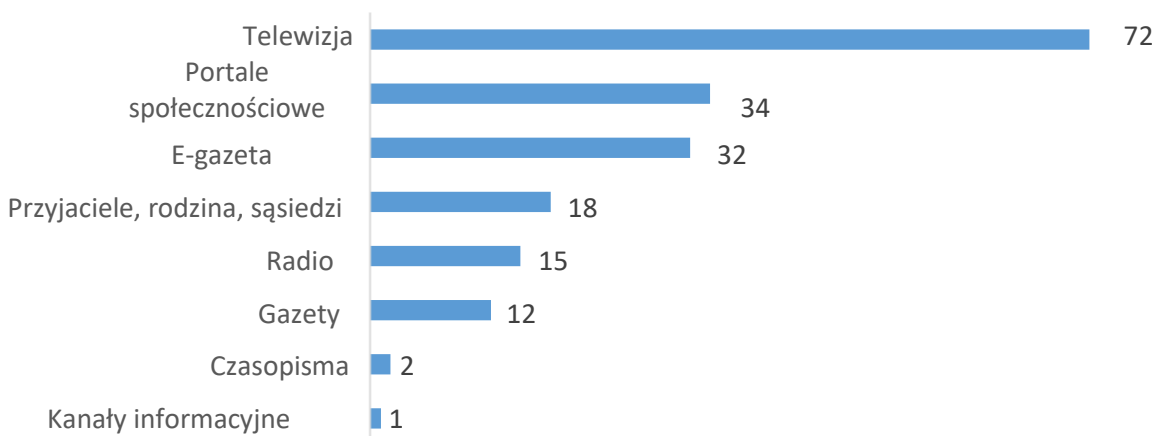


- są najmłodszy Rosjanie - 85% odwiedza sieci „codziennie lub praktycznie codziennie.” Wśród starszej grupy wiekowej (65 lat i starszych) jest to tylko 8%.
12. Najpopularniejsze sieci społecznościowe w Rosji to „VKontakte” (z którego korzysta około 42% Rosjan), „Odnoklassniki” (33%), YouTube (30%) i Instagram (23%). Jednocześnie YouTube, Instagram i VKontakte są obecnie najszybciej rozwijającymi się sieciami. Audytorium Facebooka w Rosji wynosi około 9% populacji, Twittera - 4%. Według sondażu audytorium „VKontakte”, Instagrama, Twittera jest młodsze, audytorium serwisu „Odnoklassniki” jest starsze. YouTube też oglądają przede wszystkim młodzi, ale audytorium tej sieci jest bardziej równomiernie rozłożone między różnymi grupami wiekowymi.
 13. Rosyjskie audytorium komunikatorów internetowych służących wymianie wiadomości i połączeń głosowych szybko rośnie. Po trzech latach obserwacji podwoiło się - z 31% w 2016 r. do 62% w marcu 2019 r. Liderami wśród aplikacji są WhatsApp (49% Rosjan) i Viber (31%). Komunikatorem VKontakte posługuje się 17%, Skype - 14%. Audytorium „Telegram”, które to znacznie wzrosło w ubiegłym roku na tle blokad, stanowi dziś 8% populacji. Komunikatorami posługuje się głównie młodzież, jednak WhatsApp i Viber są dość powszechne także w innych grupach wiekowych.
 14. Spośród powszechnych usług internetowych wśród Rosjan największą popularnością cieszą się banki internetowe (46% używa ich „od czasu do czasu”), zamawianie taksówki (28%), nawigacja (25%) i zakupy w sklepach internetowych (21%). Kolejne 15% Rosjan zamawia jedzenie i kupuje bilety online, około 10% odbywa szkolenia online. Około jednej trzeciej rosyjskich obywateli sprzedaje lub kupuje od innych towary lub usługi przez Internet. W tym celu ludzie zwykle korzystają z Avito (25% Rosjan miało takie doświadczenie) lub Yuloy (11%). Podobnie jak we wszystkim, co wiąże się z Internetem, najbardziej aktywnymi użytkownikami tych usług są młodzi Rosjanie.

Główne źródła informacji

Telewizja pozostaje głównym źródłem informacji dla większości Rosjan, ale jej widownia stopniowo maleje. Jeśli dziesięć lat temu 94% Rosjan otrzymywało informacje za pośrednictwem telewizji, dziś jest to tylko 72%. Najbardziej wiadomości z telewizji czerpią najmłodszy: 42% (wśród osób poniżej 25 lat) przy 93% wśród najstarszych (65 lat i więcej). Dla młodych ludzi głównym źródłem informacji nie jest dziś telewizja, ale portale społecznościowe.

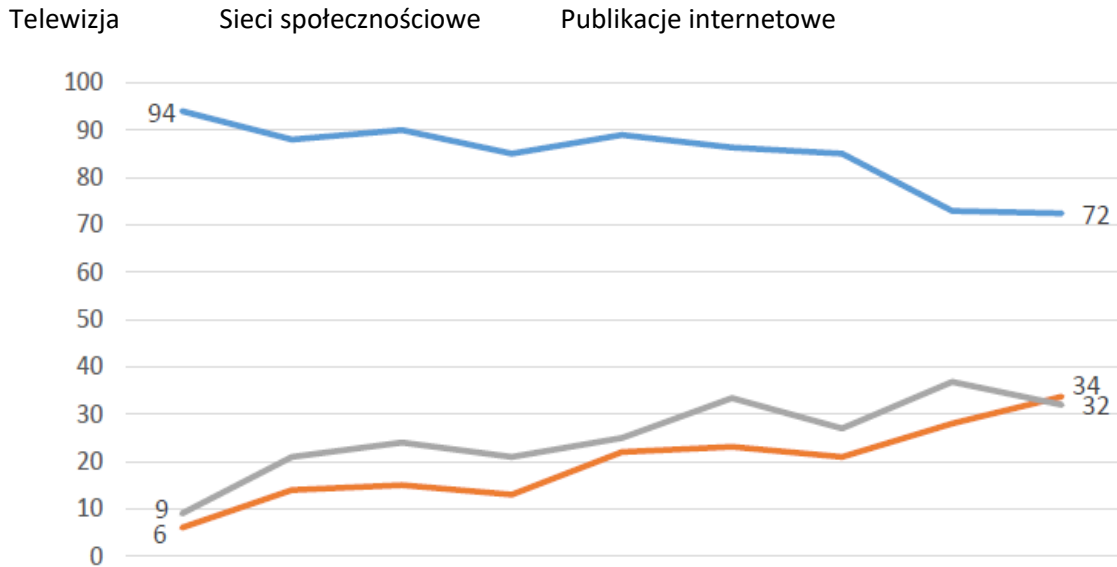
Główne źródła informacji



Pytanie: " Skąd najczęściej czerpiesz informacje o sytuacji w kraju i na świecie?", marzec 2019

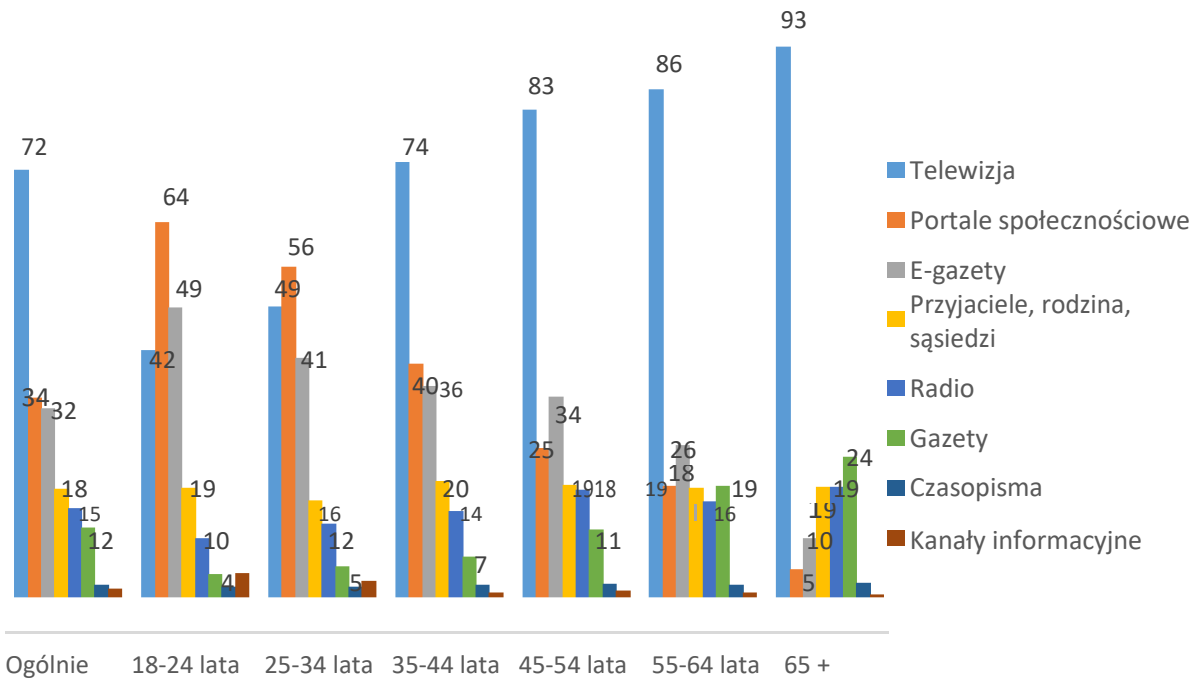
Takie tradycyjne kanały informacyjne, jak radio i gazety, w ciągu dziesięciu lat straciły ponad połowę audytorium. Często wykorzystuje je jako źródła wiadomości tylko 15% i 12% i są to przede wszystkim starsi Rosjanie. A na początku lat 90. gazety centralne miały audytorium porównywalne do telewizji. Najbardziej popularne tytuły w ostatnich latach to „Argumenty i Fakty” (10%), „Komsomolska Prawda” (8%), „Rosyjska gazeta” (5%), „Izwestija” „Moskowskij Komsomolec” (po 4%). Wydawnictwa biznesowe, takie jak „Kupiec”, „Wiadomości” mają ok. 1-2% czytelników. RBK ma wysokie audytorium dzięki swojej stronie internetowej (około 4%). Nowym źródłem informacji o świecie stają się wideoblogi i wideoblogerzy. Około jedna trzecia Rosjan ogląda je raz w tygodniu lub częściej (w tym 7% ogląda codziennie), a wśród najmłodszych Rosjan poniżej 25 roku życia - dwie trzecie (w tym 19% ogląda codziennie). Kanały informacyjne są regularnym źródłem wiadomości dla około 1% Rosjan.

Skąd najczęściej czerpiesz informacje o sytuacji w kraju i na świecie?



W 2009 r. zamiast opcji „sieci społecznościowe” zaproponowano opcję „inne źródła internetowe”.

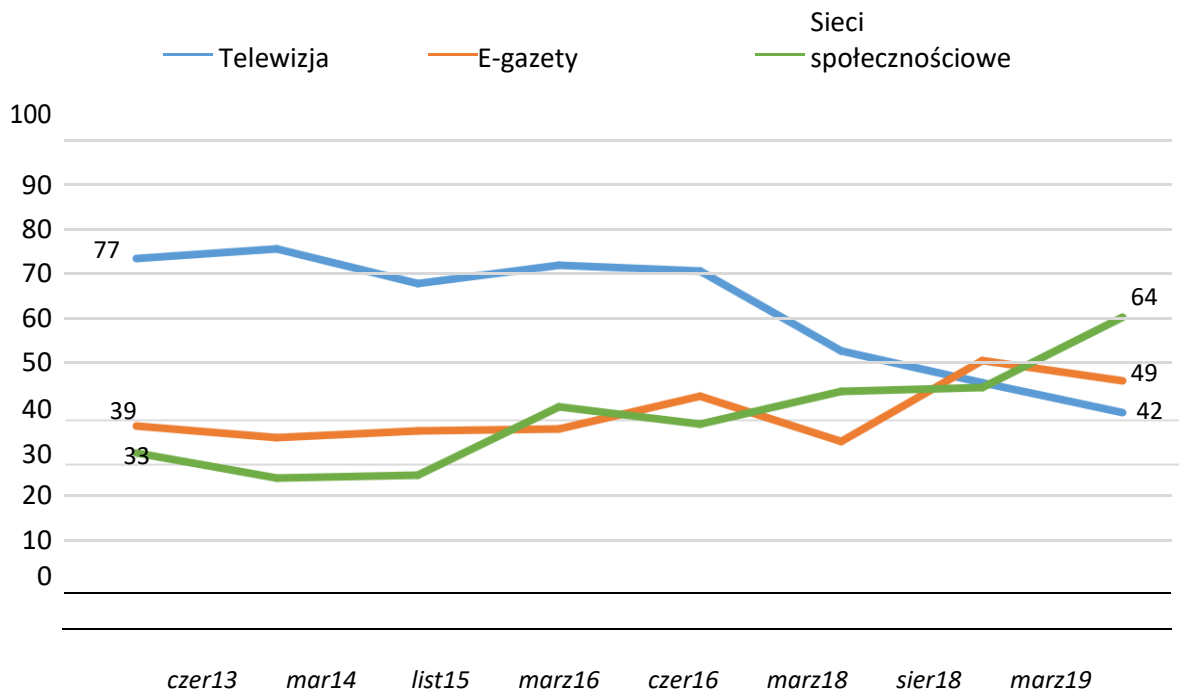
Główne źródła pozyskiwania informacji w zależności od wieku



Pytanie: „Skąd najczęściej czerpiesz informacje o sytuacji w kraju i na świecie?” Marzec 2019.

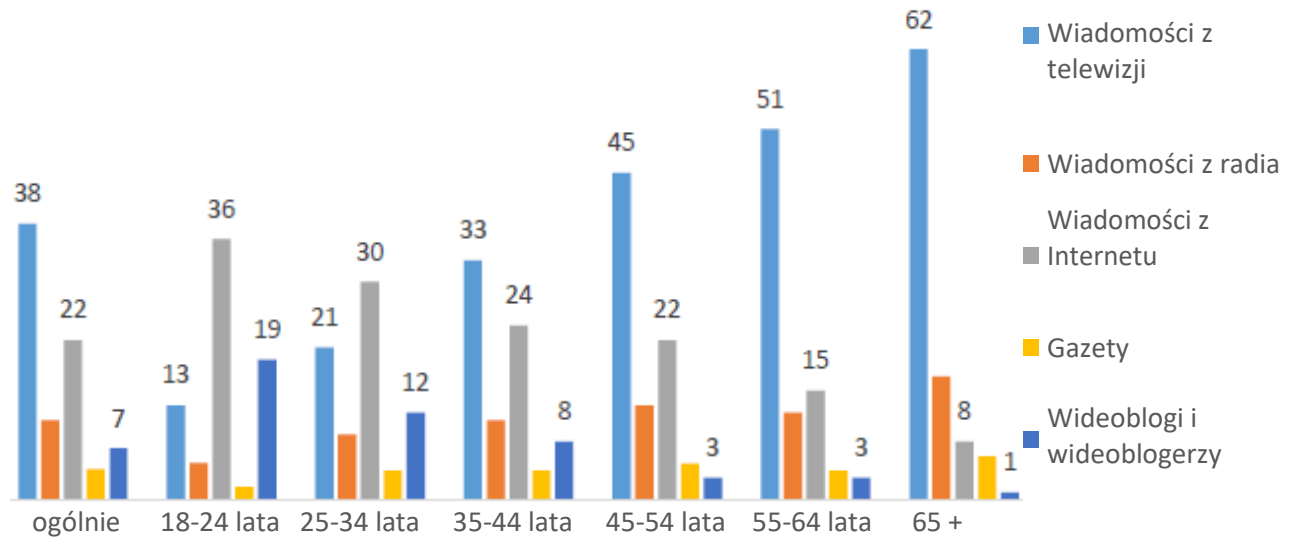
Zmiany te są najbardziej zauważalne wśród najmłodszych badanych Rosjan w wieku 18-24 lat. W tej grupie wiekowej istnieje widoczny wzrost zainteresowania źródłami internetowymi (2013: 39%; 2019: 49%) i sieciami społecznościowymi (2013: 33%; 2019: 64%). Jednocześnie telewizja gwałtownie traci pozycję: w ciągu 6 lat liczba respondentów, którzy najczęściej czerpią wiadomości z telewizji, spadła z 77% do 42%.

Skąd najczęściej czerpiesz informacje o sytuacji w kraju i na świecie?
(dynamika w grupie 18–24 lata)



Pytanie: „Skąd najczęściej czerpiesz informacje o sytuacji w kraju i na świecie?”

Regularne źródła informacji: Codziennie oglądam, czytam, słucham ...

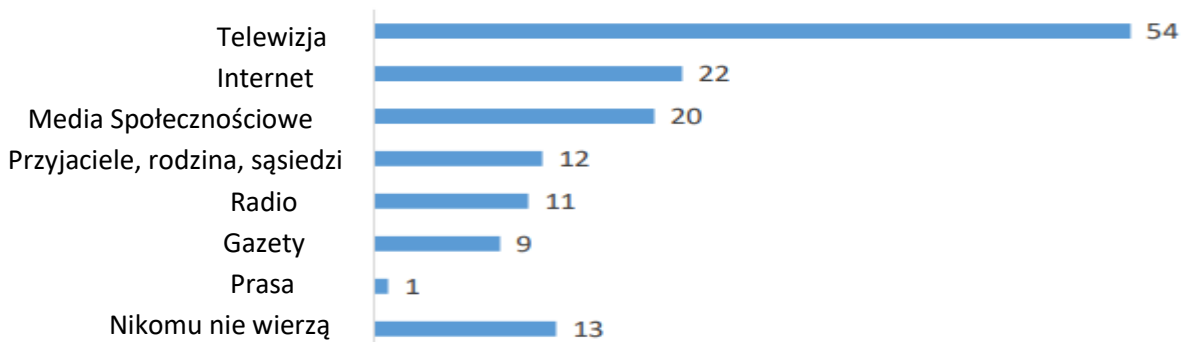


Odpowiedzi na pytania „Jak często oglądasz wiadomości w telewizji?”, „Jak często słuchasz wiadomości w radiu?”, „Jak często czytasz wiadomości w Internecie”, „Jak często czytasz gazety?”, „Jak często oglądasz blogi wideo i blogerów wideo?” Brane są pod uwagę jedynie odpowiedzi „Codziennie, kilka razy dziennie”, marzec 2019.

Poziom zaufania wobec źródeł informacji

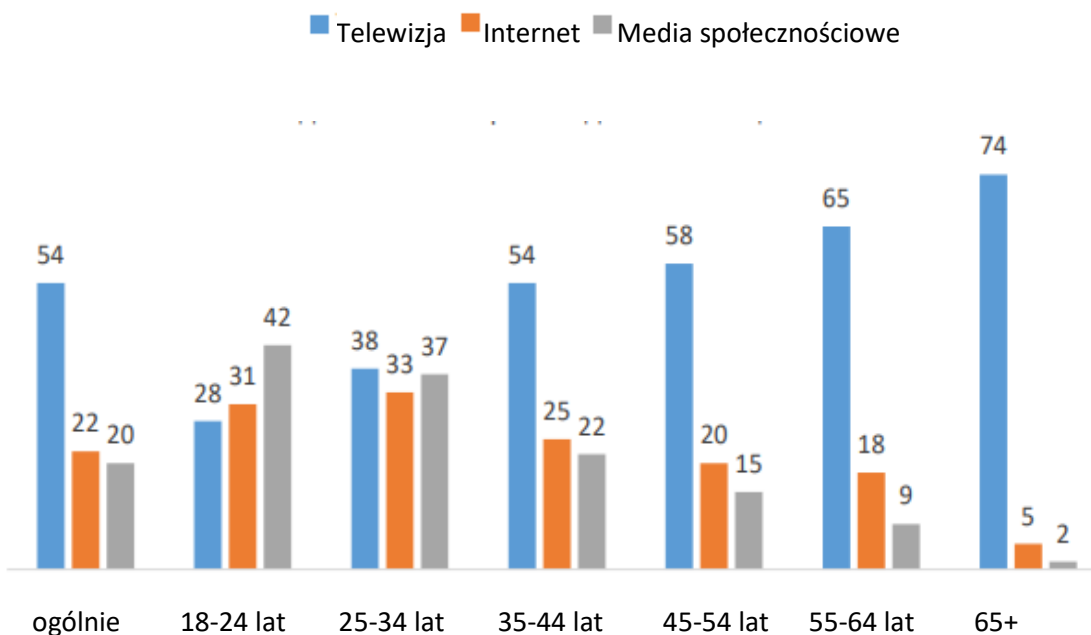
Od kilku lat około 55% populacji uważa telewizję za wiarygodne źródło informacji. Jednak dziesięć lat temu liczba ta była o jedną trzecią wyższa - prawie 80%. Zaufanie do telewizji zachowują przede wszystkim osoby powyżej 35 roku życia. Ponadto w ubiegłym roku zaufanie Rosjan do tego, jak telewizja prezentuje niektóre tematy, zwłaszcza ekonomiczne, wyraźnie spadło. Dziś ponad połowa populacji uważa, że opisywanie sytuacji gospodarczej w kanałach telewizyjnych „nie pokrywa się z rzeczywistością”.

Zaufanie wobec źródeł informacji



Pytanie: „Jakim źródłem najbardziej ufasz w kwestii relacjonowania z wydarzeń w kraju i na świecie?”

Zaufanie do trzech głównych źródeł informacji w zależności od wieku ankietowanych

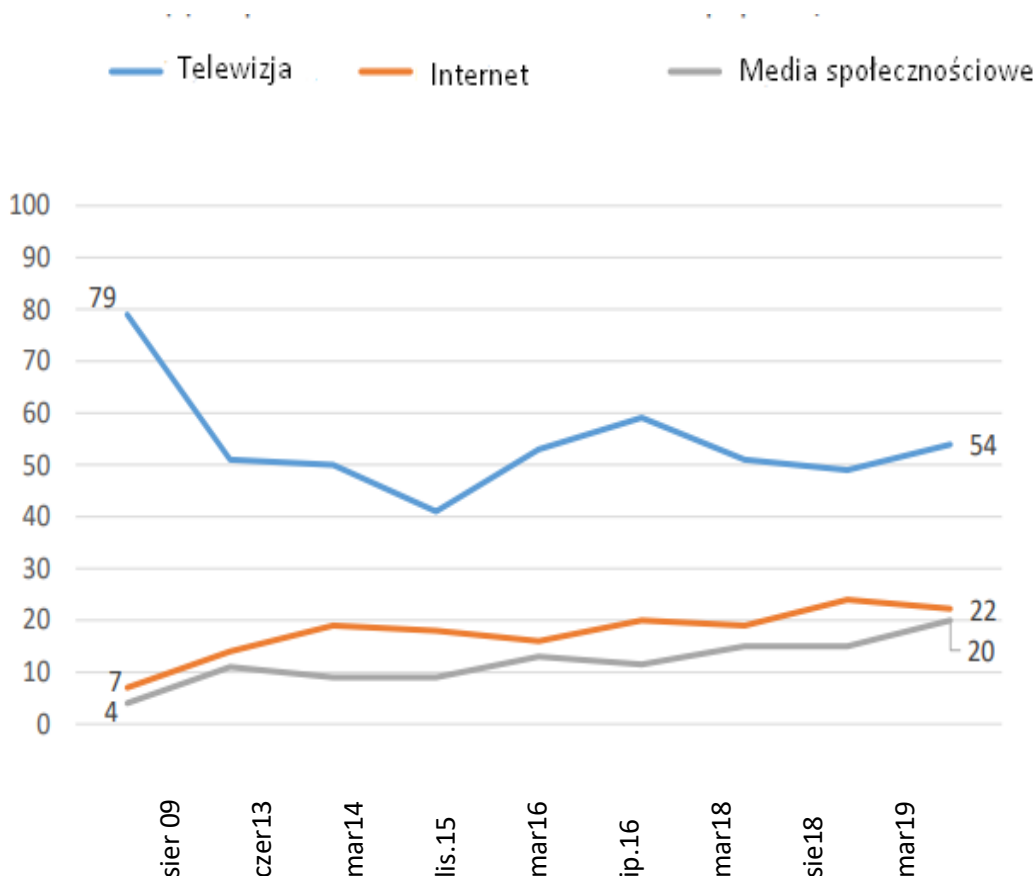


Pytanie: „Jakim źródłem najbardziej ufasz w kwestii relacji wydarzeń w kraju i na świecie?”, marzec 2019

Zaufanie do telewizji ma nieliniową dynamikę. Ankietowani uważają często, że telewizja jest kanałem informacji zależnym od państwa, więc poziom zaufania do niej często wiąże się z aprobatą dla kierownictwa kraju i stanu rzeczy w kraju. W badaniach Lewada Center odnotowano spadek zaufania w 2018 r. (do 49%) i niewielką korektę do 54% w marcu 2019 r.

Wzrasta zaufanie Rosjan do źródeł internetowych i sieci społecznościowych. W ciągu 10 lat regularnych pomiarów wzrosło trzy do czterech razy, a dziś waha się wokół 20% populacji. Najmłodszy Rosjanie bardziej ufają sieciom społecznościowym niż telewizji, przede wszystkim dlatego, że oglądają niewiele telewizji. Starsi Rosjanie w ogóle nie ufają internetowi i sieciom społecznościowym, przede wszystkim dlatego, że ich nie wykorzystują.

Zaufanie do trzech głównych źródeł informacji

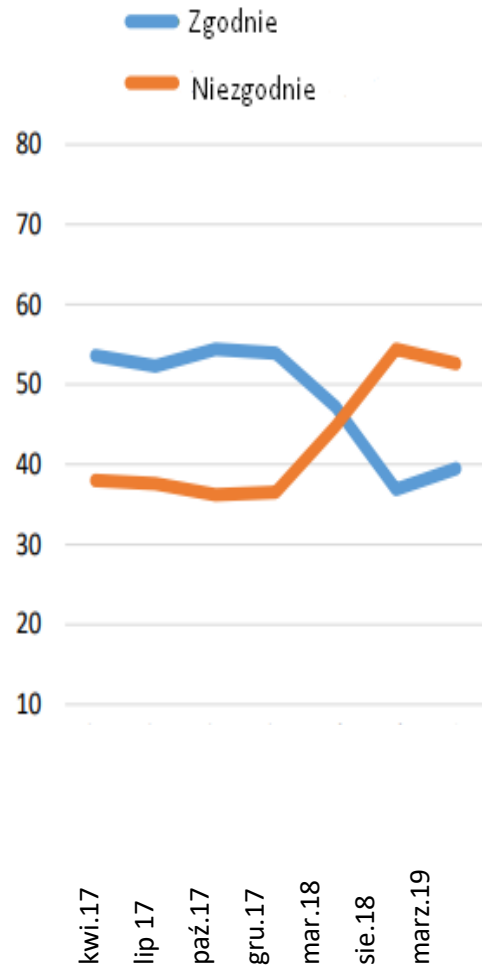
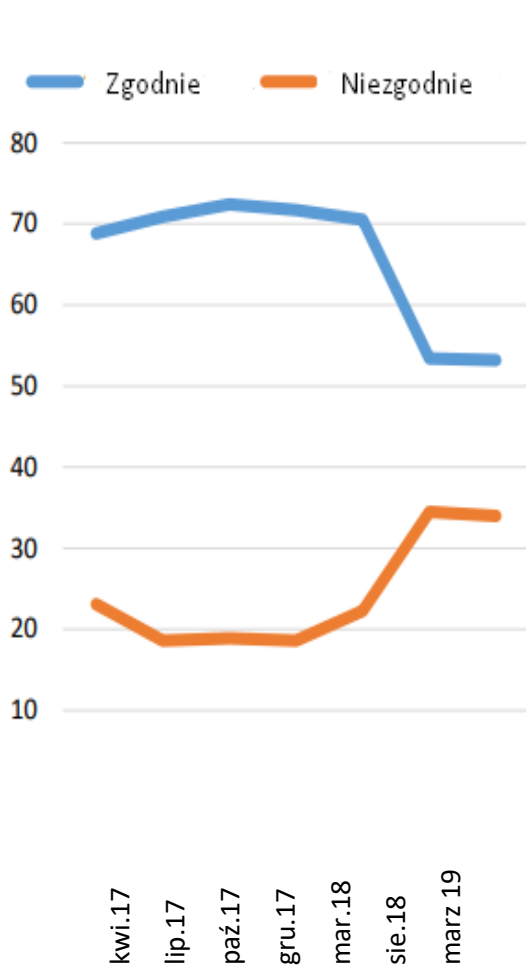


Pytanie: „Jakim źródłem najbardziej ufasz w kwestii relacjonowania wydarzeń w kraju i na świecie?”

Na ile zgodnie z rzeczywistością rosyjska telewizja pokazuje...

...politykę wewnętrzną

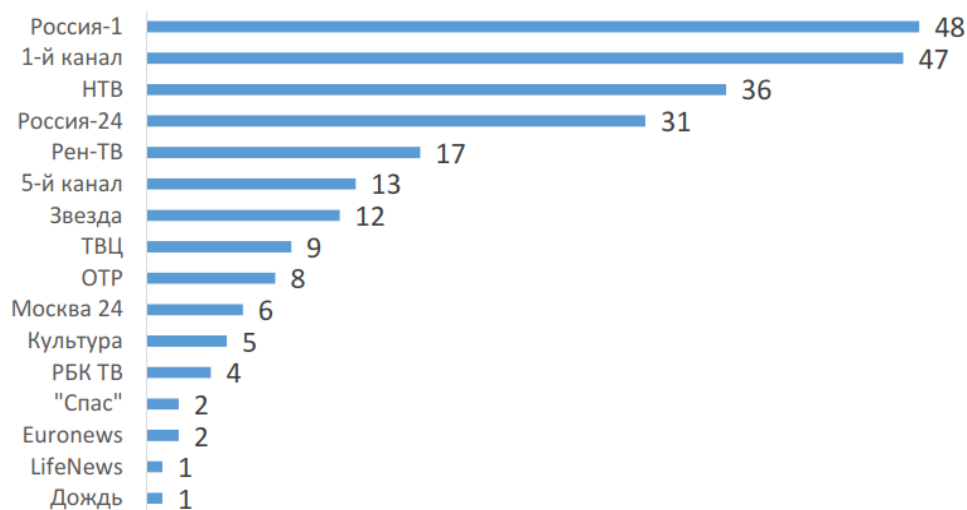
...stan gospodarki



Telewizja, gazety, strony internetowe

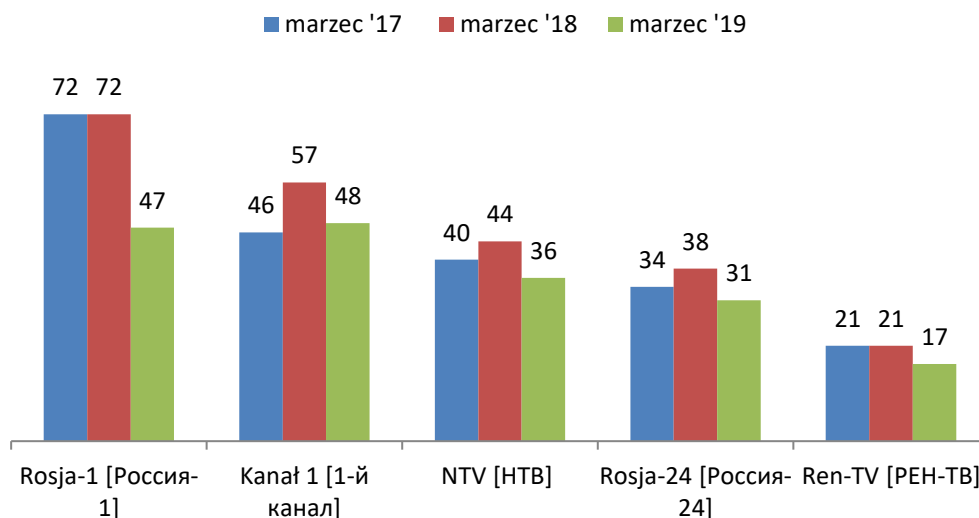
Wśród głównych kanałów telewizyjnych, które wydają się być dla Rosjan najpopularniejszymi źródłami wiadomości, nadal prowadzą kanał Rosja-1 [Россия-1] (ogląda go 48% Rosjan) i Kanał Pierwszy [Первый канал] (47%). Nieco dalej, z niewielką różnicą, znajdują się NTV [НТВ] (36%), Rosja-24 [Россия-24] (31%) i Ren-TV [РЕН-ТВ] (17%). Niewielką widownię mają kanały telewizyjne Kultura [Культура] (5%) i RBC-TV [РБК-ТВ] (4%). Małymi pod względem wielkości odbiorców są kanały jak Spas [Спас] (2%), Euronews (2%) i Dożd [Дождь] (1%).

Kanały telewizyjne, na których oglądane są wiadomości



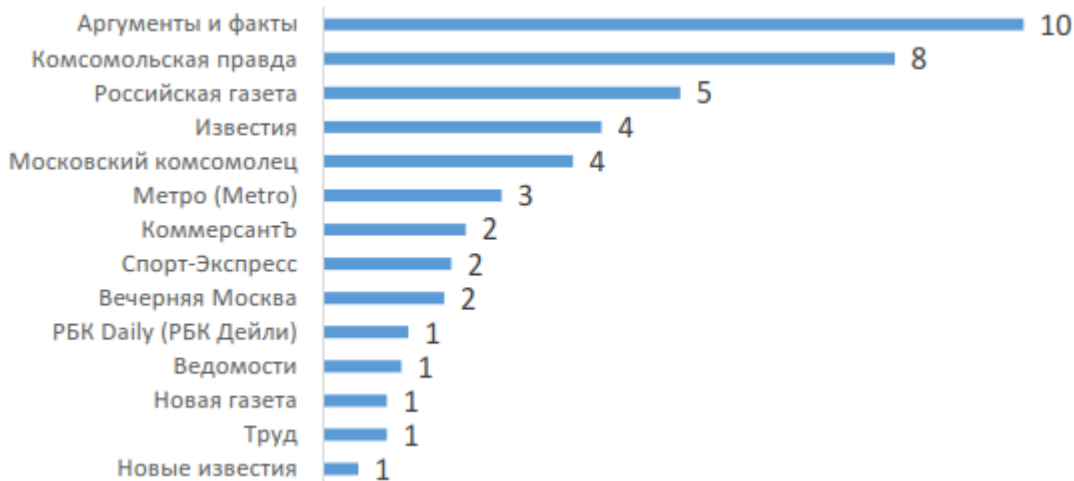
Pytanie: „Czy ogląda Pani/Pan wiadomości z następujących kanałów telewizyjnych, a jeśli tak, wiadomości z których z nich ogląda Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie, w tym także w Internecie?”, marzec 2019

Zmiany wśród TOP 5 kanałów telewizyjnych



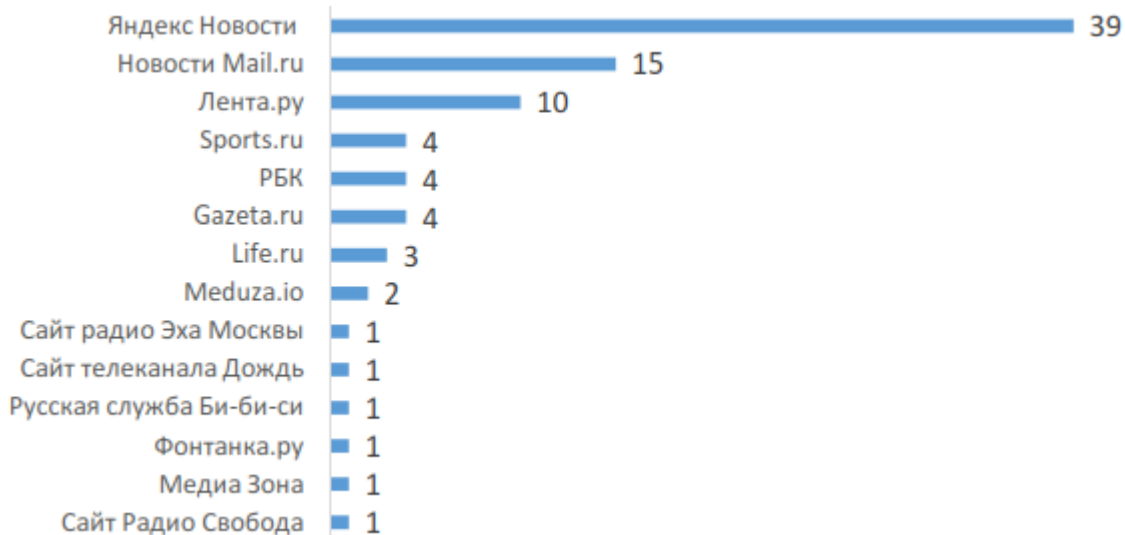
Najbardziej zauważalne zmiany nastąpiły w poziomie oglądalności Kanału 1: w ciągu roku liczba respondentów, którzy wymienili go na liście regularnie oglądanych, spadła z 72% do 47%. Obniżyła się także pozycja innych najpopularniejszych kanałów telewizyjnych. Zainteresowanie kanałem „Rosja-1” obniżyło się z 57% do 48%, NTV-z 44% do 36%, a „Rosja 24” - z 38% do 31%.

Popularność gazet



Pytanie: „Które z poniższych gazet czyta Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie, w tym w Internecie i za pośrednictwem aplikacji mobilnych?”, marzec 2019

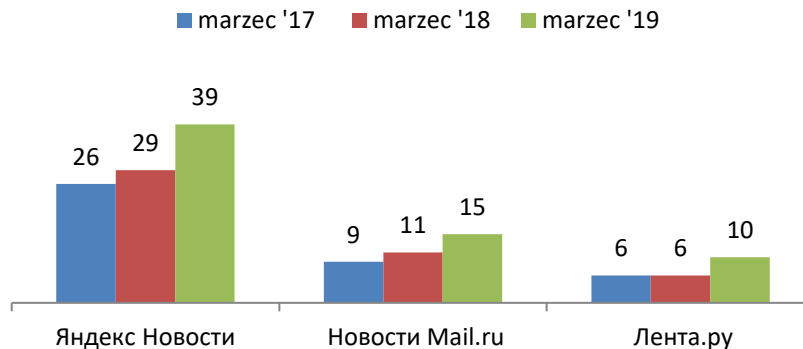
Popularność wydawnictw internetowych



Pytanie: „Czy odwiedza Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie następujące strony internetowe?”, marzec 2019

Ankiety rejestrują wzrost popularności internetowych źródeł wiadomości: wzrosło deklarowane użycie strony Yandex, której popularność wzrosła z 29% w 2018 roku do 39% w marcu 2019 roku. Podobną dynamikę widać w korzystaniu z innych wiodących internetowych źródeł wiadomości.

Popularność źródeł internetowych



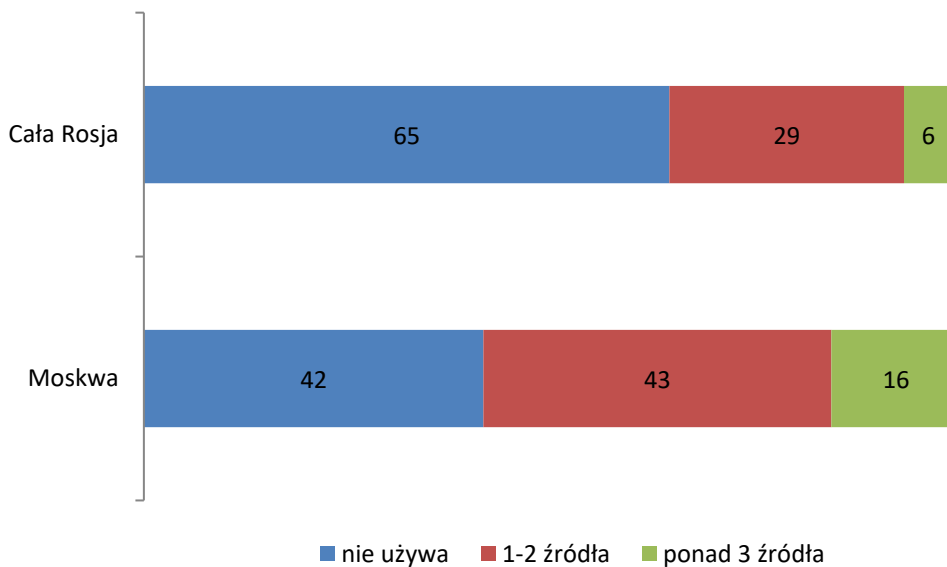
Wśród dziennikarzy, największe zaufanie Rosjan budzą prowadzący popularnych talk-show i programów informacyjnych, jak i najbardziej masowych programów: Władimir Sołowjow (23%), Andriej Małachow (11%), Władimir Posner, Andriej Norkin, Olga Skabeeva (6%) i Dmitrij Kisielow (5%) – to odpowiedzi na otwarte pytanie, w którym respondenci sami wymieniali nazwiska dziennikarzy.



Pytanie otwarte, respondenci sami wymieniali nazwiska dziennikarzy, którzy budzą największe zaufanie. Pytanie: „Proszę wymienić pięciu rosyjskich dziennikarzy, publicystów, felietonistów, prowadzących społeczno-polityczne talk show, występujących w radiu, telewizji, prasie i Internecie, których stara się Pani/Pan śledzić?”, marzec 2019

Przybliżona łączna liczba korzystających z niezależnych mediów, które regularnie publikują punkty widzenia inne niż oficjalne stanowisko władz, to obecnie około 35% Rosjan (przy czym tylko 6% z nich regularnie korzysta z kilku niezależnych źródeł). W największych miastach, takich jak Moskwa, liczby te zbliżają się do połowy populacji (w tym 16% mieszkańców Moskwy korzysta z kilku niezależnych źródeł). Z poprzednich badań wiadomo, że bardziej krytyczny pogląd na wydarzenia i sytuację polityczną mają właśnie respondenci, którzy korzystają z kilku niezależnych źródeł informacji; u tych, którzy korzystają tylko jednego lub dwóch źródeł, prezentowane poglądy i osądy polityczne niewiele różnią się od przeciętnego obywatela rosyjskiego.¹

Procent Rosjan korzystających z niezależnych mediów



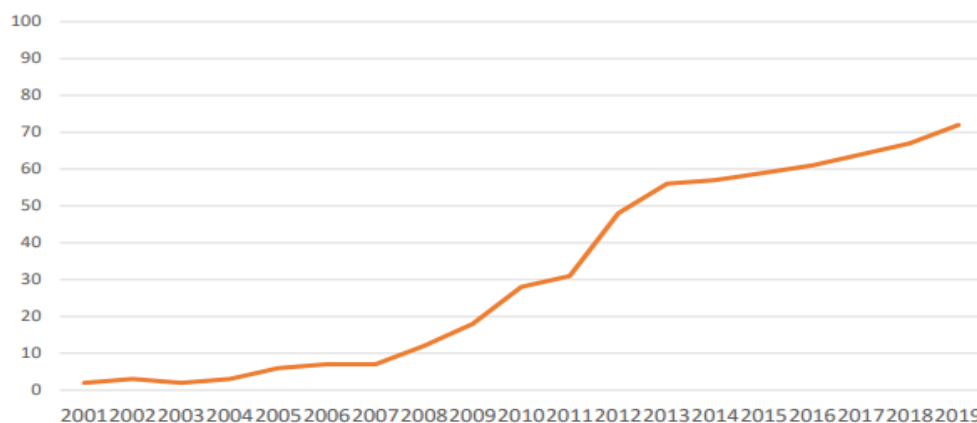
Łączne audytorium niezależnych mediów obliczane jest na podstawie danych z następujących pytań: „Czy odwiedza Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie następujące strony internetowe”, „Które z poniższych gazet czyta Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie, w tym w Internecie i za pośrednictwem aplikacji mobilnych?”, „Czy ogląda Pani/Pan wiadomości z kanałów telewizyjnych, a jeśli tak, wiadomości z jakich kanałów ogląda Pani/Pan mniej lub bardziej regularnie, w tym w Internecie?”. „Niezależnymi źródłami” w tym przypadku są te źródła (kanały telewizyjne, gazety, strony internetowe), w których przynajmniej czasami znajdują się opinie alternatywne do oficjalnych. Zgodnie z tą logiką do „niezależnych źródeł” zaliczono RBK, gazety „Kupiec” i „Wiadomości”, kanały telewizyjne „Dożd” i „Eurone”.

¹ Volkov D., Goncharov S. Rosyjski krajobraz medialny: główne trendy korzystania z mediów / Herald opinia publiczna, 2017, nr 1-2.

Internet, sieci społecznościowe, komunikatory internetowe

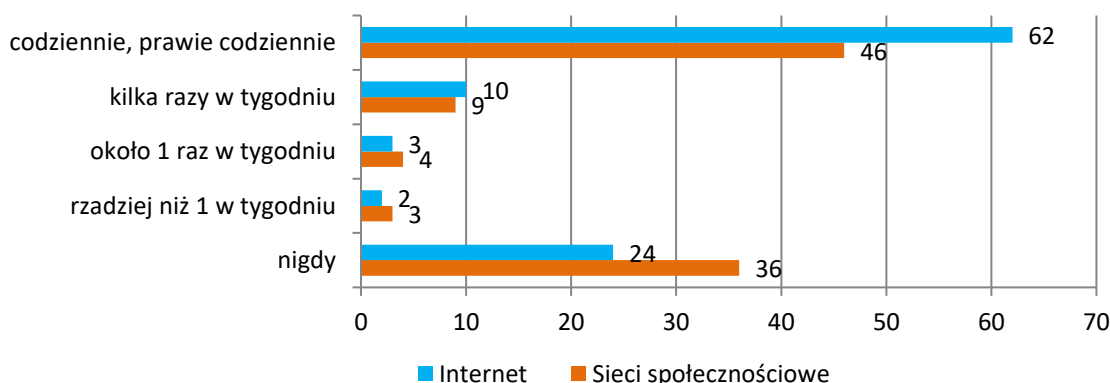
Rosnący wpływ źródeł internetowych wynika z trwającego wzrostu rosyjskiego audytorium internetowego. Obecnie z Internetu „codziennie, praktycznie codziennie” i „kilka razy w tygodniu” korzysta około 72% populacji; w 2001 roku było to zaledwie 2-3% Rosjan. Jednocześnie około 45% obywateli korzysta z Internetu „Kilka razy dziennie”; to przede wszystkim najmłodszy Rosjanie (w wieku poniżej 25 roku życia) i jest to 87% z tej grupy wiekowej. W świetle tego wskaźnika różnica między najmłodszymi a najstarszymi grupami wiekowymi (65 lat i więcej) sięga 14,5 raza: 87% w porównaniu do 6%.

Udział zwykłych użytkowników Internetu



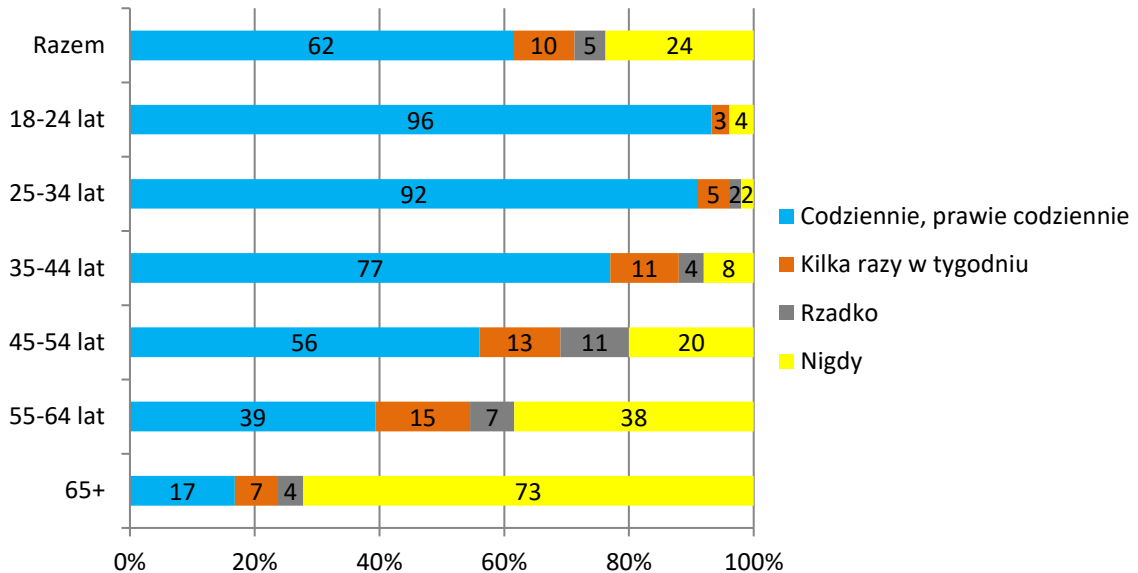
Odsetek stałych użytkowników Internetu jest zdefiniowany jako suma respondentów, którzy korzystają z Internetu codziennie lub kilka razy w tygodniu. Pytanie: „jak często średnio korzystasz z Internetu? ”, ostatni pomiar-kwiecień 2019.

Korzystanie z Internetu i mediów społecznościowych



Pytanie: „jak często średnio korzystasz z Internetu? ”, kwiecień 2019. Pytanie: „czy odwiedzasz sieci społecznościowe w Internecie? Jeśli tak, to jak często? ”, marzec 2019

Korzystanie z Internetu w zależności od wieku



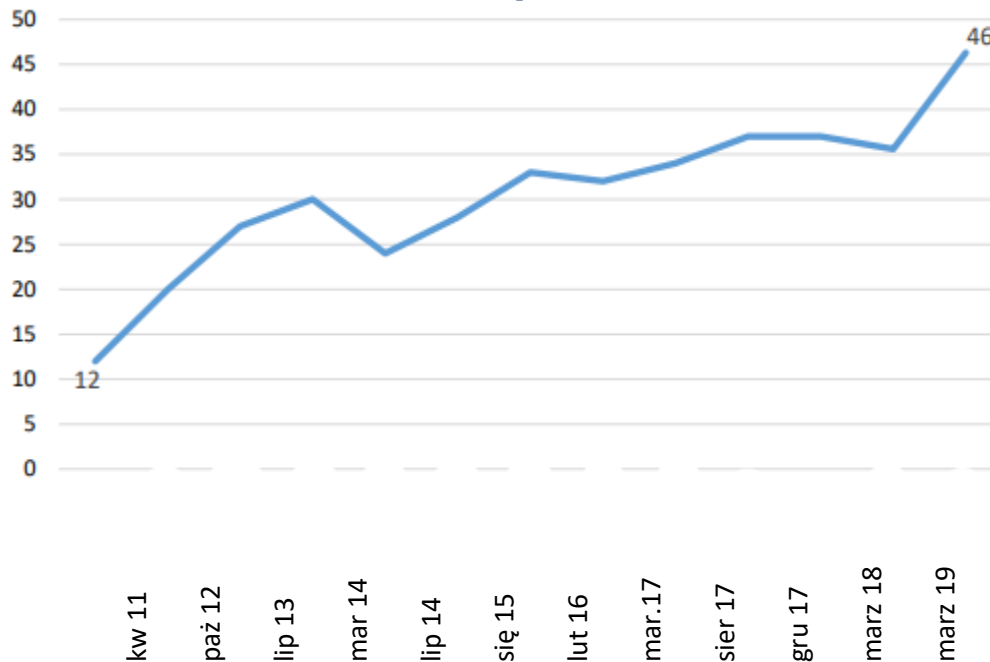
Pytanie: „ jak często średnio korzystasz z Internetu? ”, kwiecień 2019

Dziś z sieci społecznościowych regularnie („codziennie, prawie codziennie” i „kilka razy w tygodniu”) korzysta około 56% Rosjan. Nigdy nie korzystała z niej około jedna trzecia populacji kraju. Przez 8 lat regularnych obserwacji liczba użytkowników regularnie korzystająca z sieci społecznościowych wzrosła 2,5-krotnie (z 22% w 2011r.). Najbardziej aktywni użytkownicy to najmłodsi Rosjanie - 85% korzysta z sieci „codziennie lub prawie codziennie”. Wśród starszej grupy wiekowej (65 lat i starszych) - tylko 8%.

Najpopularniejsze sieci społecznościowe w Rosji to VKontakte (korzysta z niej około 42% Rosjan), Odnoklassniki (33%), YouTube (30%) i Instagram (23%). Jednocześnie YouTube, Instagram i VKontakte są dziś najszybciej rozwijającymi się sieciami. Z Facebooka w Rosji korzysta około 9% populacji, Twittera używa 4%. Według sondaży audytorium VKontakte, Instagrama i Twittera jest młodsza, zaś audytorium Odnoklassników jest starsze. YouTube także oglądają przede wszystkim młodzi, ale audytorium tej sieci jest bardziej równomiernie rozłożone między różne grupy wiekowe.

Dane z badań Lewada Center wskazują na praktycznie nieprzerwany wzrost liczby odwiedzających sieci społecznościowe w ciągu ostatnich 8 lat. W badaniu z marca 2019 roku 46% respondentów zauważyło, że codziennie lub prawie codziennie odwiedza media społecznościowe. Jednak procent tych, którzy nie korzystają z sieci społecznościowych, spadł z 65% w 2011 roku do 36%. W 2017 r. wskaźnik osób korzystających z mediów społecznościowych kilka razy w tygodniu wynosił 19% , a w marcu 2019 r. - tylko 9%.

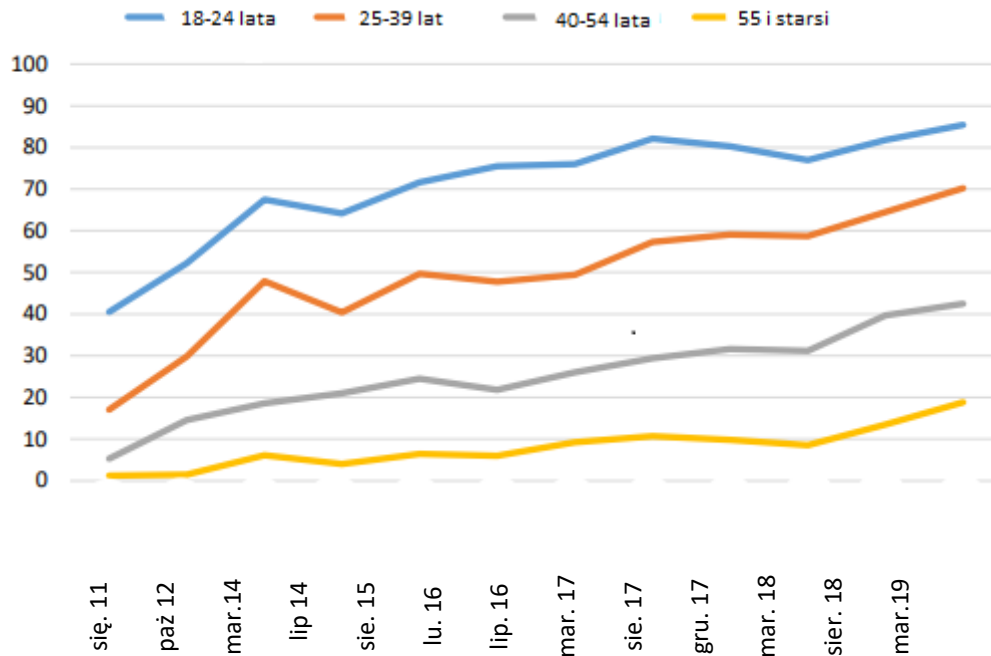
Dynamika odsetka osób, które odwiedzają sieci społecznościowe „codziennie lub prawie codziennie”



Odsetek zwykłych użytkowników Internetu jest zdefiniowany jako suma respondentów, którzy korzystają z Internetu codziennie lub kilka razy w tygodniu. Pytanie: „Jak często średnio korzystasz z Internetu?”. Ostatni pomiar-kwiecień 2019.

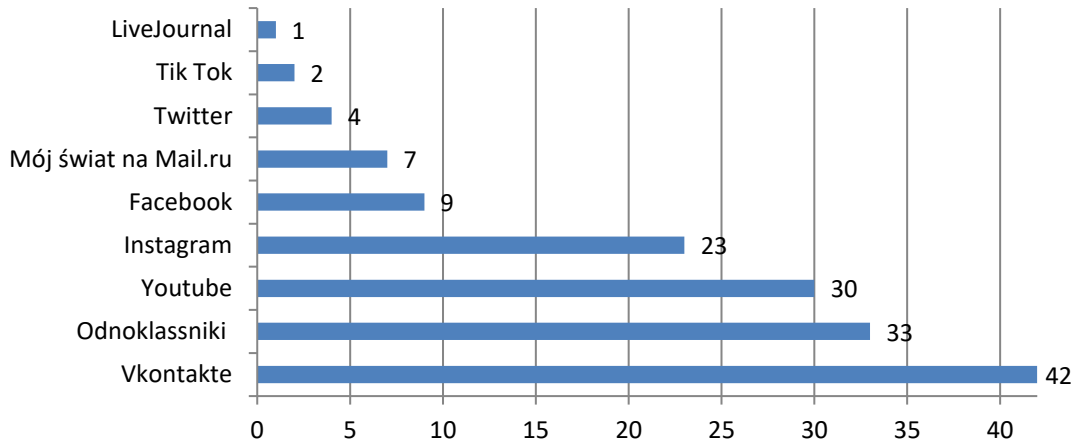
Opanowanie używania sieci społecznościowych ma miejsce w prawie wszystkich grupach wiekowych, za wyjątkiem najmłodszej (18-24 lat), gdzie nastąpiło przesylenie (ponad 80% korzysta z sieci społecznościowych codziennie). W tym samym czasie różnica w użytkowaniu między grupami wiekowymi wzrosła w ciągu ostatnich kilku lat z 40% do 66% (odsetek respondentów w wieku 18-24 minus odsetek respondentów w wieku 55+).

„Codzienne lub prawie codzienne” użycie sieci społecznościowych



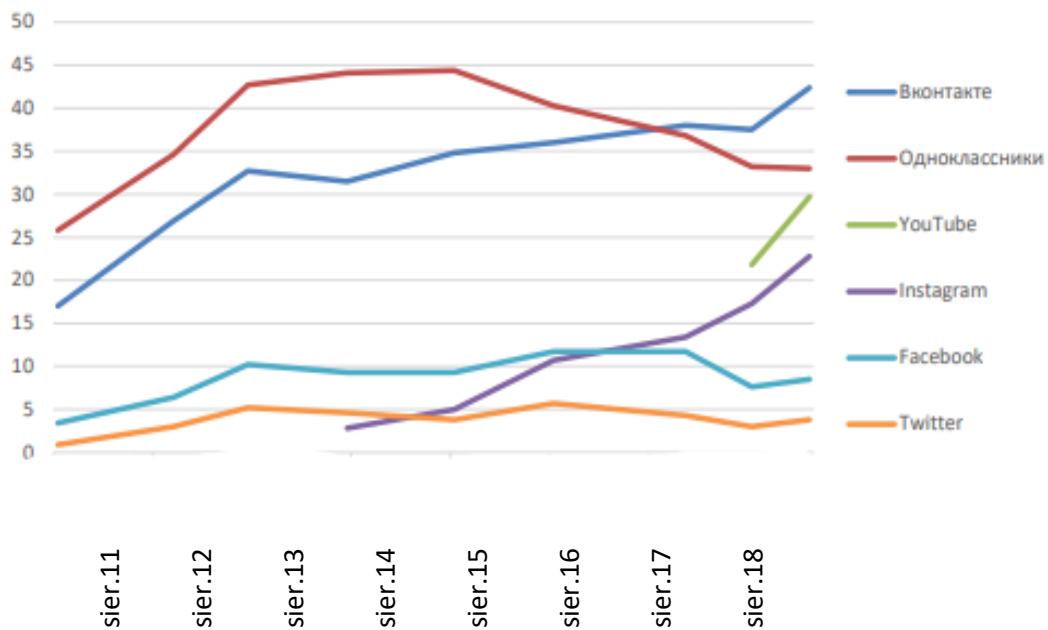
Wśród najbardziej popularnych sieci społecznościowych na pierwszym miejscu znajdują się "Vkontakte" (67%) i "Odnoklassniki" (52%). "Vkontakte" utrzymuje swój poziom popularności, a "Odnoklassniki" wykazują pewien spadek w porównaniu z rokiem 2017. Trzecią najpopularniejszą siecią społecznościową w Rosji jest Youtube, którego udział w porównaniu do ubiegłego roku wzrósł o 21% (przed 2018 rokiem nie przeprowadzano jego pomiarów). Duży wzrost wykazuje również Instagram: odsetek użytkowników wzrósł o 13% w porównaniu z poprzednim pomiarem w 2018 roku.

Jakie sieci społecznościowe odwiedzasz



Pytanie: „Jakie sieci społecznościowe odwiedzasz?”, marzec 2019.

Dynamika odbiorców sieci społecznościowych



Ostatni pomiar to Marzec 2019 roku. W formularzu tego pytania opcja "Instagram" znajduje się od 2014 roku, opcja "YouTube" - od 2018 roku.



Rosyjskie audytorium komunikatorów internetowych do przesyłania wiadomości tekstowych i połączeń głosowych szybko rośnie. W ciągu trzech lat obserwacji podwoiło się - z 31% w 2016 r. do 62% w marcu 2019 r. Liderami wśród aplikacji są WhatsApp (49% Rosjan) i Viber (31%). Komunikator VKontakte jest używany przez około 17%, Skype - 14%. Audytorium Telegram, które to znacznie wzrosło w obliczu blokad w ubiegłym roku, obecnie stanowi około 8% populacji. Komunikatory są używane głównie przez młodzież, ale WhatsApp i Viber są dość dobrze rozpowszechnione także w innych grupach wiekowych.

KORZYSTANIE Z APLIKACJI MOBILNYCH DO NAWIĄZYWANIA POŁĄCZEŃ I PRZESYŁANIA WIADOMOŚCI

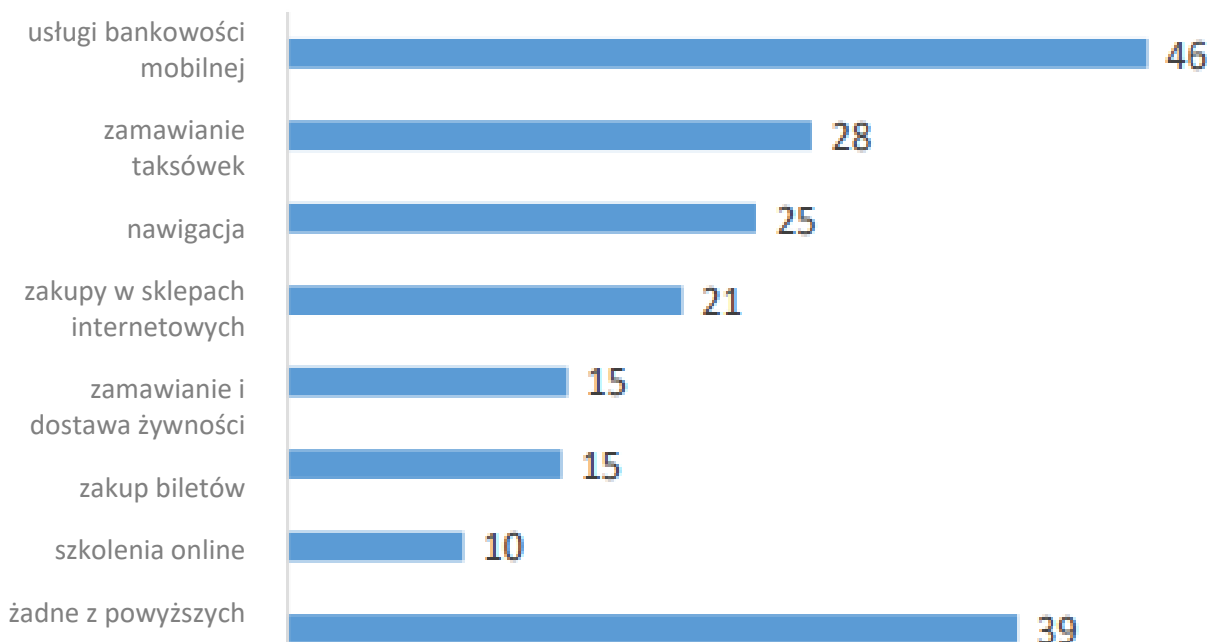
	Luty 2016	Marzec 2017	Kwiecień 2018	Marzec 2019
WhatsApp	17	24	36	49
Viber	16	20	29	31
Messenger VKontakte	-*	15	26	17
Skype	14	12	19	14
Telegram	1	3	8	8
Messenger Facebook	2	3	5	3
iMessage / FaceTime	2	3	1	2
Inne	2	2	3	2
Nie używam aplikacji mobilnych do nawiązywania połączeń i przesyłania wiadomości	65	52	43	37
Trudno odpowiedzieć	4	5	1	1

*Nie było opcji do wyboru; pytanie „Czy korzystasz z aplikacji mobilnych do nawiązywania połączeń i przesyłania wiadomości?”

Korzystanie z usług online

Spośród powszechnych usług internetowych największą popularnością cieszą się usługi bankowości mobilnej (46% używa ich „od czasu do czasu”), aplikacje do zamawiania taksówki (28%), nawigacja (25%) i zakupy w Internecie (21%). 15% Rosjan zamawia jedzenie i kupuje bilety online, 10% odbyło szkolenia online. Około jedna trzecia rosyjskich obywateli sprzedawała lub kupowała od innych towary lub usługi przez Internet. W tym celu zwykle używane były Avito (25% Rosjan) lub Yuloy (11%). Podobnie jak we wszystkim, co wiąże się z Internetem, najbardziej aktywnymi użytkownikami usług internetowych są młodzi Rosjanie.

Usługi online (przynajmniej od czasu do czasu)

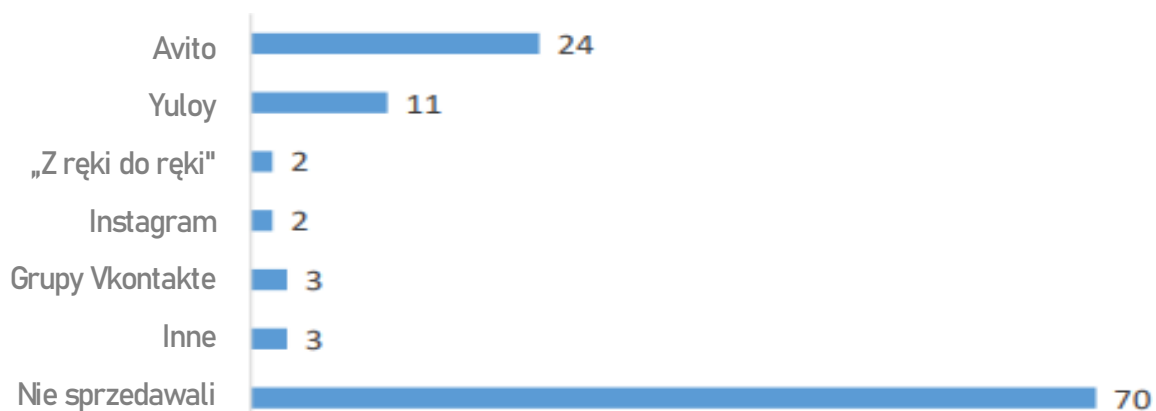


Pytanie: „Czy korzystasz z Internetu lub aplikacji mobilnych przynajmniej od czasu do czasu w następujących celach?”, marzec 2019.

Korzystanie z usług online w zależności od wieku

	Ogólnie	18 – 24 lata	25 – 34 lata	35 – 44 lata	45 – 53 lata	55 – 64 lata	ponad 65 lat
usługi bankowości mobilnej	46	72	68	57	45	29	10
zamawianie taksówki	28	56	50	32	20	14	4
nawigacja	25	41	44	27	25	14	2
zakupy online	21	42	36	27	13	10	4
zamawianie i dostawa żywności	15	42	27	17	8	5	1
zakup biletów	15	27	23	18	12	8	4
szkolenia online	10	21	15	13	8	3	1
żadne z powyższych	39	10	14	26	42	59	85

Doświadczenie sprzedaży towarów lub usług przez Internet



Pytanie: „Czy kiedykolwiek sprzedawałeś rzeczy lub usługi przez Internet, a jeśli tak, to z jakich stron lub aplikacji korzystałeś?”, marzec 2019.