

Медиаландшафт-2021: использование и доверие

Денис ВОЛКОВ
Степан ГОНЧАРОВ
Александра ПАРАМОНОВА
Денис ЛЕВЕН

Данный материал продолжает серию исследований медиа-потребления россиян, проводимых Левада-Центром. В данном отчете приводятся данные о наиболее значимых информационных каналах, характере потребления информации и возрастных предпочтениях. Также предлагаем посмотреть прошлые отчеты по данной теме за [2020](#), [2019](#) и [2017](#) года.

Основные выводы исследования

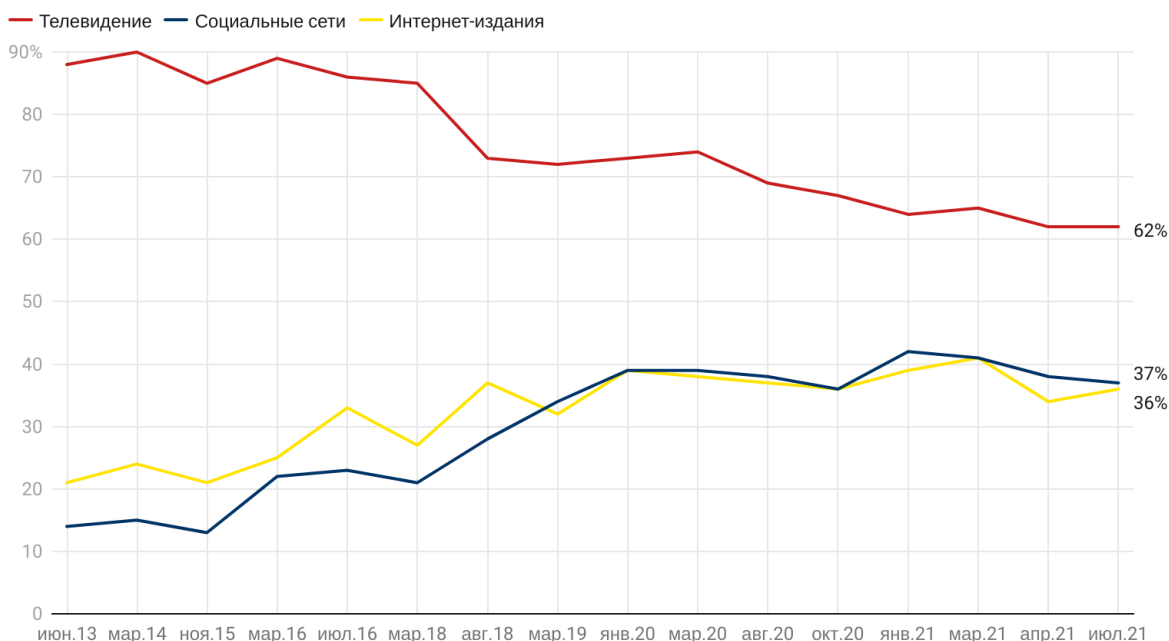
- Телевидение все еще остается основным источником информации, но его влияние сокращается. За 5 лет доля россиян, получающих новости по телевизору сократилось с 90% до 62%. За это время существенно выросло значение интернет-источников и социальных сетей. Наиболее активный рост аудитории интернет-новостей наблюдался в 2015--2020 годах.
- По сравнению с 2020 годом снизилась интенсивность потребления новостной информации. Это касается как телевизионных, так и интернет-новостей. Доля тех, кто каждый день смотрит новости по телевизору, снизилась с 44% до 34% россиян, а использует интернет — с 36% до 31%.
- Продолжается рост популярности социальных сетей и перераспределение аудитории между разными платформами. Наибольшие темпы роста за последние три-четыре года продемонстрировали социальные сети, предлагающие визуальный контент: YouTube (эту сеть использует 37% россиян), Instagram (34%), TikTok (16%). Лидером по размеру аудитории остается ВКонтакте (44%). Рост аудитории социальных сетей замедлился среди молодежи и наиболее активно продолжается среди населения 50 лет и старше.
- Популярность мессенджеров продолжает расти. Если в 2016 году лишь треть россиян пользовалась средствами для мгновенного обмена сообщениями, то в 2021 году — уже три четверти россиян их использует. Наиболее популярные мессенджеры: WhatsApp (это приложение используют 64% россиян), Viber (31%), Telegram (21%).
- За прошедший год выросла аудитория различных онлайн-сервисов и приложений. Заметно выросла доля пользователей онлайн-банков (до 58% россиян), покупателей онлайн-магазинов (до 27%), сервисов для заказа продуктов (до 21%)

Основные источники информации

Телевидение по-прежнему остается основным источником новостей, несмотря на то, что его аудитория продолжает уменьшаться: за полтора года она сократилась на 12 процентных пунктов (по сравнению с мартом 2020). Доли тех, кто чаще всего узнает новости из социальных сетей и интернет-изданий, изменились не так сильно, однако, опросы в марте, апреле и июле указывают на тенденцию к снижению интенсивности использования источников информации в первой половине 2021 года. Все реже основными источниками новостей становятся социальное окружение, радио и газеты - падение на 5 п.п., 4 п.п. и 4 п.п., соответственно с марта 2020. За год немного выросла популярность телеграм-каналов. Популярность журналов не изменилась.

Откуда вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?

в %% опрошенных



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом
Создано с помощью Datawrapper

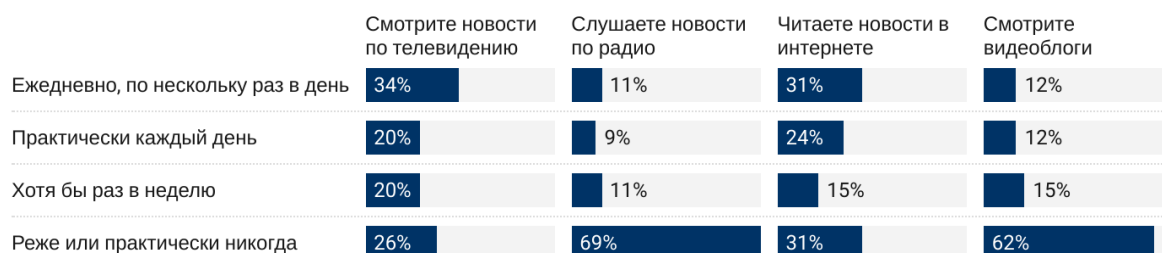
Откуда вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире? (в %% от опрошенных)

	июн. 13	мар. 14	ноя. 15	мар. 16	июл. 16	мар. .18	авг.1 8	мар. 19	январ. 20	мар. 20	авг.2 0	окт. 20	январ. 21	мар. 21	апр. 21	июл. 21
Телевидение	88	90	85	89	86	85	73	72	73	74	69	67	64	65	62	62
Социальные сети	14	15	13	22	23	21	28	34	39	39	38	36	42	41	38	37
Интернет-издан ия	21	24	21	25	33	27	37	32	39	38	37	36	39	41	34	36

Друзья, родные, соседи	24	25	24	27	27	27	18	18	18	21	19	17	16	21	16	16
Радио	16	18	13	20	22	15	15	15	15	16	15	12	9	16	11	12
Газеты	20	19	13	14	19	13	13	12	16	13	13	10	10	13	9	9
Телеграм-каналы	--	--	--	--	--	--	--	1	4	4	6	5	7	8	6	6
Журналы	4	5	2	3	4	2	3	2	5	3	3	2	2	3	3	2
Другое	1	1	1	1	1	<1	<1	<1	<1	1	<1	<1	<1	<1	<1	1
Не интересуюсь этим	1	0	1	2	1	3	2	1	1	1	<1	1	1	1	1	1
затрудняюсь ответить	1	<1	1	1	2	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1	<1

Среди телезрителей и аудитории интернета большинство получает новости ежедневно или практически ежедневно — 54% и 55% соответственно. Доля тех, кто каждый день или почти каждый день слушает радио или смотрит видеоблоги, значительно ниже и составляет 20% и 24% соответственно. Около двух третей респондентов слушают радио или смотрят видеоблоги реже раза в неделю.

Как часто вы?...



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

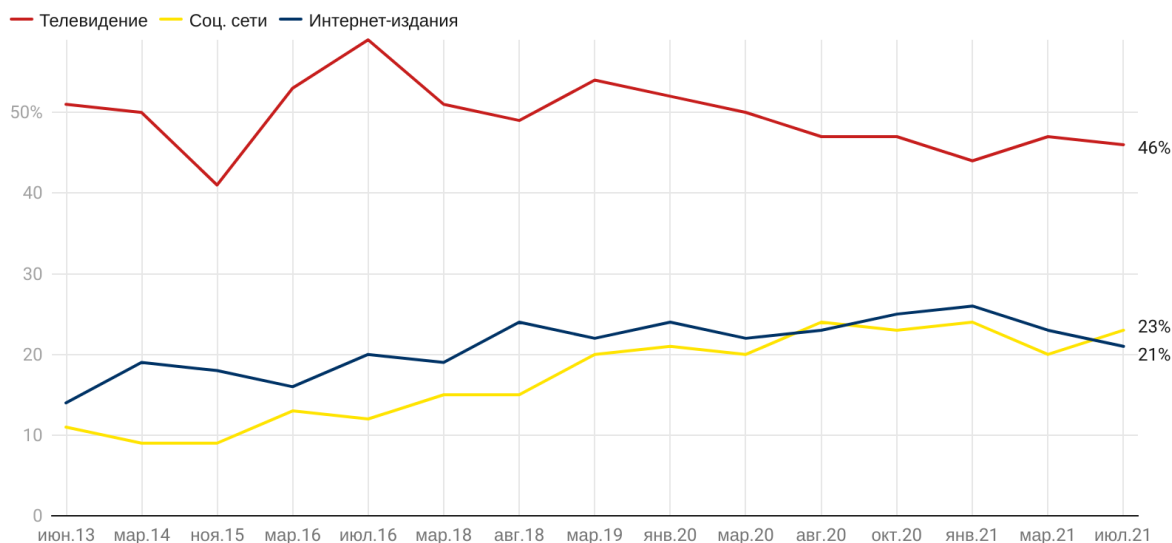
Created with Datawrapper

Доверие

Уровень доверия к социальным сетям и интернет-изданиям как источникам новостей не изменился с 2020 года и составляет 21% и 23%, соответственно. Почти не изменился и уровень доверия к телевидению - с 50% в марте 2020 года до 46% в июле 2021. Доверие ко всем источникам новостей несколько снизилось с начала года, указывая на снижение активности использования и, по всей видимости, пресыщения новостной информацией. Доверие менее популярным источникам информации — окружению, радио, газетам, журналам, телеграм-каналам — с прошлого года не изменилось, как и доля тех, кто не доверяет ни одному источнику информации.

Каким источникам информации вы более всего доверяете в освещении новостей в стране и в мире?

в %% опрошенных



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Создано с помощью Datawrapper

Каким источникам информации вы более всего доверяете в освещении новостей в стране и в мире? (в %% опрошенных)

	июн. 13	мар. 14	ноя. 15	мар. 16	июл. 16	мар. 18	авг.1 8	мар. 19	январ. 20	мар. 20	авг.2 0	окт.2 0	январ. 21	мар. 21	июл. 21
Телевидение	51	50	41	53	59	51	49	54	52	50	47	47	44	47	46
Соц. сети	11	9	9	13	12	15	15	20	21	20	24	23	24	20	23
Интернет-издания	14	19	18	16	20	19	24	22	24	22	23	25	26	23	21
Друзья, родные, соседи	16	20	19	16	12	19	13	12	8	12	11	11	10	10	10
Газеты	12	14	12	9	9	9	7	9	12	9	10	7	8	9	8
Радио	12	13	11	11	9	8	10	11	10	11	10	9	7	8	8
Телеграм-каналы	--	--	--	--	--	--	--	--	--	3	7	5	7	6	5
Журналы	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
Никому не доверяю	8	4	8	9	8	10	15	13	13	17	16	15	15	17	16
Затрудняюсь ответить	6	6	6	9	6	8	4	3	3	2	2	1	2	2	1

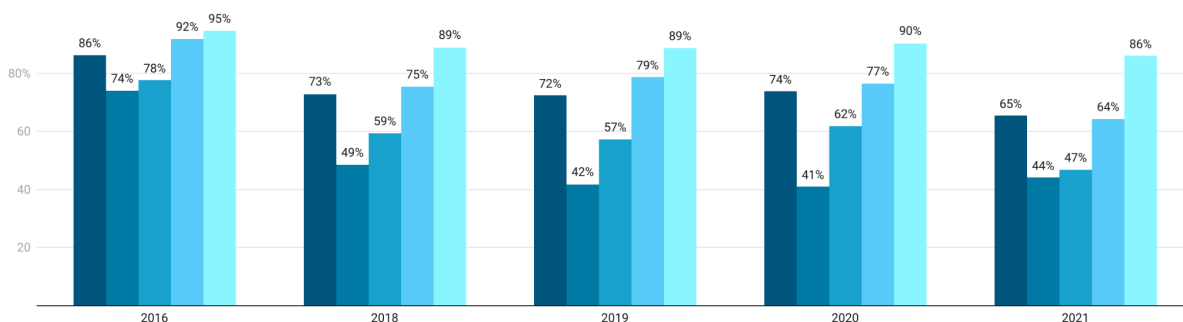
Телевидение

Доля россиян, использующих телевидение как основной источник новостей, несколько снизилась по сравнению с прошлым годом (на 7 процентных пунктов). Наиболее активными телезрителями остаются представители старшей возрастной группы (старше 55 лет), в то время как в средних группах доля тех, кто в основном узнает новости по телевизору значительно снизилась - на 15 п.п. и 13 п.п., соответственно с 2020 года. Для самой молодой возрастной группы 18-24 года эта доля незначительно выросла (с 41% до 44% в 2020 и 2021, соответственно).

Телевидение как основной источник новостей.

в % опрошенных по каждой возрастной группе

■ Все ■ 18-24 ■ 25-39 ■ 40-54 ■ 55+



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом
Создано с помощью Datawrapper

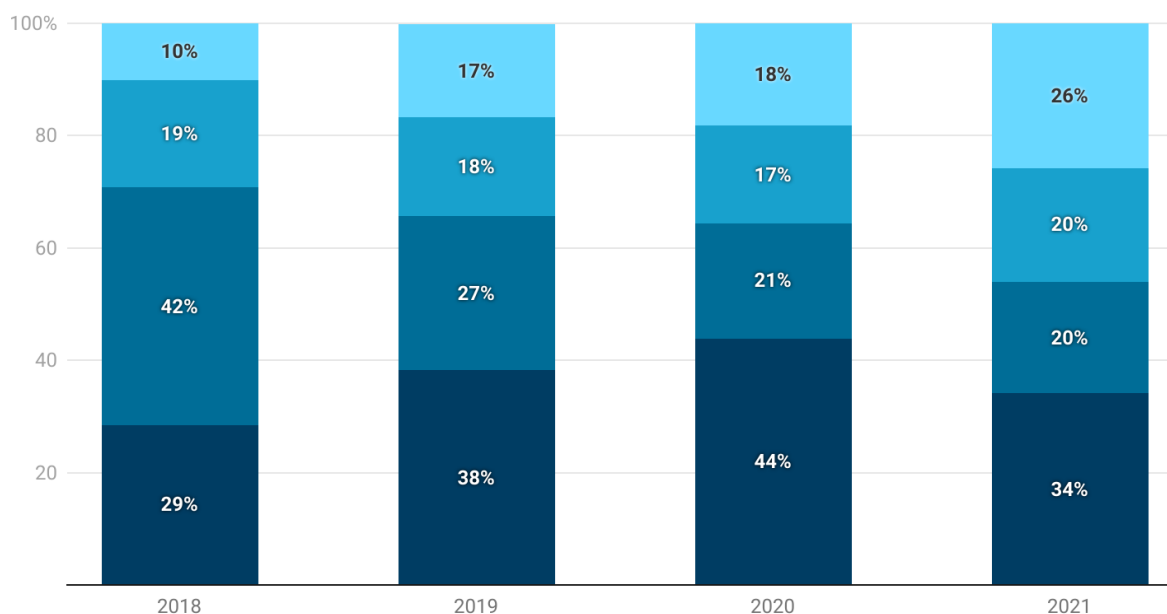
Кроме того, снижается частота просмотра новостей по телевидению.

За минувший год снизилась и доля тех, кто смотрит новости по телевизору ежедневно: с 44% в 2020 году до 34% в марте 2021 года. За четыре года наблюдений доля россиян, которые смотрят новости по телевизору раз в неделю и реже, постепенно выросла с 29% до 46%.

Как часто вы смотрите новости по телевидению?

в %% опрошенных

■ Ежедневно ■ Практически каждый день ■ Хотя бы раз в неделю ■ Реже / никогда



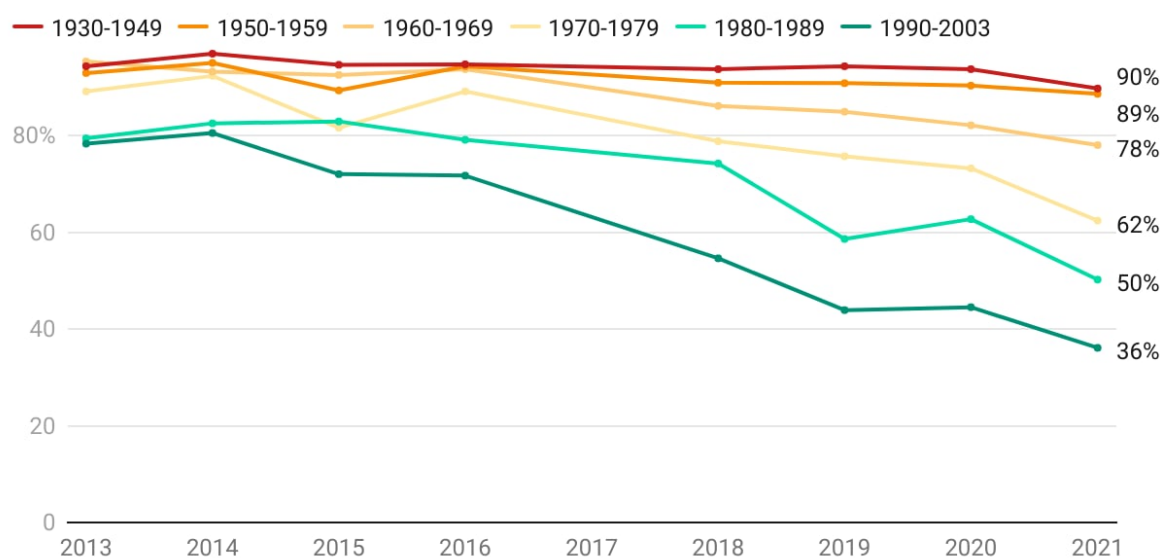
Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Создано с помощью Datawrapper

Влияние телевидения снижается во всех возрастных когортах. Однако быстрее всего это происходит среди россиян моложе 40 лет.

Телевидение как основной источник новостей

в %% опрошенных по возрастным когортам



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Created with Datawrapper

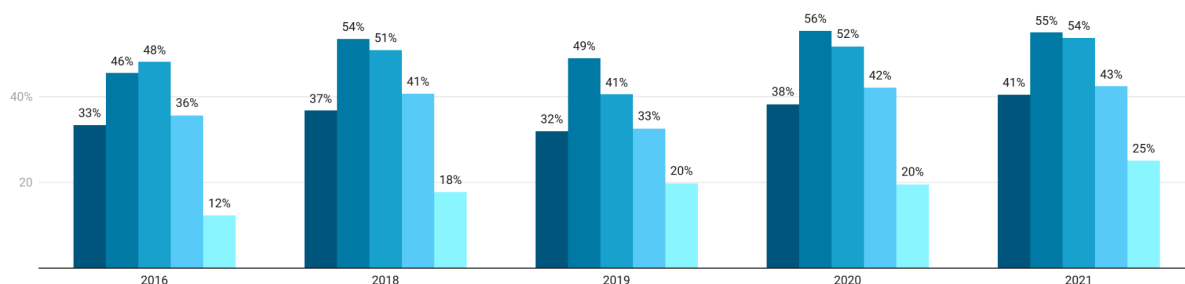
Интернет

Существенных изменений в потреблении интернета-новостей за минувший год не обнаружено. Не изменилась доля тех, кто использует интернет-издания как основной источник новостей (41% в марте 2021 года). Освоение интернета продолжается в старшей возрастной группе (55 лет и старше): с 20% до 25% по сравнению с 2020 годом.

Интернет-издания как основной источник новостей.

в %% опрошенных по каждой возрастной группе

■ Все ■ 18-24 ■ 25-39 ■ 40-54 ■ 55 +



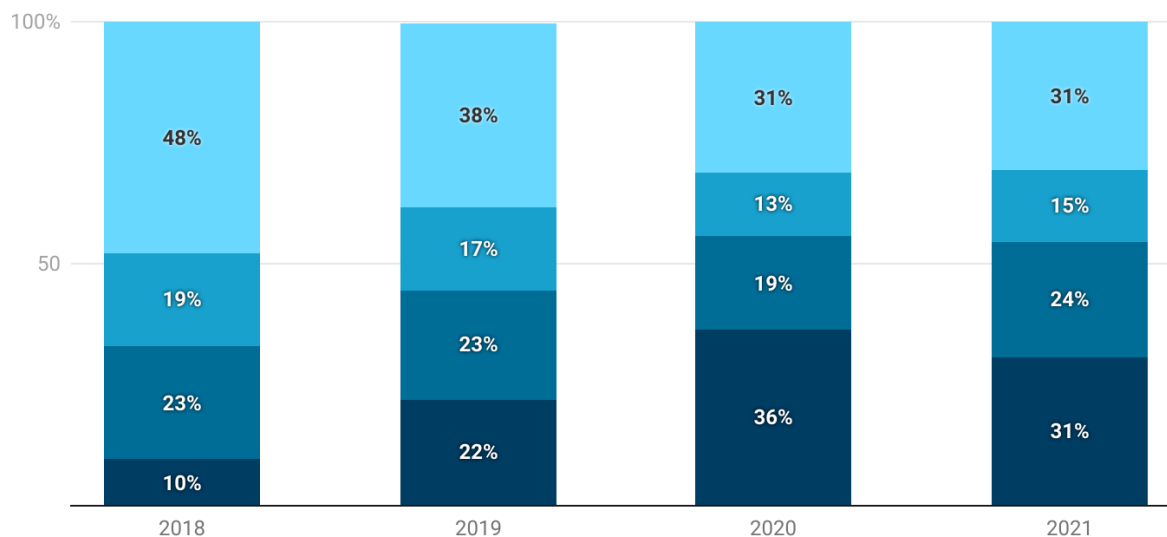
Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом
Создано с помощью Datawrapper

Несколько снизилась интенсивность чтения новостей в интернете, в основном за счет уменьшения числа тех, кто раньше читал новости ежедневно. Доля тех, кто в целом читает новости в интернете хотя бы раз в неделю, остается неизменной. Однако на длительном временном отрезке увеличение доли активных потребителей новостей в интернете очевиден: в 2018 году новости в интернете читали “ежедневно” или “практически ежедневно” около трети россиян (33%), то в 2020-21 годах -- уже больше половины населения страны (55% в марте 2021 года).

Как часто вы читаете новости в интернете?

в %% опрошенных

■ Ежедневно ■ Практически каждый день ■ Хотя бы раз в неделю ■ Реже / никогда



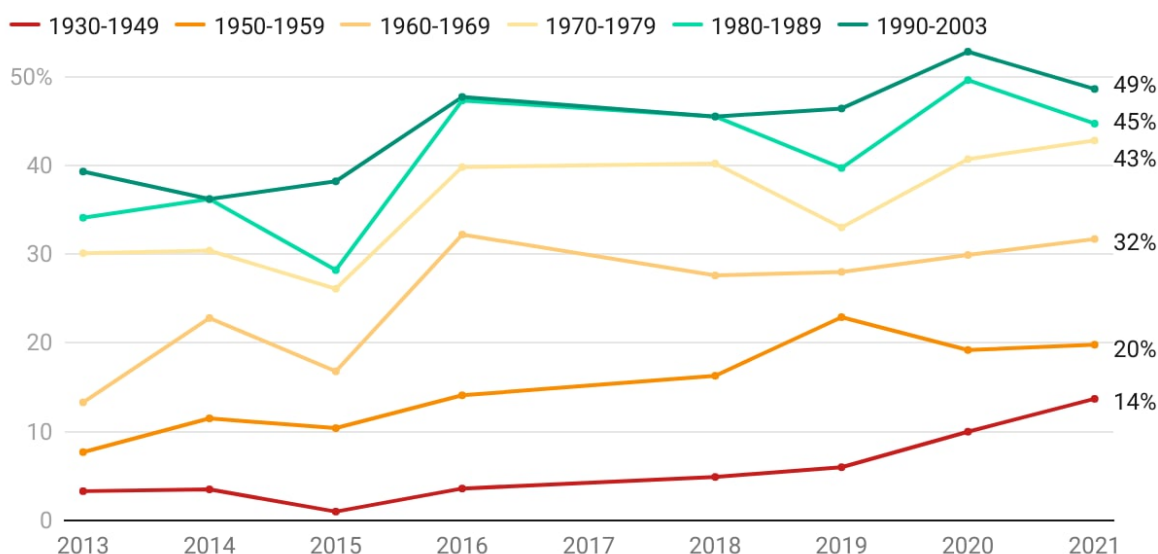
Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Создано с помощью Datawrapper

Возрастная специфика изменений популярности интернет-изданий имеет нелинейный характер. Так, использование интернет-изданий среди россиян до 40 лет несколько снизилось по сравнению с 2020 годом. При этом в старших возрастных группах продолжается рост популярности данного источника.

Интернет-издания как основной источник новостей

в %% опрошенных по возрастным когортам



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Created with Datawrapper

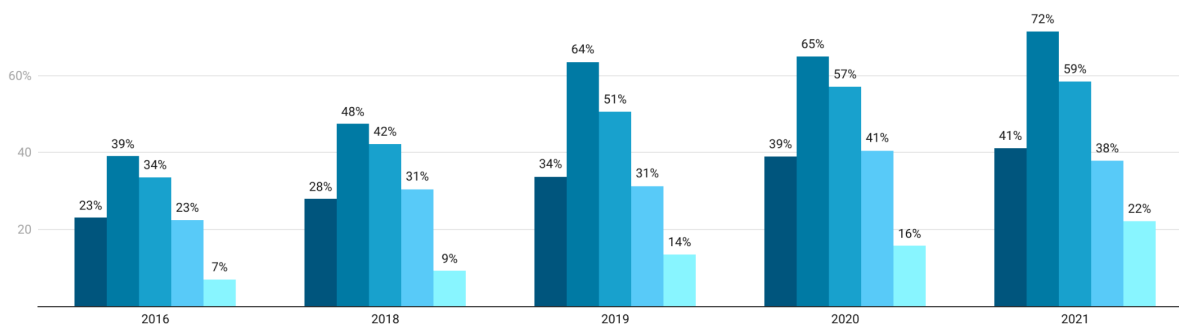
Социальные сети

Рост использования социальных сетей как основного источника новостей замедлился. Доля тех, кто использует социальные сети как основной источник новостей, не изменилась с прошлого года (41%). Наиболее активно для чтения новостей социальные сети использует молодежь, она же демонстрирует наибольший рост: с 65% до 72% в возрастной группе 18-24 года по сравнению с 2020 годом. В целом же аудитория новостей в социальных сетях за 5 лет наблюдений выросла вдвое -- с 23% в 2016 до 41% в 2021 году.

Социальные сети Интернета как основной источник новостей.

в %% опрошенных по каждой возрастной группе

Всего 18-24 25-39 40-54 55 +



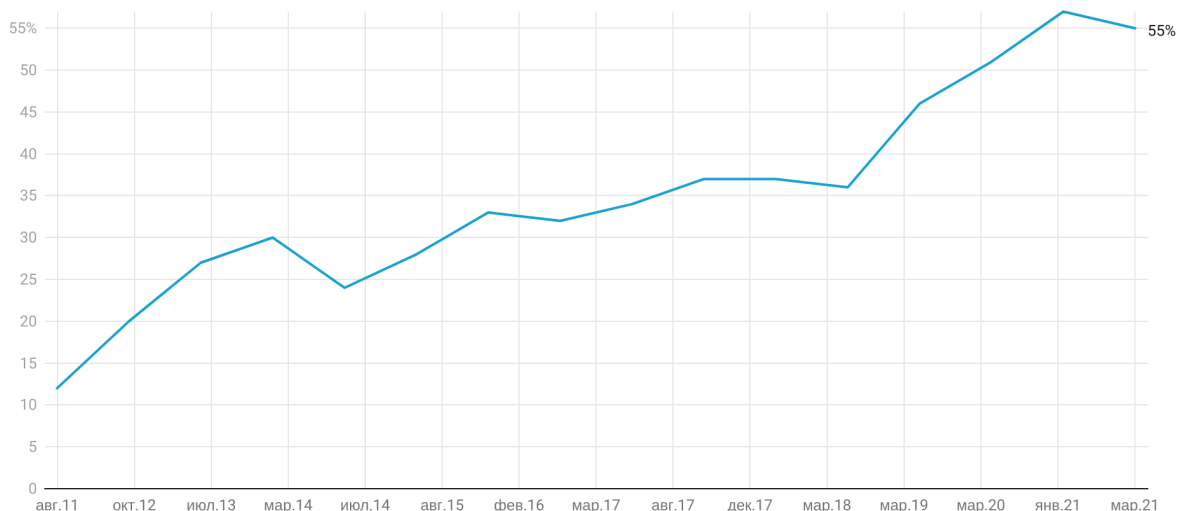
Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Создано с помощью Datawrapper

В целом же доля тех, кто пользуется социальными сетями ежедневно (здесь идет речь об использовании соцсетей в любых целях, не только для получения новостей) продолжает увеличиваться: с 51% в 2020 до 55% в 2021. За десять лет измерений -- с 12% до 55% россиян.

Ежедневно пользуются социальными сетями

в %% опрошенных

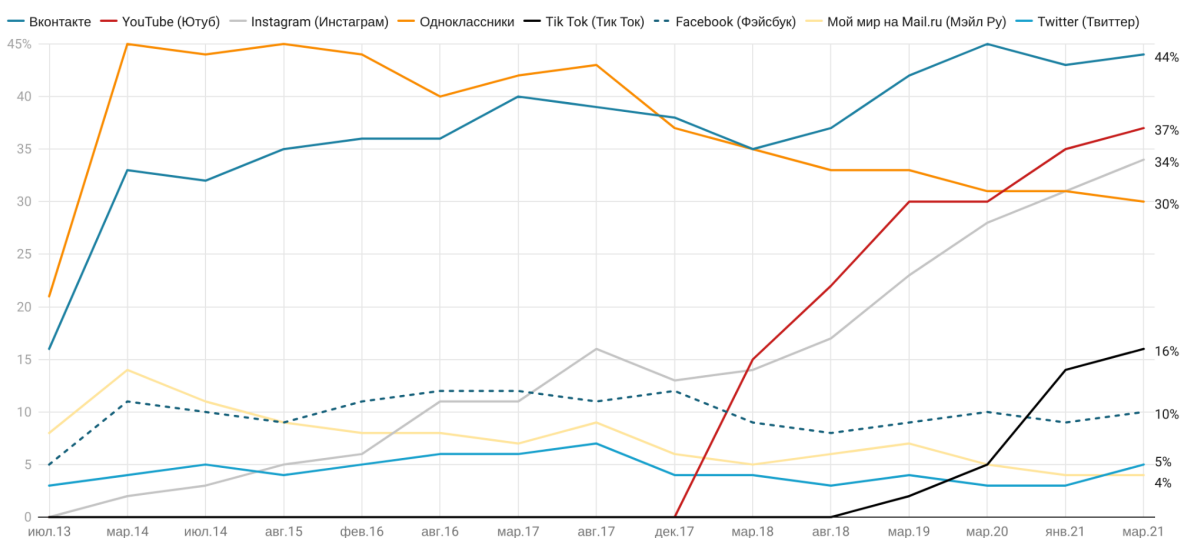


Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом
Создано с помощью Datawrapper

Наиболее популярной социальной сетью в России остается ВКонтакте — ее используют 42% опрошенных, однако, ее аудитория практически не изменилась за последние пару лет. Самая быстрорастущая социальная сеть — TikTok: рост на 11% за год, Другие быстрорастущие сети: YouTube и Инстаграм: рост на 7% и 6% в год, соответственно. С 2017 года продолжается снижение популярности Одноклассников: 42% в марте 2017, 31% в марте 2020, 30% в апреле 2021. Популярность Facebook, Twitter и Mail.ru остается практически неизменной на уровне 4-5% россиян.

Какие «социальные сети» вы посещаете?

в %% опрошенных

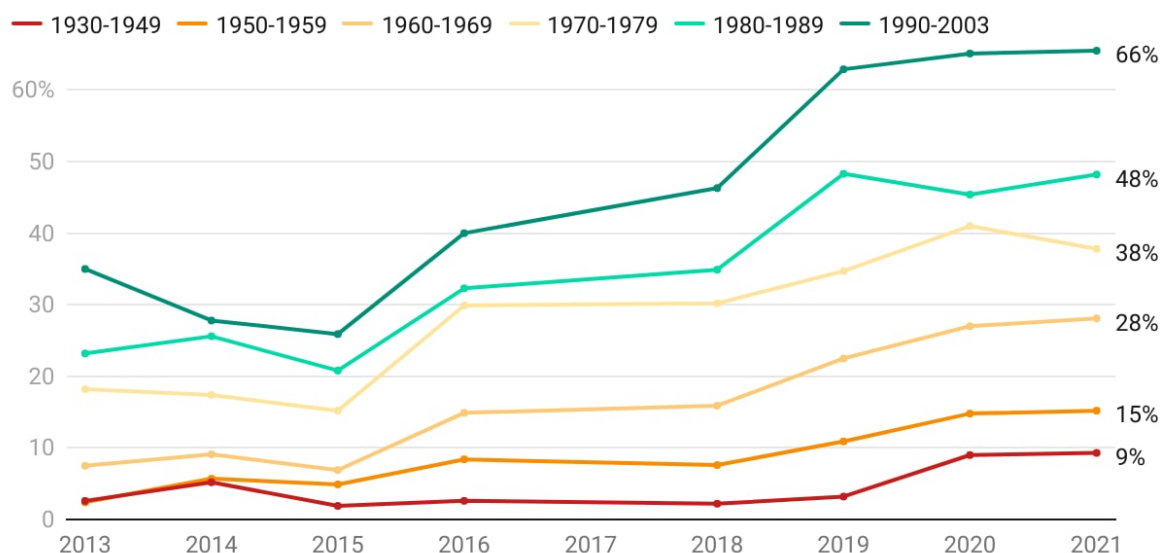


Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом
Создано с помощью Datawrapper

Взрывной рост популярности социальных сетей как источника новостной информации, наблюдавшийся с 2018 до 2020 года, сменился более медленным приростом аудитории за последний года.

Социальные сети как основной источник новостей

в %% опрошенных по возрастным когортам



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

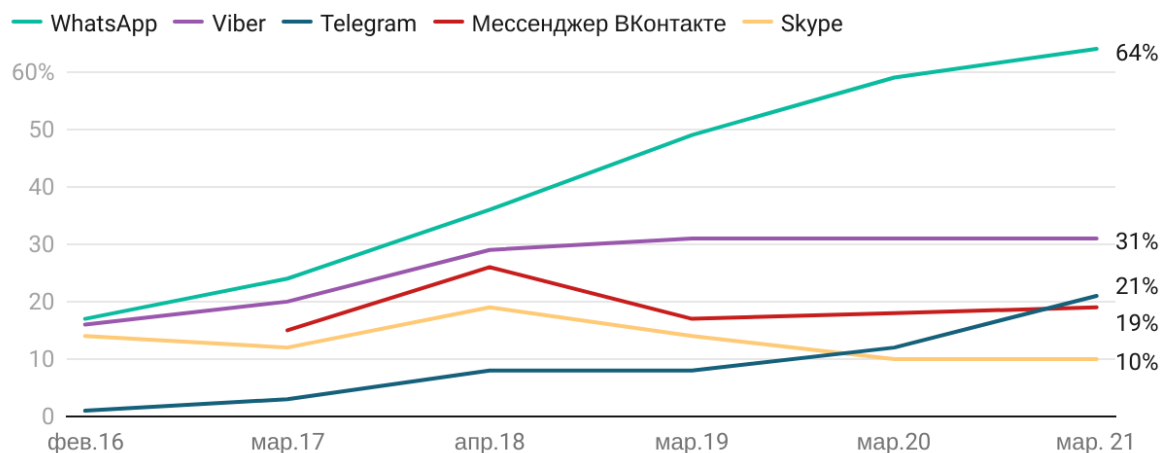
Created with Datawrapper

Мессенджеры

Продолжает снижаться доля тех, кто не использует мессенджеры для общения. На первом и втором месте по популярности остаются WhatsApp и Viber (64% и 31%). На третьем месте Telegram, его используют 21% респондентов; за минувший год аудитория этого мессенджера практически удвоилась.

Пользуетесь ли вы приложениями для мобильных телефонов для звонков и обмена сообщениями? Если да, то какими?

в %% опрошенных



Левада-Центр, @levada_center, принудительно признан иноагентом

Created with Datawrapper

Пользуетесь ли вы приложениями для мобильных телефонов для звонков и обмена сообщениями? Если да, то какими? (в %% опрошенных)

	фев.16	мар.17	апр.18	мар.19	мар.20	мар. 21
WhatsApp	17	24	36	49	59	64
Viber	16	20	29	31	31	31
Telegram	1	3	8	8	12	21
Мессенджер ВКонтакте	--	15	26	17	18	19
Skype	14	12	19	14	10	10
Мессенджер Facebook	2	3	5	3	2	3
iMessage / FaceTime	2	3	1	2	2	2
Другие	2	2	3	2	2	4
Не пользуюсь приложениями для мобильных телефонов для звонков и обмена сообщениями	65	52	43	37	29	27
Затруднились ответить	4	5	1	1	2	1

Использование интернет-сервисов

Продолжает увеличиваться число пользователей интернет-сервисов. Растет использование мобильного банка, онлайн-магазинов и сервисов доставки еды. Сильнее всего с прошлого года увеличилась доля респондентов, которые хотя бы время от времени используют мобильный банк, совершают покупки в интернет-магазинах и аптеках, а также заказывают на дом еду.

Используете ли вы интернет или мобильные приложения хотя бы время от времени для следующих целей? (В %% опрошенных)

	мар.19	мар.20	мар.21
Мобильный банк	46	51	58
Заказ такси	28	42	41
Навигационные карты	25	28	29
Покупки в онлайн-магазинах	21	23	27
Заказ и доставка еды	15	17	21
Покупка билетов	15	18	17
Обучающие интернет-сервисы	10	10	12
Покупки в онлайн-аптеках	--	9	12
Ничего из перечисленного	40	34	31