



# АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В 2022 ГОДУ

MEDIASCOPE

НАТАЛЬЯ БОРОЗДИНА

РУКОВОДИТЕЛЬ СЕКТОРА ПОДДЕРЖКИ  
КЛИЕНТОВ СЕГМЕНТА DIGITAL

# СОВОКУПНАЯ АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В 2022 ГОДУ

▼ ОХВАТ В МЕСЯЦ

98.6

МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК

81%

НАСЕЛЕНИЯ

▼ ОХВАТ В СУТКИ

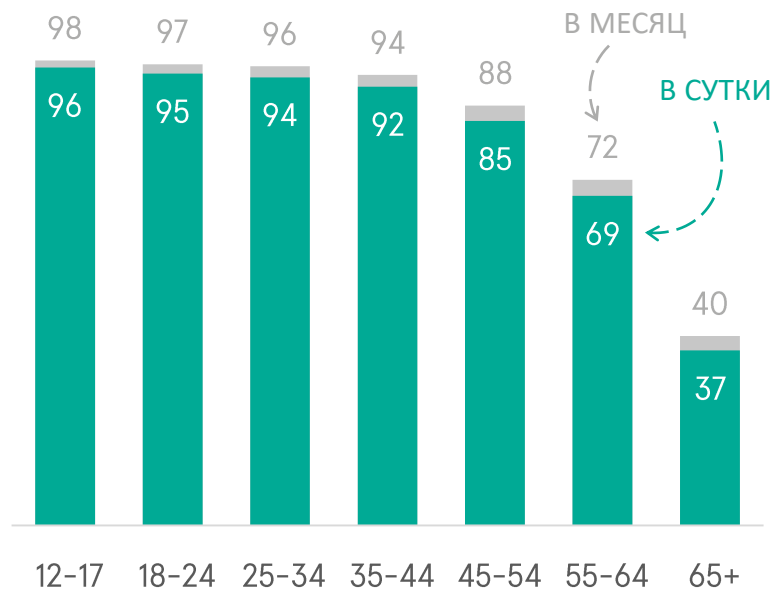
95.3

МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК

78%

НАСЕЛЕНИЯ

▼ ОХВАТ ПО ВОЗРАСТАМ, % НАСЕЛЕНИЯ



**81% НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ (12+) ИСПОЛЬЗУЮТ ИНТЕРНЕТ ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ.**

**ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЗАХОДЯТ В ИНТЕРНЕТ ЕЖЕДНЕВНО.**

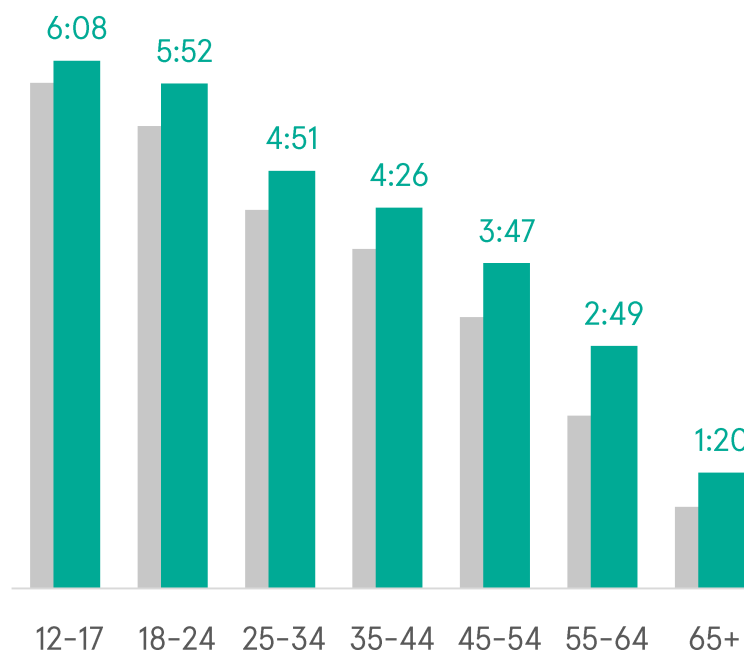
**В МЛАДШИХ ГРУППАХ АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА ВЫШЕ И СОСТАВЛЯЕТ ПРАКТИЧЕСКИ 100% НАСЕЛЕНИЯ.**

# ВРЕМЯ В ИНТЕРНЕТЕ

▼ ДИНАМИКА ВРЕМЕНИ ПО МЕСЯЦАМ



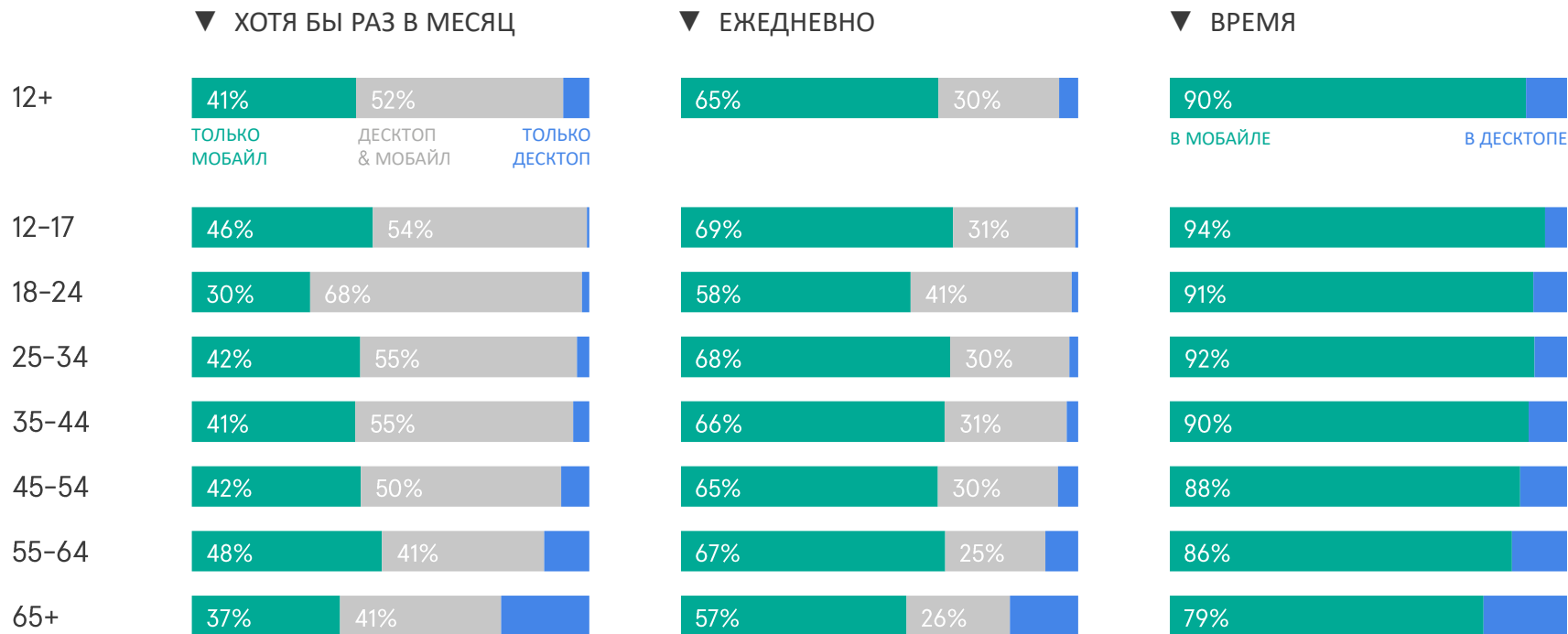
▼ ПО ВОЗРАСТАМ (2 ПОЛУГОДИЕ 2022 VS 2021)



СРЕДНИЙ РОССИЯНИН (С УЧЕТОМ ТЕХ, КТО НЕ ПОЛЬЗУЕТСЯ ИНТЕРНЕТОМ) ПРОВОДИТ В СЕТИ **ОКОЛО 4 ЧАСОВ В ДЕНЬ**. В ЛЕТНИЕ МЕСЯЦЫ ПОКАЗАТЕЛЬ НИЖЕ, В ЗИМНИЕ – ВЫШЕ.

КРОМЕ ТОГО, НАБЛЮДАЕТСЯ РОСТ **ВРЕМЕНИ В ИНТЕРНЕТЕ** ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ГОДОМ. НАИБОЛЕЕ ЗАМЕТНЫЙ РОСТ – В СТАРШИХ ГРУППАХ, ПОСКОЛЬКУ МОЛОДЫЕ ЛЮДИ И РАНЕЕ ПРОВОДИЛИ ОНЛАЙН ОКОЛО 6 ЧАСОВ.

# УСТРОЙСТВА ДЛЯ ВЫХОДА В ИНТЕРНЕТ



ЗАХОДЯТ В ИНТЕРНЕТ  
С МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ  
(СМАРТФОНЫ И ПЛАНШЕТЫ)

ЗАХОДЯТ В ИНТЕРНЕТ  
С ДЕСКТОПНЫХ УСТРОЙСТВ  
(КОМПЬЮТЕРЫ И НОУТБУКИ)

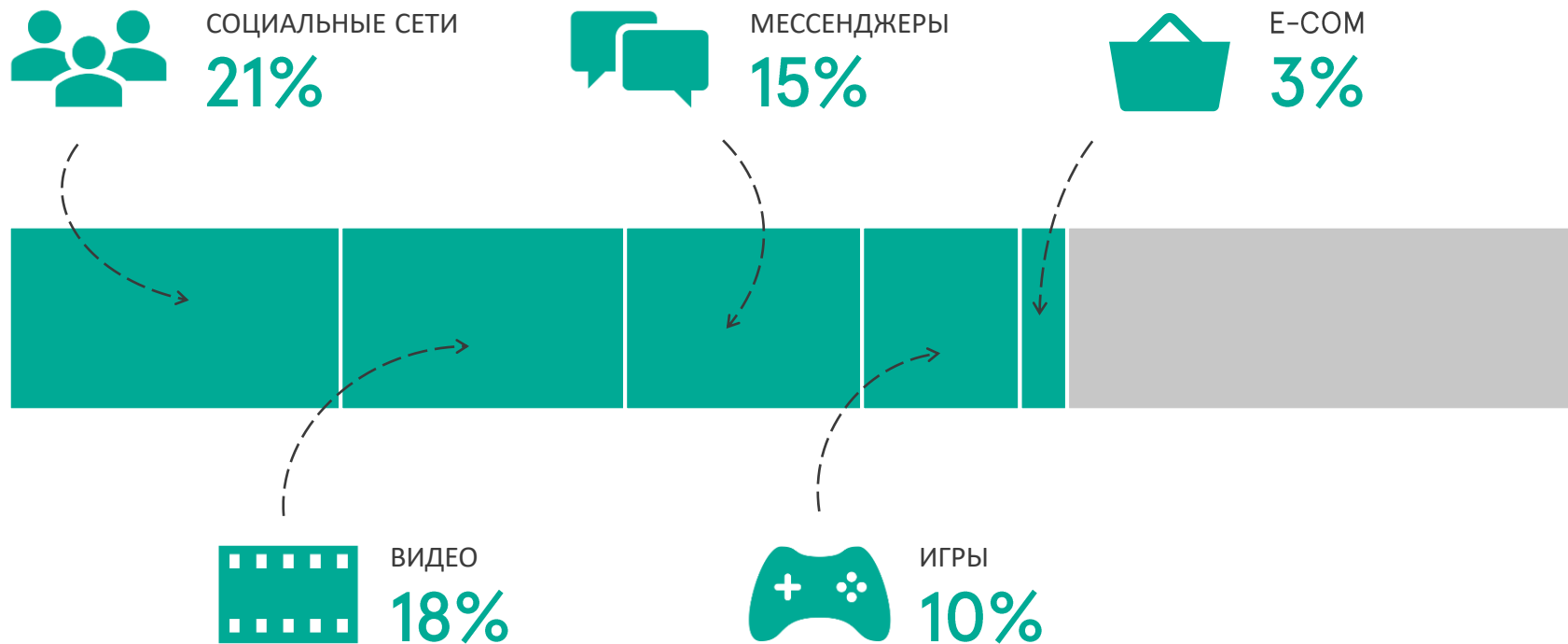


**МОБАЙЛ – ОСНОВНОЙ ЭКРАН ДЛЯ ВЫХОДА В ИНТЕРНЕТ. НА МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА ПРИХОДИТСЯ 90% ВСЕГО ДИДЖИТАЛ ПОТРЕБЛЕНИЯ.**

ПРИ ЭТОМ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПРОДОЛЖАЮТ ВЫХОДИТЬ В ИНТЕРНЕТ И С ДЕСКТОПА: ХОТЯ БЫ ИНОГДА ЭТО ДЕЛАЮТ 59% АУДИТОРИИ, ЕЖЕДНЕВНО – 35% АУДИТОРИИ ИНТЕРНЕТА.

БОЛЬШЕ ВСЕГО ЭКСКЛЮЗИВНОЙ АУДИТОРИИ ДЕСКТОПА – В СТАРШИХ ГРУППАХ.

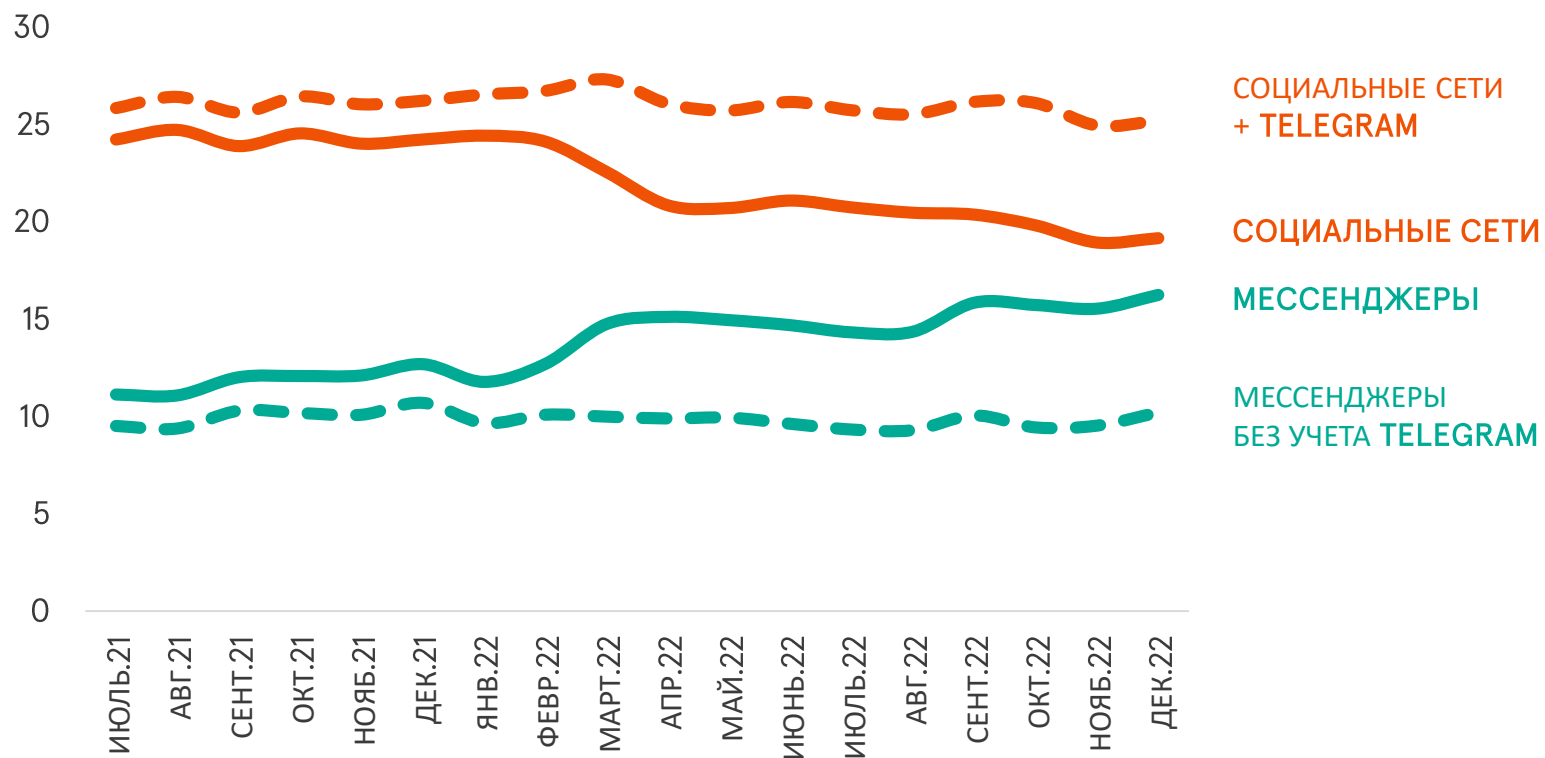
# КРУПНЕЙШИЕ ВИДЫ АКТИВНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ



ДВЕ ТРЕТИ ВРЕМЕНИ, КОТОРОЕ РОССИЯНЕ ПРОВЕЛИ В ИНТЕРНЕТЕ, ПРИШЛОСЬ НА 5 КРУПНЕЙШИХ ВИДОВ АКТИВНОСТИ.

# СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ

▼ ДОЛЯ В ИНТЕРНЕТ-ПОТРЕБЛЕНИИ

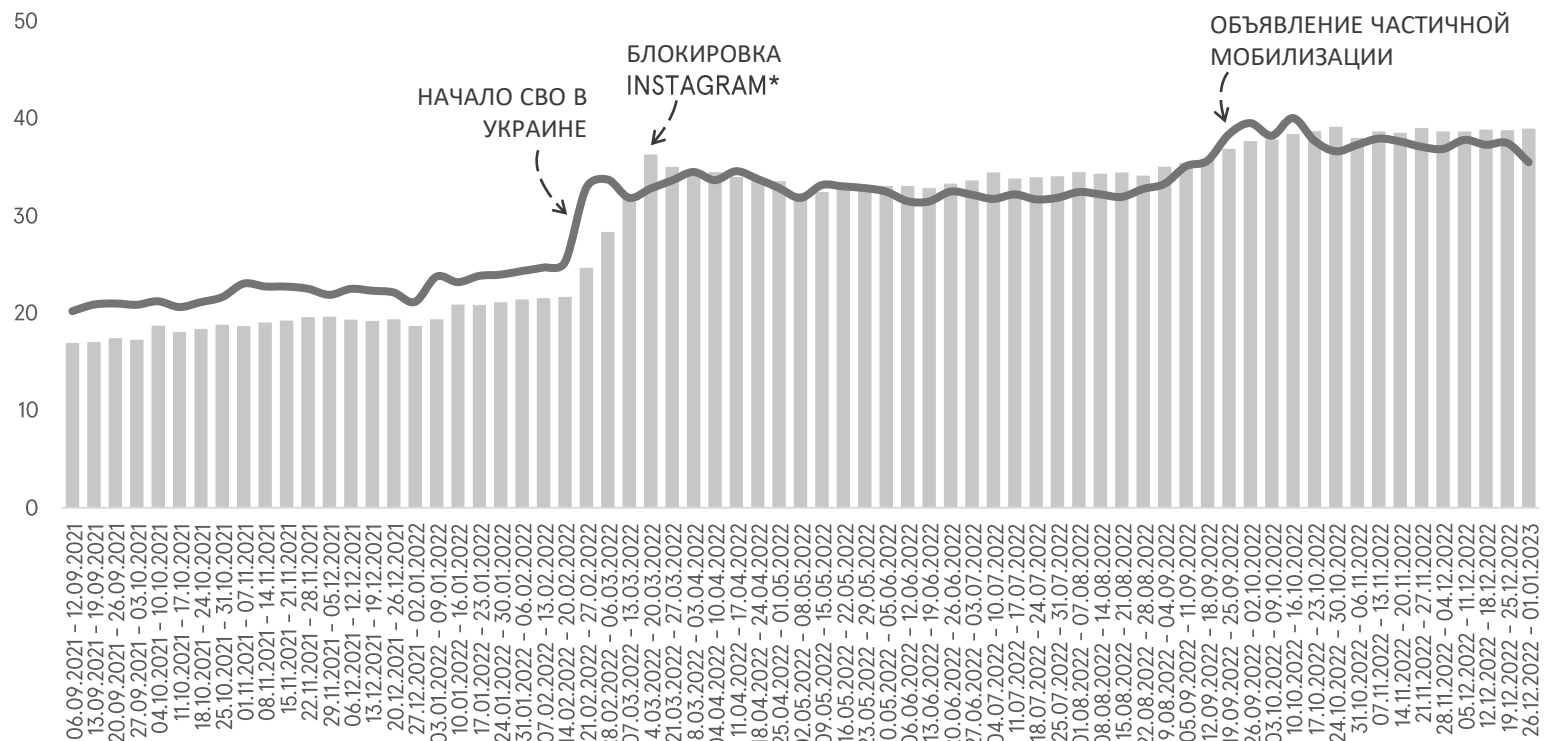


ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛИ АУДИТОРИИ МЕЖДУ СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ И МЕССЕНДЖЕРАМИ СВЯЗАНО НЕ С СОКРАЩЕНИЕМ ОДНОЙ АКТИВНОСТИ И РОСТОМ ДРУГОЙ, А С ПЕРЕКЕКАНИЕМ МЕЖДУ ПЛОЩАДКАМИ И ГИБРИДНЫМ ФОРМАТОМ TELEGRAM.

БЛОКИРОВКА ЧАСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ ПРИВЕЛА К ОТТОКУ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С ЭТИХ ПЛОЩАДОК. ЭТО СТАЛО ОДНИМ ИЗ ДРАЙВЕРОВ РОСТА МЕССЕНДЖЕРА TELEGRAM, КОТОРЫЙ ТАКЖЕ ВЫПОЛНЯЕТ ФУНКЦИЮ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ.

# TELEGRAM

## ▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ И ВРЕМЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ TELEGRAM ПО НЕДЕЛЯМ

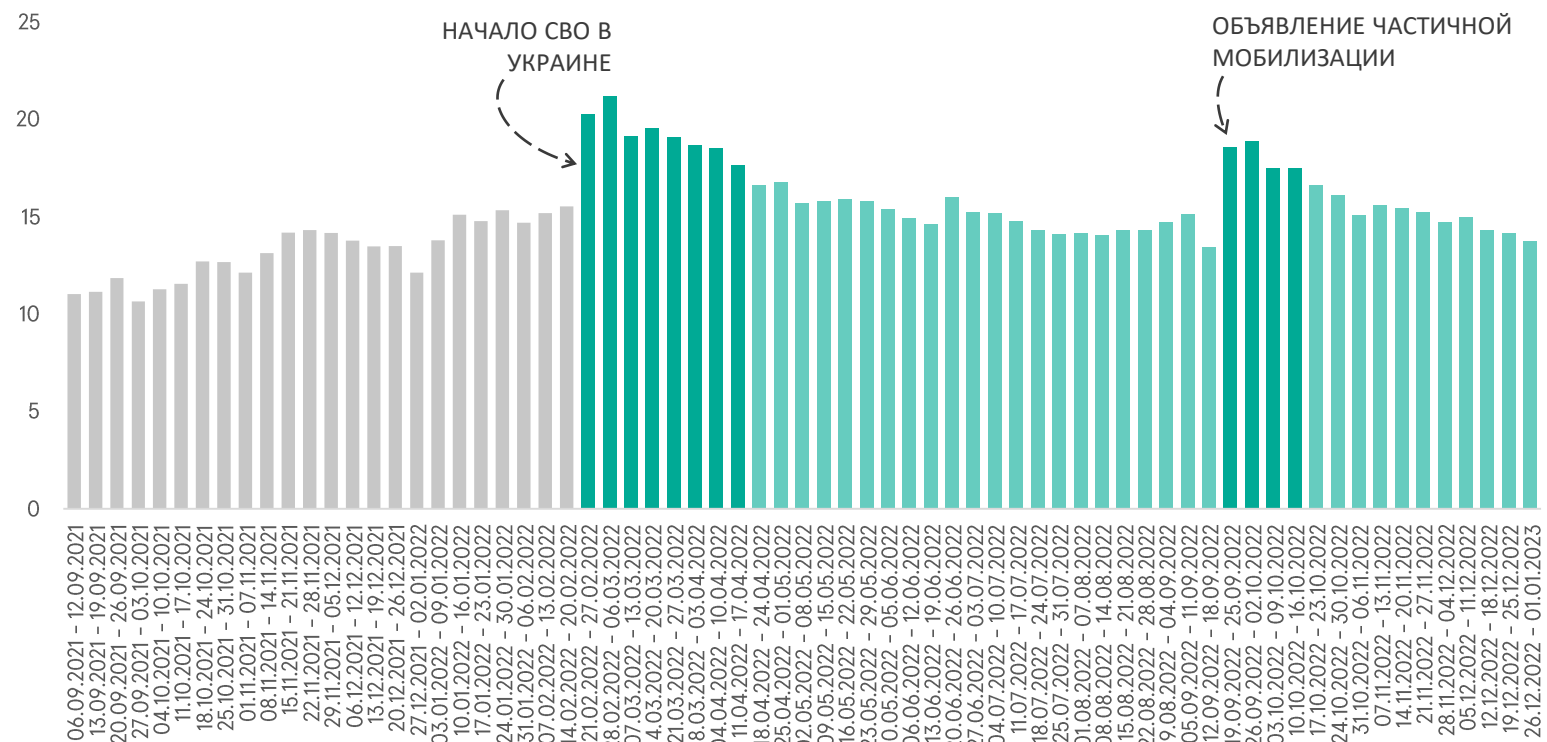


ПЕРВОЙ ТОЧКОЙ РОСТА TELEGRAM СТАЛО ОБЪЯВЛЕНИЕ О НАЧАЛЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ОПЕРАЦИИ В УКРАИНЕ – В ЭТОТ ПЕРИОД ЗНАЧИМО ВЫРОСЛО ВРЕМЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛОЩАДКИ ЗА СЧЕТ ЧТЕНИЯ НОВОСТЕЙ В TELEGRAM-КАНАЛАХ. АНАЛОГИЧНО ВРЕМЯ ВЫРОСЛО И ПОСЛЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ ЧАСТИЧНОЙ МОБИЛИЗАЦИИ.

ПИК РОСТА КОЛИЧЕСТВА ПОСЕТИТЕЛЕЙ ПРИШЕЛСЯ НА МОМЕНТ БЛОКИРОВКИ ПОПУЛЯРНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM\* И СВЯЗАН С ПЕРЕТЕКАНИЕМ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ. ОХВАТ TELEGRAM ПРОДОЛЖАЕТ ПОСТЕПЕННО УВЕЛИЧИВАТЬСЯ ПРАКТИЧЕСКИ В ТЕЧЕНИЕ ВСЕГО ГОДА.

# НОВОСТНЫЕ РЕСУРСЫ

▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ НОВОСТНЫХ РЕСУРСОВ, % НАСЕЛЕНИЯ



НЕМАЛАЯ ЧАСТЬ ПОТРЕБЛЕНИЯ НОВОСТНОГО КОНТЕНТА В ИНТЕРНЕТЕ ПРИХОДИТСЯ НЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПЛОЩАДКИ, А НА СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, TELEGRAM, ВИДЕОРЕСУРСЫ И Т.Д.

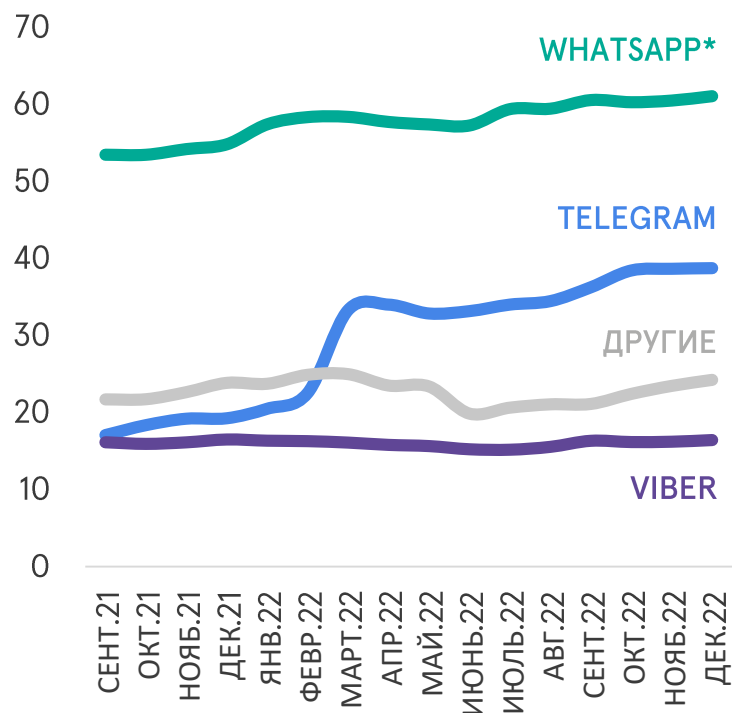
ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, НОВОСТНЫЕ РЕСУРСЫ ТАКЖЕ ПОКАЗЫВАЮТ ЗНАЧИМЫЙ РОСТ В 2022 ГОДУ.

НАИБОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ НАБЛЮДАЛОСЬ В ПЕРИОДЫ ОБЪЯВЛЕНИЯ СВО И ЧАСТИЧНОЙ МОБИЛИЗАЦИИ. В ОСТАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ПОКАЗАТЕЛИ ТАКЖЕ ОСТАЮТСЯ ВЫШЕ, ЧЕМ РАНЕЕ.

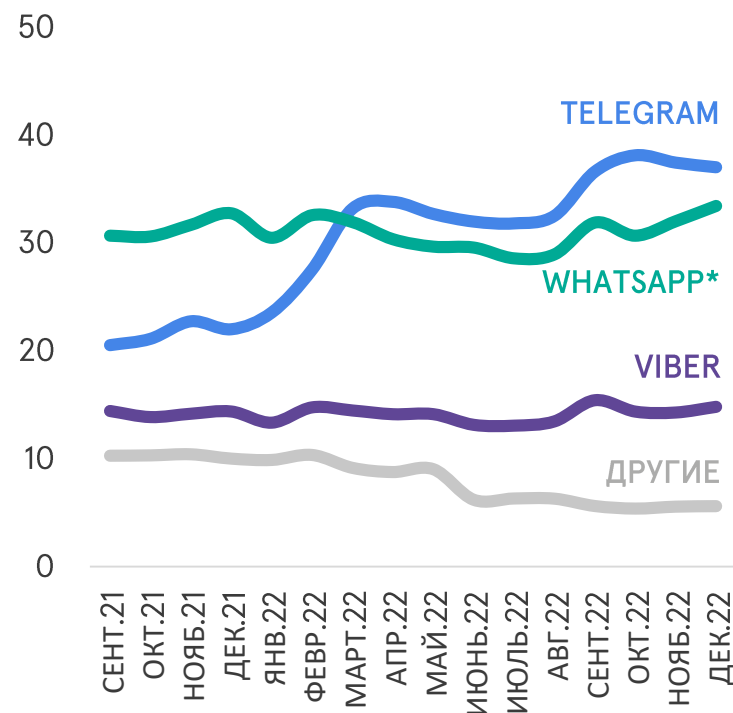


# МЕССЕНДЖЕРЫ

▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ



▼ ВРЕМЯ СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, МИН



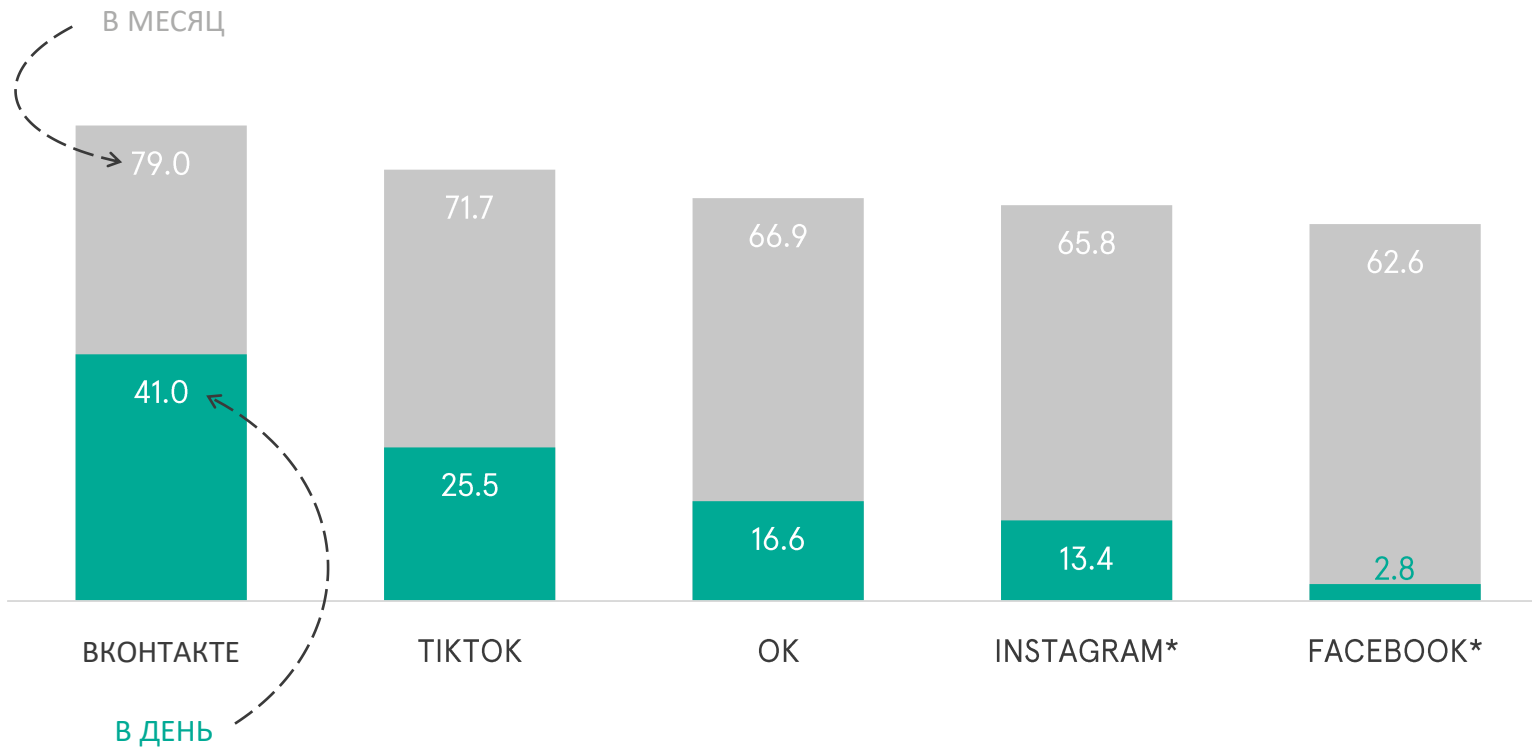
ДИНАМИКА TELEGRAM, ЗА СЧЕТ ЕГО ГИБРИДНОГО ФОРМАТА, ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ДИНАМИКИ ДРУГИХ МЕССЕНДЖЕРОВ.

ВРЕМЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛОЩАДКИ СЕЙЧАС СОСТАВЛЯЕТ ПОЧТИ 40 МИНУТ В ДЕНЬ – ВЫШЕ, ЧЕМ У WHATSAPP И МНОГИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.

ЗНАЧИМАЯ ЧАСТЬ ВРЕМЕНИ, КОТОРОЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПРОВОДЯТ НА ПЛОЩАДКЕ, ПРИХОДИТСЯ НА ЧТЕНИЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ (СМ. СТР. 17).

# КРУПНЕЙШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

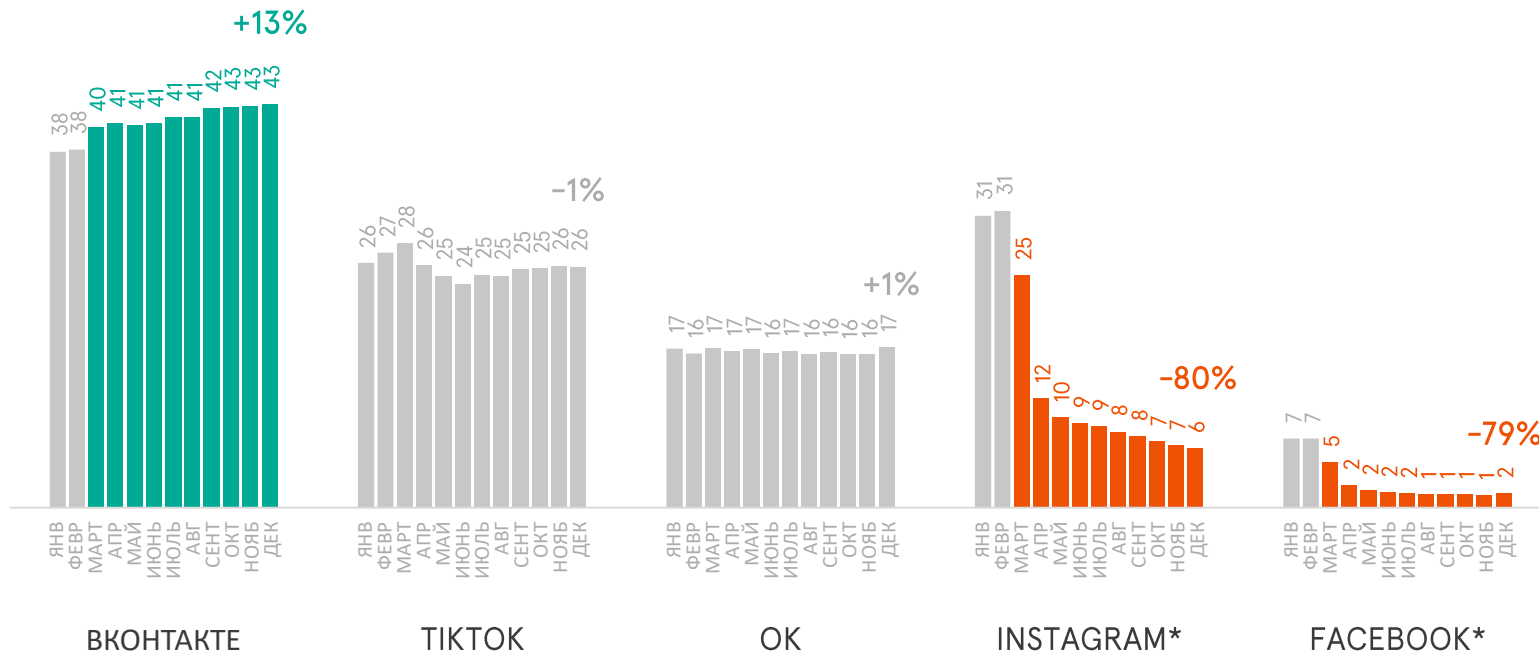
▼ ОХВАТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В 2022 ГОДУ, % НАСЕЛЕНИЯ



КРУПНЕЙШАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ  
В РОССИИ – ВКОНТАКТЕ, В НЕЕ ЗАХОДЯТ  
80% НАСЕЛЕНИЯ ХОТЯ БЫ РАЗ В МЕСЯЦ И 40%  
НАСЕЛЕНИЯ – ЕЖЕДНЕВНО.

# ДИНАМИКА

▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПО МЕСЯЦАМ, % НАСЕЛЕНИЯ



**ВКонтакте** продолжает увеличивать аудиторию, в том числе за счет перетекания из заблокированных социальных сетей.

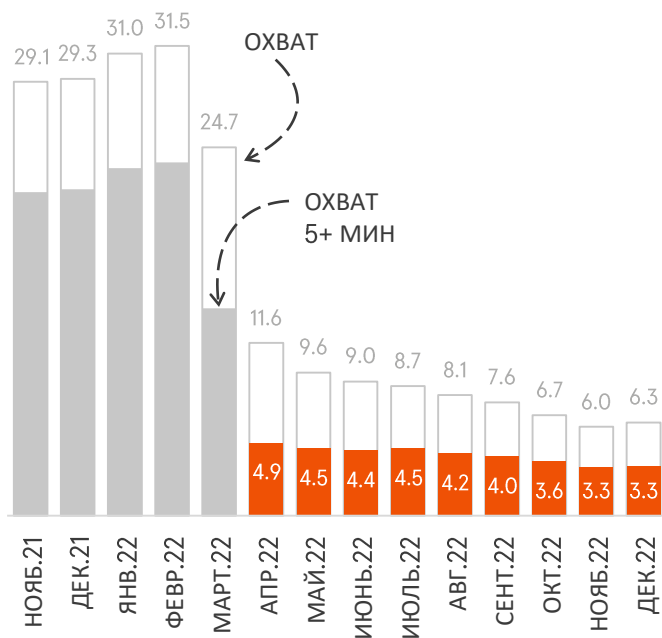
**ТикТок** и **Одноклассники** относительно стабильны в 2022 году.

**Instagram\*** и **Facebook\*** значительно сократили количество ежедневных посетителей после блокировки.

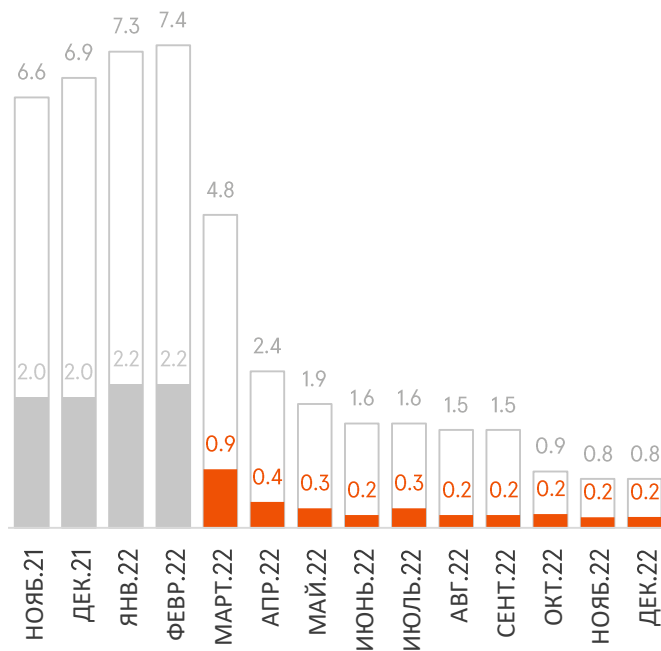
# ЗАБЛОКИРОВАННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ ПРИЛОЖЕНИЙ С УЧЕТОМ ДЛИТЕЛЬНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, % НАСЕЛЕНИЯ

## ▼ INSTAGRAM\*



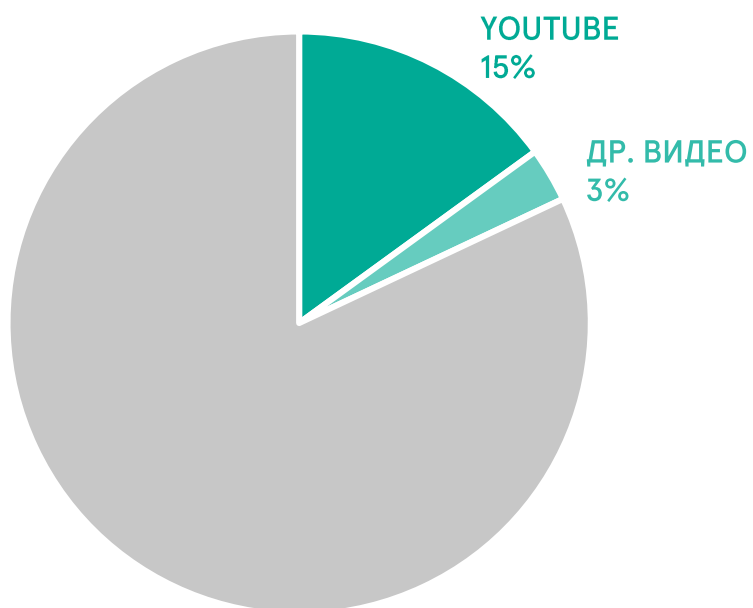
## ▼ FACEBOOK\*



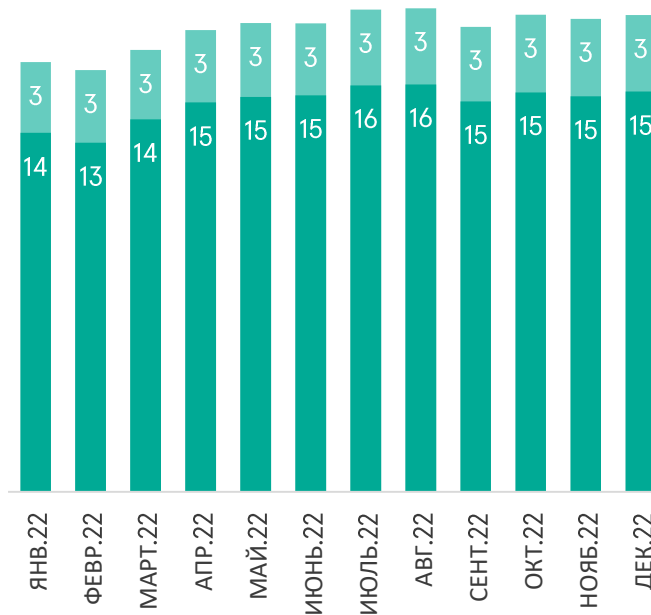
ПОМИМО ОБЩЕГО СОКРАЩЕНИЯ ОХВАТА, У ЗАБЛОКИРОВАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ИЗМЕНИЛАСЬ И ДЛИТЕЛЬНОСТЬ СЕССИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ – УВЕЛИЧИЛАСЬ ДОЛЯ КОРОТКИХ СЕССИЙ (МЕНЬШЕ 5 МИНУТ). ВЕРОЯТНО, ЭТО СВЯЗАНО С ТЕМ, ЧТО ЧАСТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОТКРЫВАЮТ ПРИЛОЖЕНИЯ, НО НЕ МОГУТ ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С КОНТЕНТОМ. ПРИ РАСЧЕТЕ БЕЗ УЧЕТА КОРОТКИХ СЕССИЙ ОХВАТ INSTAGRAM\* СОСТАВЛЯЕТ 3%, FACEBOOK\* – 0.2%.

# ВИДЕОСЕРВИСЫ

▼ ДОЛЯ ВИДЕО В ИНТЕРНЕТ-ПОТРЕБЛЕНИИ



▼ ДИНАМИКА ДОЛИ ВИДЕО, % ВРЕМЕНИ

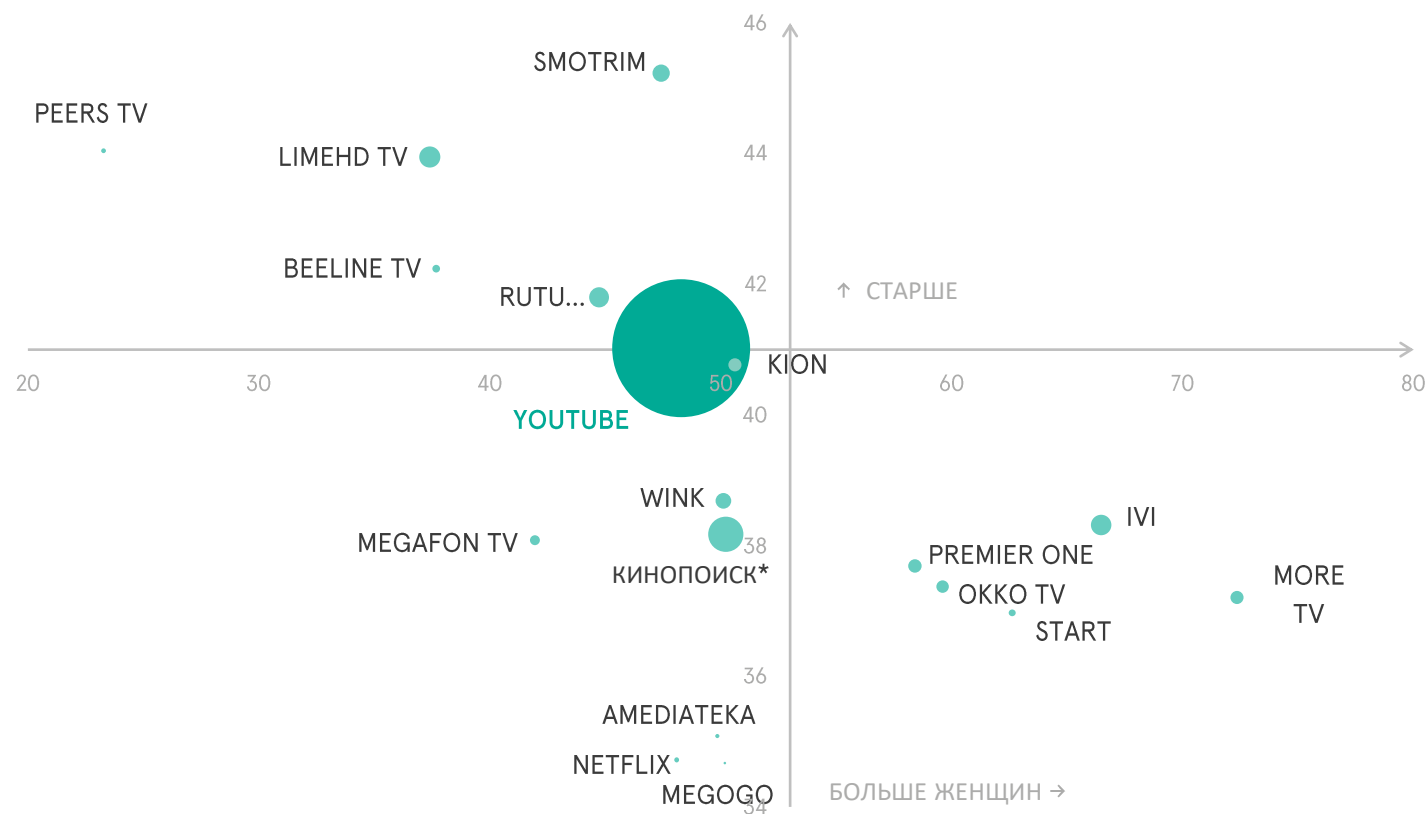


ВИДЕО – ОДНА ИЗ НАИБОЛЕЕ ЗНАЧИМЫХ АКТИВНОСТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ. ПРИ ЭТОМ БОЛЕЕ 80% ЭТОЙ АКТИВНОСТИ В ДЕСКТОПЕ И МОБАЙЛЕ ПРИХОДИТСЯ НА YOUTUBE.

YOUTUBE – НЕ ТОЛЬКО САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ВИДЕОРЕСУРС, НО И ОДИН ИЗ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ РЕСУРСОВ В РОССИЙСКОМ ИНТЕРНЕТЕ В ЦЕЛОМ (КАК ПО ОХВАТУ, ТАК И ПО ВРЕМЕНИ ПОТРЕБЛЕНИЯ). НА ПЛОЩАДКУ ПРИХОДИТСЯ 15% ВРЕМЕНИ, КОТОРОЕ ПРОВОДИТ В ИНТЕРНЕТЕ СРЕДНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ.

# ВИДЕОСЕРВИСЫ

▼ СТРУКТУРА АУДИТОРИИ (→ ПОЛ ↑ ВОЗРАСТ)



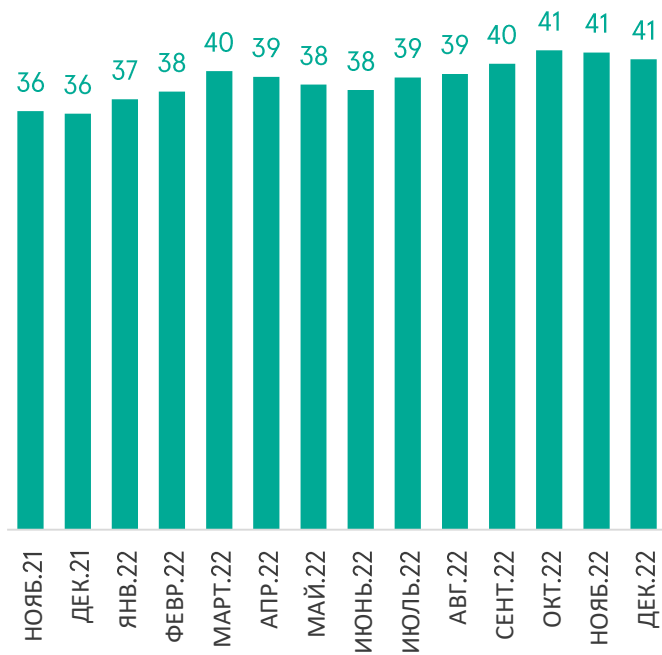
**YOUTUBE** – КРУПНЕЙШИЙ И НАИБОЛЕЕ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ВИДЕОРЕСУРС.

ДРУГИЕ ВИДЕОСЕРВИСЫ ОТЛИЧАЮТСЯ ПО НАЗНАЧЕНИЮ И АУДИТОРИИ И СКОНЦЕНТРИРОВАНЫ НА РАЗНЫХ НИШАХ (КИНОТЕАТРЫ С КОНТЕНТОМ ПО ЗАПРОСУ, СЕРВИСЫ ПРОСМОТРА ЛИНЕЙНОГО ТВ, АГРЕГАТОРЫ), А КРОМЕ ТОГО ИМЕЮТ СПЕЦИФИКУ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НА РАЗНЫХ ПЛАТФОРМАХ И ПОДХОДЫ К ОРИГИНАЛЬНОМУ КОНТЕНТУ. СПЕЦИФИКА КАЖДОГО ИЗ СЕРВИСОВ ТРЕБУЕТ ОТДЕЛЬНОГО ФОКУСА ВНИМАНИЯ В АНАЛИЗЕ.

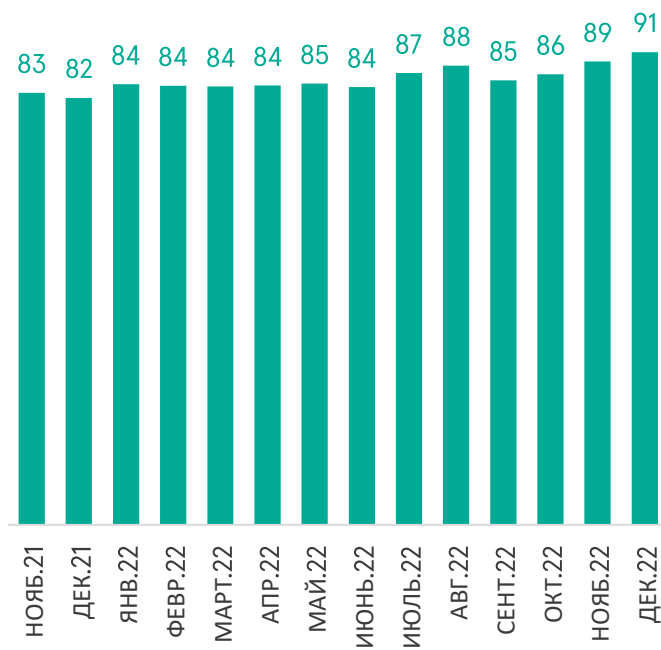
ДАЛЕЕ БУДЕТ ПОДРОБНЕЕ РАССМОТРЕН YOUTUBE КАК КРУПНЕЙШАЯ ПЛОЩАДКА, НА КОТОРОЙ СКОНЦЕНТРИРОВАНА ПОДАВЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ВИДЕОПРОСМОТРА НА СМАРТФОНАХ И ДЕСКТОПАХ.

# YOUTUBE

▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ



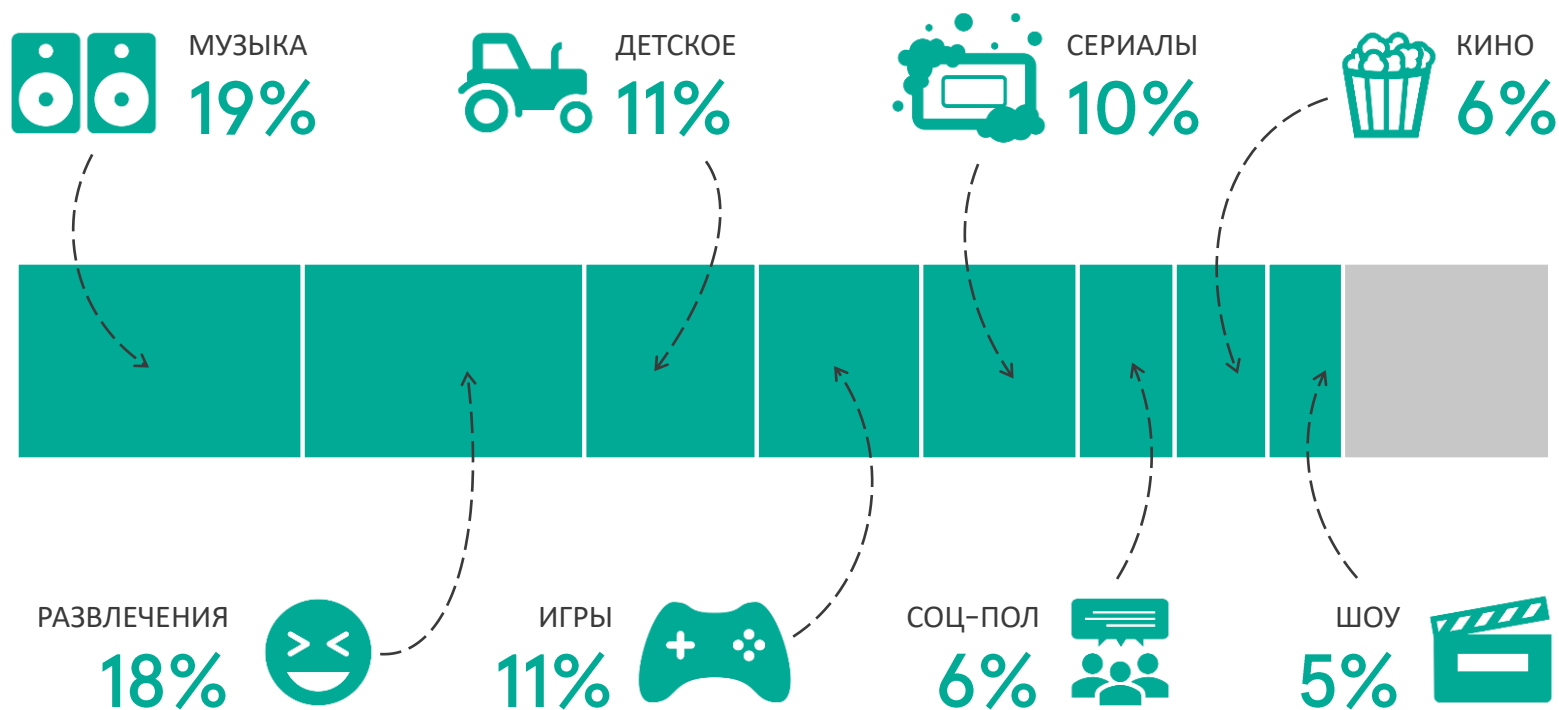
▼ ВРЕМЯ СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, МИН



НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО YOUTUBE – УЖЕ ОДНА ИЗ КРУПНЕЙШИХ ПЛОЩАДОК, ЕГО ПОКАЗАТЕЛИ ПРОДОЛЖАЮТ НЕМНОГО УВЕЛИЧИВАТЬСЯ.

СЕЙЧАС НА YOUTUBE ЗАХОДЯТ ПОРЯДКА 40% НАСЕЛЕНИЯ В ДЕНЬ И ПРОВОДЯТ НА ПЛОЩАДКЕ ОКОЛО ПОЛУТОРА ЧАСОВ.

# ПОИСК В YOUTUBE



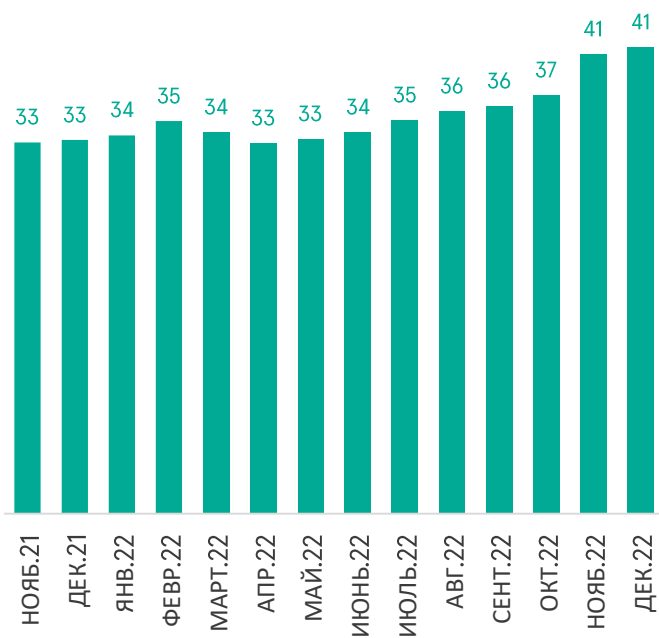
ИСХОДЯ ИЗ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ДЕЛАЮТ НА YOUTUBE, ЭТОТ ВИДЕОРЕСУРС ВЫПОЛНЯЕТ В ОСНОВНОМ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНУЮ ФУНКЦИЮ.

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ ТАКЖЕ ВХОДИТ В ТОП ИНТЕРЕСОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ОСОБЕННО В МЕСЯЦЫ С ОСТРОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКОЙ (СМ. СТР. 28), НО ЕГО ДОЛЯ ДАЖЕ В ЭТО ВРЕМЯ НЕ ПРЕВЫШАЕТ 10% ПОИСКА КОНТЕНТА НА ПЛОЩАДКЕ.

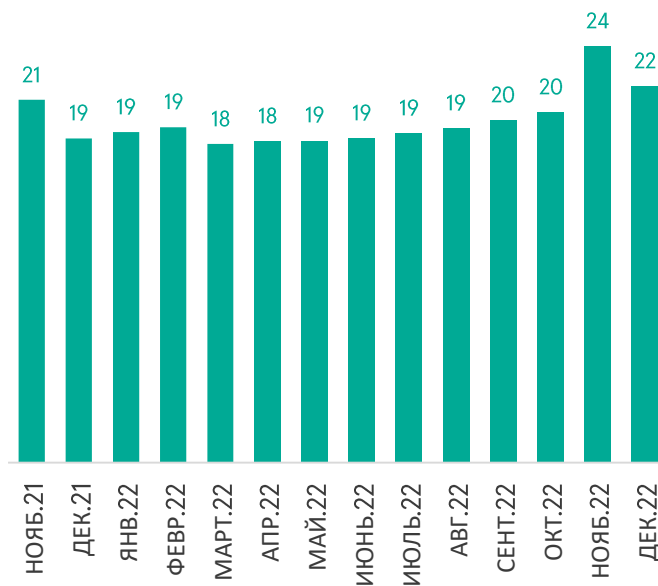


# Е-СОМ ПЛОЩАДКИ

▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ



▼ ВРЕМЯ СРЕДИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, МИН

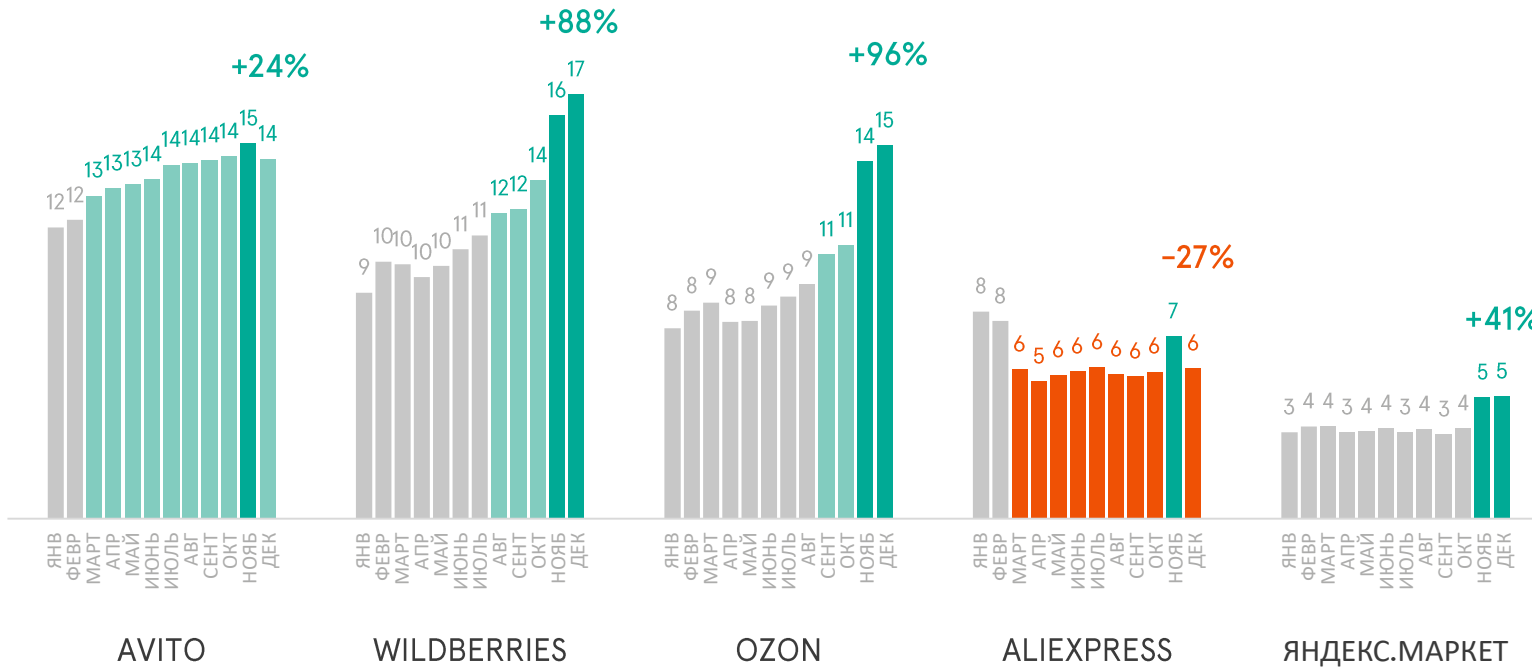


У Е-СОМ ПЛОЩАДОК УВЕЛИЧИВАЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, НО И ВРЕМЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ.

ПОСЕЩЕНИЕ РАЗЛИЧНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ СТАНОВИТСЯ МЕДИЙНОЙ АКТИВНОСТЬЮ И СПОСОБОМ ПРОВЕДЕНИЯ ВРЕМЕНИ.

# МАРКЕТПЛЕЙСЫ

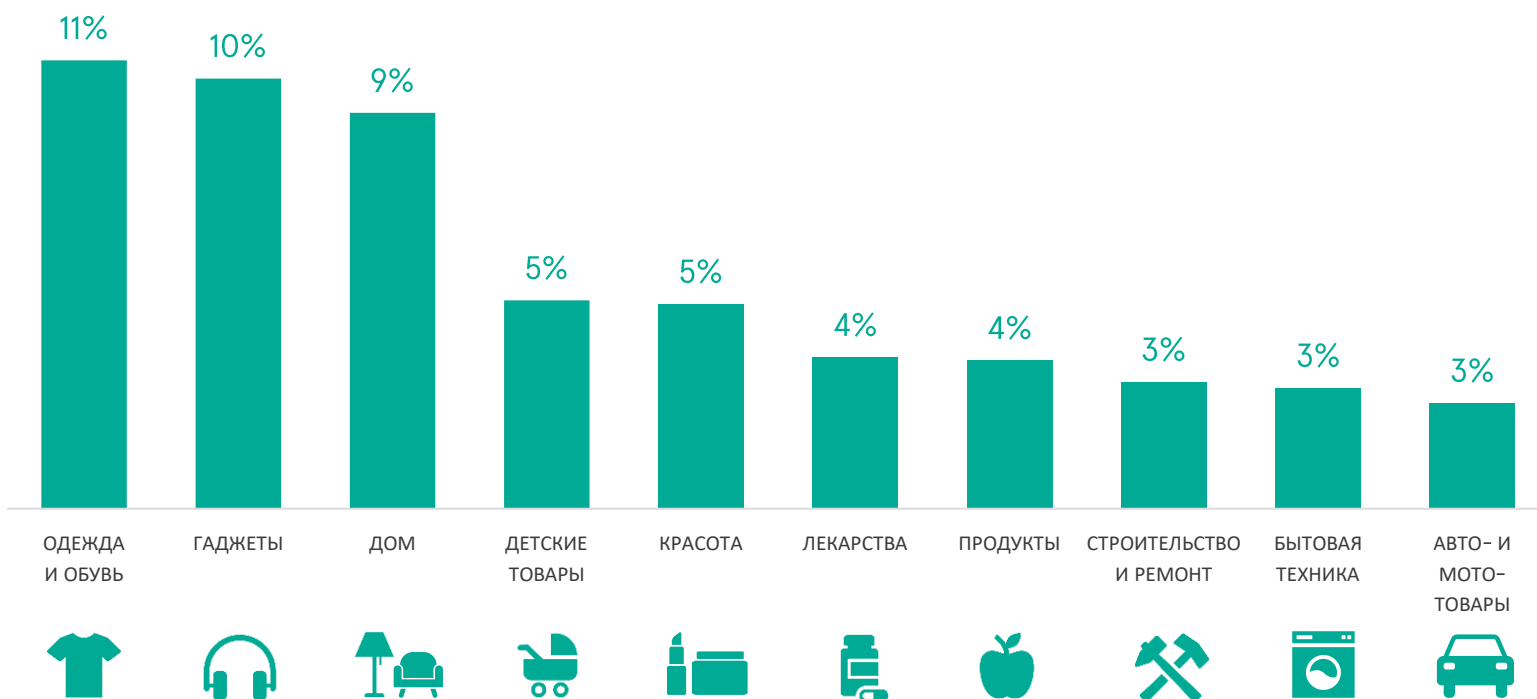
▼ СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И КЛАССИФАЙДОВ ПО МЕСЯЦАМ, % НАСЕЛЕНИЯ



СРЕДИ ВСЕХ E-COM ПЛОЩАДОК НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫ МАРКЕТПЛЕЙСЫ И КЛАССИФАЙДЫ. ИХ АУДИТОРИЯ ЗНАЧИМО УВЕЛИЧИЛАСЬ В 2022 ГОДУ, В ТОМ ЧИСЛЕ ЗА СЧЕТ УХОДА ЧАСТИ ПРОФИЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ С РОССИЙСКОГО РЫНКА.

# ПОИСК В E-COM

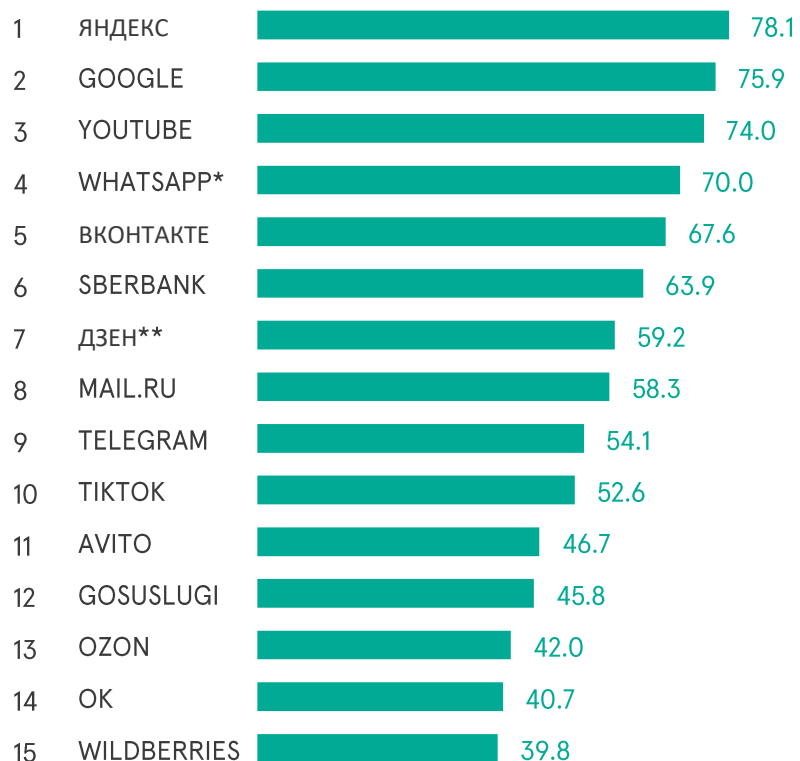
## ▼ КАТЕГОРИИ ПОИСКА В E-COM, % ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ



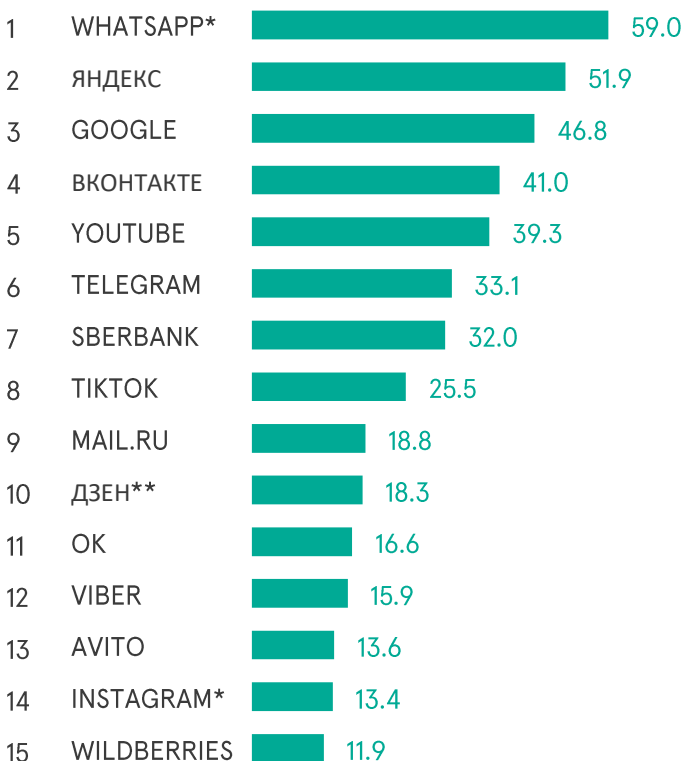
ДЛЯ ОЦЕНКИ ИНТЕРЕСА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ К РАЗЛИЧНЫМ ТИПАМ ТОВАРОВ МЫ АНАЛИЗИРУЕМ ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ, КОТОРЫЕ ЛЮДИ ДЕЛАЮТ НА САЙТАХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ И ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ. НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ ПОИСКА – ОДЕЖДА И ОБУВЬ, ГАДЖЕТЫ, ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА.

# ТОП РЕСУРСОВ В 2022 ГОДУ

## ▼ ПО ОХВАТУ ЗА МЕСЯЦ



## ▼ ПО СУТОЧНОМУ ОХВАТУ



КРУПНЕЙШИЕ ПЛОЩАДКИ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОСЕТИТЕЛЕЙ – ЯНДЕКС, GOOGLE, YOUTUBE, МЕССЕНДЖЕР WHATSAPP (#1 ПО СУТОЧНОМУ ОХВАТУ) И СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ ВКОНТАКТЕ. ТОП-5 ОСТАВАЛСЯ НЕИЗМЕННЫМ В ТЕЧЕНИЕ ГОДА.

СОКРАТИЛИ ПОЗИЦИИ И ВЫШЛИ ИЗ ТОПОВ К СЕРЕДИНЕ ГОДА ЗАБЛОКИРОВАННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ INSTAGRAM\* И FACEBOOK\*. НА ЭТОМ ФОНЕ, А ТАКЖЕ ЗА СЧЕТ РОСТА ИНТЕРЕСА К НОВОСТЯМ УВЕЛИЧИЛ ПОЗИЦИИ МЕССЕНДЖЕР TELEGRAM.

ЗАМЕТНО УСИЛИЛИСЬ МАРКЕТПЛЕЙСЫ OZON И WILDBERRIES.

ТАКЖЕ В ТОП ПОПАЛА НОВАЯ ПЛОЩАДКА ДЗЕН, ОБЪЕДИНИВШАЯ В СЕБЕ БЫВШИЕ РЕСУРСЫ ЯНДЕКС.НОВОСТИ И ЯНДЕКС.ДЗЕН, ПЕРЕШЕДШИЕ ХОЛДИНГУ VK.

**СПАСИБО!**

**NATALIA.BOROZDINA@MEDIASCOPE.NET**