Я.Н. Засурский, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой зарубежной журналистики и литературы, президент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

КОЛОНКА РЕДАКТОРА: ТРУДНЫЕ ИТОГИ КРИЗИСНОГО 2009 года

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям обнародовало отраслевой доклад “Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития”. Под общей редакцией Д.М. Чистова, К.Р. Казарьяна. Авторский коллектив П.А. Лебедев, Л.Н. Паутина, В.М. Барабанов, А.С. Худолей, А.А. Макарова, А.Н. Сидоренко. Материалы доклада позволяют составить представление о современном состоянии не только Интернета, но и всей медийной отрасли в условиях кризиса — по данным этого исследования в 2009 г. по сравнению с 2008 г. отрасль потеряла 27% доходов от рекламы, прирост дали лишь Интернет — 8%, в том числе медийная реклама — 4% и контекстная реклама — 11%, а также кабельно-спутниковое телевидение получило прирост 14%.

Одомашнивание Рунета

По данным фонда “Общественное мнение”, который проводил исследование “Интернет в России, Осень 2009”, месячная аудитории Рунета в возрасте старше 18 лет составила осенью 2009 г. 39,4 млн человек. При этом размер трехмесячной аудитории старше 18 лет составил около 41 млн, а 1,5 годичной — 42 млн человек. Исследование при этом не включило самых активных пользователей — молодежь. В городах России с населением свыше миллиона человек порядка 70% молодежи в возрасте до 22 лет пользуются Интернетом.

Растет и качество пользования Интернетом. Доля пользователей широкополосным доступом (ШПД) в 2009 г. составила 59%. При этом мобильным доступом через сотовый телефон пользовались 50%.

Блоггеры берут тайм-аут

Наряду с ростом количества пользователей Интернетом расширяется и блогосфера. В Рунете на весну 2009 г. было 12 млн блогов. Но, к сожалению, эти блоги как бы затихают в своем развитии. Из этих 12 млн только 10% являются активными —

они обновляются хотя бы раз в месяц. Напомню, что в 2008 г. регулярно обновлялось 20% блогов, а в 2007 г. — 50%. Все это говорит о том, что Интернет развивается, растет количество блогеров, но активность их затухает. И это составляет определенную опасность для дальнейшего развития блогосферы.

Растет рынок Рунета

Активно развивается и электронная коммерция. В 2009 г. рынок электронной коммерции составил около 250 млрд руб. Что касается рынка интернет-рекламы в Рунете — то он составил 7,7 млрд руб. (рост за год на 4%). Главными рекламодателями в Рунете остаются традиционные для мировой и российской сферы производители товаров — это компании сотовой связи — например, МТС предоставила рекламу на 295 млн руб., что означало увеличение рекламного бюджета за год на 64%. Затем Мегафон — 218 млн руб. (+25%), Вымпелком — 184 млн руб. (+23%). Важно отметить рост мобильного Интернета и широкополосного доступа к Интернету.

Следом идет Рено—Нисан — 220 млн руб., что означает прибавку на 52%. Увеличили рекламный бюджет также автопризводители Пежо—Ситроен — 170 млн руб. (прирост составил 143%). Следует отметить также Фольксваген Аудигрупп, который идет на втором месте (162 млн руб., прирост 29,5%). Тойота — 151 млн руб., прирост 140%. Самсунг — 140 млн руб., прирост 22%. Ну и давний лидер рекламы в России Проктер энд Гэмбл в этом году вложил в рекламу 137 млн руб., увеличив бюджет на 128%, Форд — 120 млн руб. (+14%). Таким образом, несколько меняется структура рекламного рынка. На первое место выходят мобильные телефоны, автомобили и по-прежнему парфюмерные изделия, представленные прежде всего Проктер энд Гэмбл.

Российский Интернет развивался на фоне роста проникновения Интернета во всем мире. Сегодня, если взять все регионы распространения Интернета — Африку, Азию, Ближний восток, Европу, Северную Америку, Латинскую Америку, страны Карибского региона и Австралию, — то ситуация выглядит следующим образом. Африка: проникновение — 6,8%, рост с 2000 г. на 1392,4%; в то время как прирост африканского населения составляет 991 млн человек. Еще активнее растет Интернет в Азии: при населении в 3 808 070 503 человек число интернет-пользователей достигло 738 257 230. Проникновение составляет 19,4%, рост с 2000 г. — 545,9%. Ближний Восток: население 202 687 005 человек, число интернет-пользова-

телей — 57 425 000 человек, проникновение — 28,3%. Рост с 2000 г. составил 1648,2% — наверное, самый большой, если сравнивать рост по регионам. В Европе: население 803 850 858 человек, число интернет-пользователей — 418 млн, проникновение — 52%, рост с 2000 г. — 297% — конечно, меньше, чем на Ближнем Востоке или в Африке, но ведь в Европе раньше начал развиваться Интернет. И, конечно, в абсолютных числах Европа все-таки опережает. Северная Америка: население 340 831 831 человек, число интернет-пользователей 252 млн человек. Проникновение — 74,2%, самое большое из всех регионов мира. Рост небольшой с 2000 г. — 134%, потому что в исходной точке 2000 г. уровень был очень высок. Латинская Америка и страны Карибского бассейна — население 586 662 468 человек, из них интернет-пользователей порядка 179 млн, проникновение — 30,5%, рост с 2000 г. — 890%. Если взять ситуацию во всем мире на 2009 г., население составило 6 767 805 208 человек, из них интернет-пользователей было 1 733 993 741 человек, проникновение — 25,6%. Рост во всем мире с 2000 г. составил 380,3%.

На этом фоне надо отметить и успешный рост Интернета в России, где увеличилось не только количество российских интернет-пользователей, но и размеры доменной зоны. Так, Рунет составляют сайты доменных зон RU и SU. По числу зарегистрированных доменов RU занимает шестую позицию в десятке крупнейших национальных доменных зон. Зона RU закончила 2008 г. на отметке в 1 850 000 доменов. За первые три месяца она прибавила 150 тыс. доменов. Фактически в абсолютном выражении первый квартал 2009 г. прибавил столько же доменов, как и годом ранее. Это значит, что рост зоны замедлился.

22 марта 2009 г. был зарегистрирован двухмиллионный домен RU. Таким образом, в общей динамике развития Россия занимает весьма почетное место. Если же говорить об основных параметрах развития российского Интернета, то нужно сказать, что растет количество пользователей Интернетом сегодня гораздо активнее, а также пользуются бóльшим количеством услуг, чем было раньше, т.е. Интернет используется в быту для выяснения самых разных проблем и вопросов.

Молодежная аудитория

Интернет остается главной средой обитания молодежи. Семь из десяти горожан в возрасте от 12 до 26 лет пользуются Интернетом. Это вдвое больше, чем в категории горожан от 27 лет и старше.

Новые бедные

Министерство коммуникаций в этом году специально выделило в своем отчете категорию "новых бедных" — сегмент, который включает в себя только не пользующихся Интернетом граждан. Две трети из них (66%) заявляют, что хотят пользоваться Интернетом, но не имеют такой возможности, т.е. относятся к потенциальному резерву интернет-аудитории. Треть "новых бедных" — отмечается в докладе министерства — считают, что их жизнь улучшилась бы, если бы они стали пользоваться Интернетом. Самой распространенной причиной улучшения жизни из-за пользования Интернетом называется наличие информации, знаний, расширение кругозора (11%). В два раза меньше "новых бедных" (6%) считает, что Интернет может способствовать кругу общения, поддержанию связи с родными и близкими. Как отмечается в отчете Министерства связи, несмотря на большую долю потенциального резерва интернет-аудитории, только 9% новых бедных планируют начать пользоваться Интернетом в течение ближайшего полугодия.

Рекламные потрясения

Если говорить о других моментах, то здесь нужно, конечно, прежде всего обратить внимание на то, для каких целей используется Интернет. И здесь много показательных моментов. Прежде всего нужно сказать, что растет активно реклама на Интернете.

Самые большие бюджеты рекламодателей были до этого года расположены на телевидении. По итогам 2009 г., этот сегмент подсократился всего на 18% до 113,7 млрд рублей. При этом его удельный вес в общей структуре доходов вырос с 50 до 55%, но лишь относительно, в абсолютном же измерении существенно для этого сектора сократился.

Наиболее значительное сокращение доходов от рекламы наблюдалось в сегменте печатных СМИ и наружной рекламы: 43% — в печати и 41 — в наружной рекламе. В заключение о рекламе нужно сказать, что в 2009 г. Интернет стал абсолютным лидером по доходам от рекламы и единственным носителем рекламы, который продемонстрировал рост как с точки зрения рекламного инвентаря и аудитории, так и по объему рекламных инвестиций. В этом смысле Интернет потеснил телевидение.

Блогосфера Рунета

По данным Яндекса, на весну 2009 г. в русскоязычной блогосфере существовало 7,4 млн блогов: 6,9 млн личных дневников и более полумиллиона сообществ. Это почти в 2 раза больше, чем год назад.

Средний блоггер: москвичка 22 лет

Всего в мире, по имеющимся данным, существует 133 млн блогов, русскоязычные дневники составляют 5% мировой блогосферы. Сегодня министерство коммуникаций оказалось в состоянии нарисовать портрет среднего блоггера. Цитирую отчет министерства: “бессменный средний блоггер последние два года — москвичка 22 лет. У нее 18 друзей (13 из них — взаимные), она участвует в 10 сообществах и ведет свой блог уже год и десять месяцев. Видимо, эта девушка-блоггер ведет свой дневник на LiveInternet.ru или на Diary.ru — среднестатистические блоггеры с этих хостингов очень на нее похожи, хотя и чуть моложе — им 20—21 год. Средний пользователь Ya.ru или LiveJournal, возможно, с ней даже не знаком — это мужчина, и ему двадцать шесть лет” [Интернет в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад. М., 2010. С. 61].

Последние годы, отмечается в отчете, аудитория блогов растет, но уже не такими темпами. При этом средняя активность пользователей имеет тенденцию к снижению. В 2008—2009 гг. за это время среднее число просмотров на одного посетителя сократилось в несколько раз. Все это говорит о том, что в целом активность блоггеров имеет тенденцию к затуханию.

Журналистика перекочевывает в Интернет

По данным, которые приводит министерство связи, на начало 2009 г. каждый будний день в российском Интернете в новостях появляется как минимум 36 тыс. сообщений СМИ. Каждый выходной — как минимум 9 тысяч. Это отражает общую тенденцию роста информационной службы Интернета.

Наиболее популярное занятие среди пользователей Интернетом — чтение новостей. Главную площадь в Интернете занимают журналисты — газетчики, телевизионщики, те, кто собирают и анализируют новости. 77% аудитории посещают сайты СМИ, они читают новости из газет, журналов.

74% пользователей Рунета пользуются почтой. Затем идут поисковые сервисы — 68% ищут в Интернете, обычно исполь-

зуя Яндекс. 68% узнают погоду по Интернету, и это тоже очень важный показатель, так как погода касается каждого человека, это дело повседневное. Это означает, что Интернет прочно основался дома. И прежде чем идти на улицу, не палец высовывают в окно, а набирают соответствующие адреса в Интернете.

Дальнейшее пользование распределяется следующим образом: 46% смотрят фото и видео, 44% скачивают программное обеспечение, 41% читают блоги и форумы, 39% скачивают музыку, 34% общаются с помощью мессенджеров (ICQ, Skype и т.д.). Таким образом Интернет вошел в наш дом и стал частью нашей повседневной жизни, что является серьезным изменением стиля жизни.

И, наконец, нужно заметить, что Интернет развивается и к Интернету привыкают. Многие быстрые шаги отдельных секторов Интернета, скажем блогосфера, были связаны с интересом к возможностям развития гражданского журнализма. Но поскольку гражданский журнализм требует не только гражданских чувств, но и элементарной работоспособности, последовательности, — немногие выдерживают испытание блогом, поэтому и затухает пользование блогосферой. Тем не менее блоги остаются важнейшим элементом гражданской журналистики.

Основной стороной Интернета сегодня — его информационной службой — стала продукция журналистов, доступная на сайтах СМИ. Интернет все более смело и активно вторгается в нашу жизнь. Необязательно охватывает миллионы, но захватывает самую важную, целевую, интересующуюся информацией и создающую информацию аудиторию.