

Результаты исследования «Как российский зритель смотрит телеканалы в Интернете»

ГПМ Реклама (сейлз-хаус
«Газпром-Медиа Холдинга»),
getads, при поддержке АРИР

Цель исследования

Развитие цифровых форматов и активное распространение Интернета изменяют привычки телесмотрения. Просмотр телепередачи сегодня осуществляется как традиционным способом — через антенну или кабель, так и с помощью браузеров и встроенных приложений онлайн-кинотеатров на Smart TV, в Desktop- и мобильных устройствах.

- Представленное исследование посвящено **анализу пересечения аудитории разных способов просмотра телевизионного эфира** среди **онлайн-зрителей** в России.
- **Цель исследования** — изучить, как изменились привычки телесмотрения у зрителей в связи с появлением новых способов телесмотрения.

Указанная цель обуславливает выбор количественных методов исследования. В качестве метода сбора данных был проведен онлайн-опрос, который помог проанализировать, с помощью каких платформ и устройств Интернет-пользователи в России смотрят телеканалы.

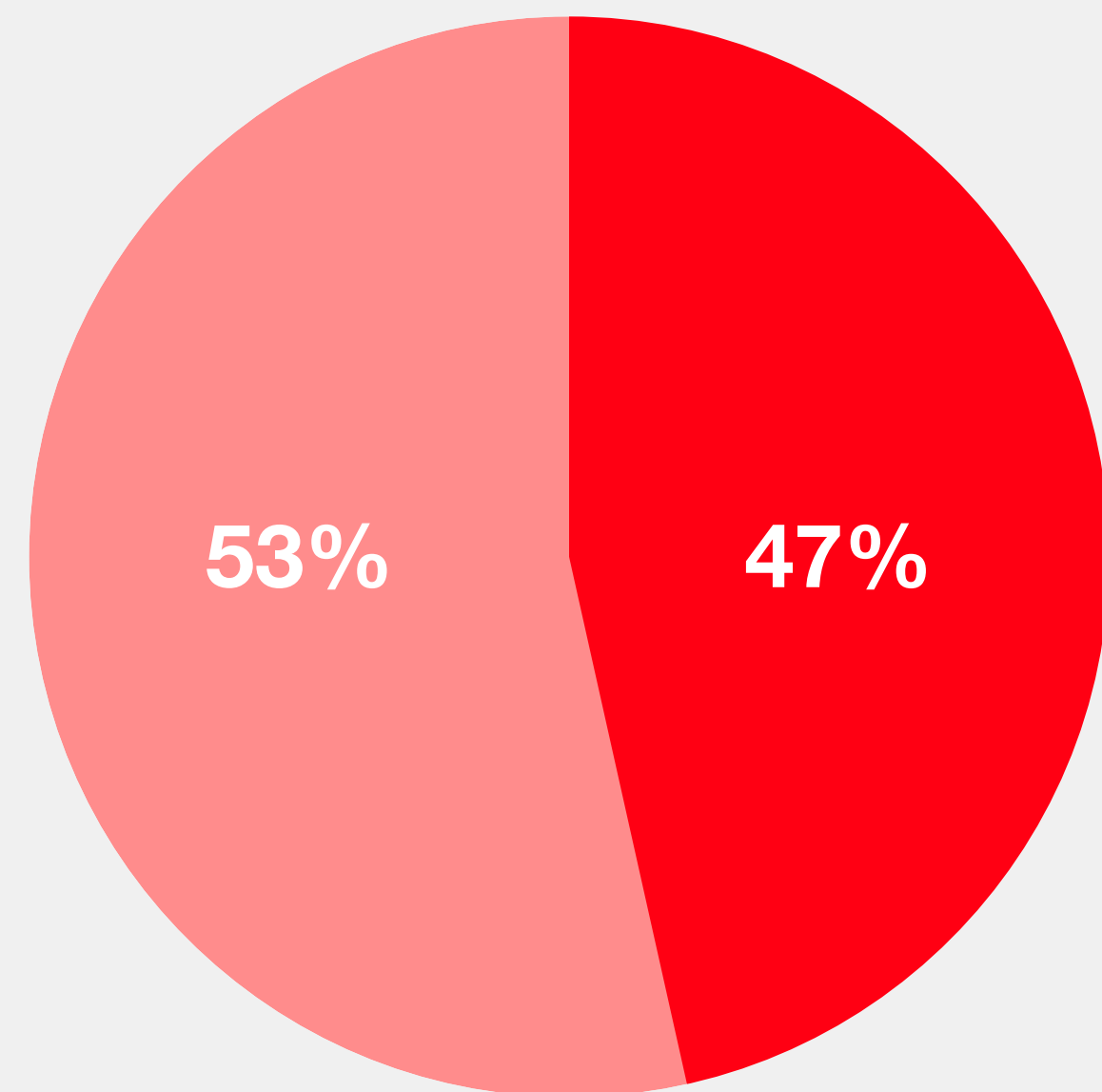
Описание и методология

- Исследование проводилось при помощи интерактивного опроса в Online TV среди российских зрителей телеканалов «Газпром-Медиа Холдинга»: НТВ, ТНТ, «Пятница!», ТВ-3, «Матч ТВ». Для проведения исследования использовалась технология интерактивных опросов компании getads.
- Пользователи отвечали на вопросы на тех же устройствах, на которых смотрели контент в онлайн-эфире телеканалов.
- Количество опрошенных: 4742 человека, 51,77% респондентов — мужчины, 48,23% — женщины.
- Интерактивный опрос проводился 24–25 сентября 2024 года. Выборка участников была случайной.

Ключевые выводы

- 81,4% участников исследования заявили, что смотрят телеканалы только в среде онлайн-вещания: в приложениях Smart TV, в мобильных приложениях, на сайтах телеканалов и видеосервисов с помощью браузеров через мобильные и desktop-устройства.
- Остальные респонденты (18,6%) отметили, что потребляют ТВ не только в среде онлайн-вещания, но и через антенну. Доля таких зрителей отличается в разных возрастных группах.
- Молодая аудитория в возрасте 18–24 лет наименьшим образом использует антенну для просмотра ТВ (13,1%), тогда как наиболее высокая приверженность к этому способу наблюдается у зрителей старше 45 лет, особенно в возрастной группе 55–64 лет, где показатель достигает максимальной отметки в 20,9%.
- У зрителей, которые смотрят эфирное ТВ на разных устройствах, наиболее популярны приложения онлайн-кинотеатров: ими пользуются более половины (52,59%) респондентов из этой группы.

Более половины респондентов смотрят эфирное ТВ через Интернет только на одном устройстве



● Нет ● Да

- 46.71% — респондентов ответили «да»
- 53.29% — респондентов ответили «нет»

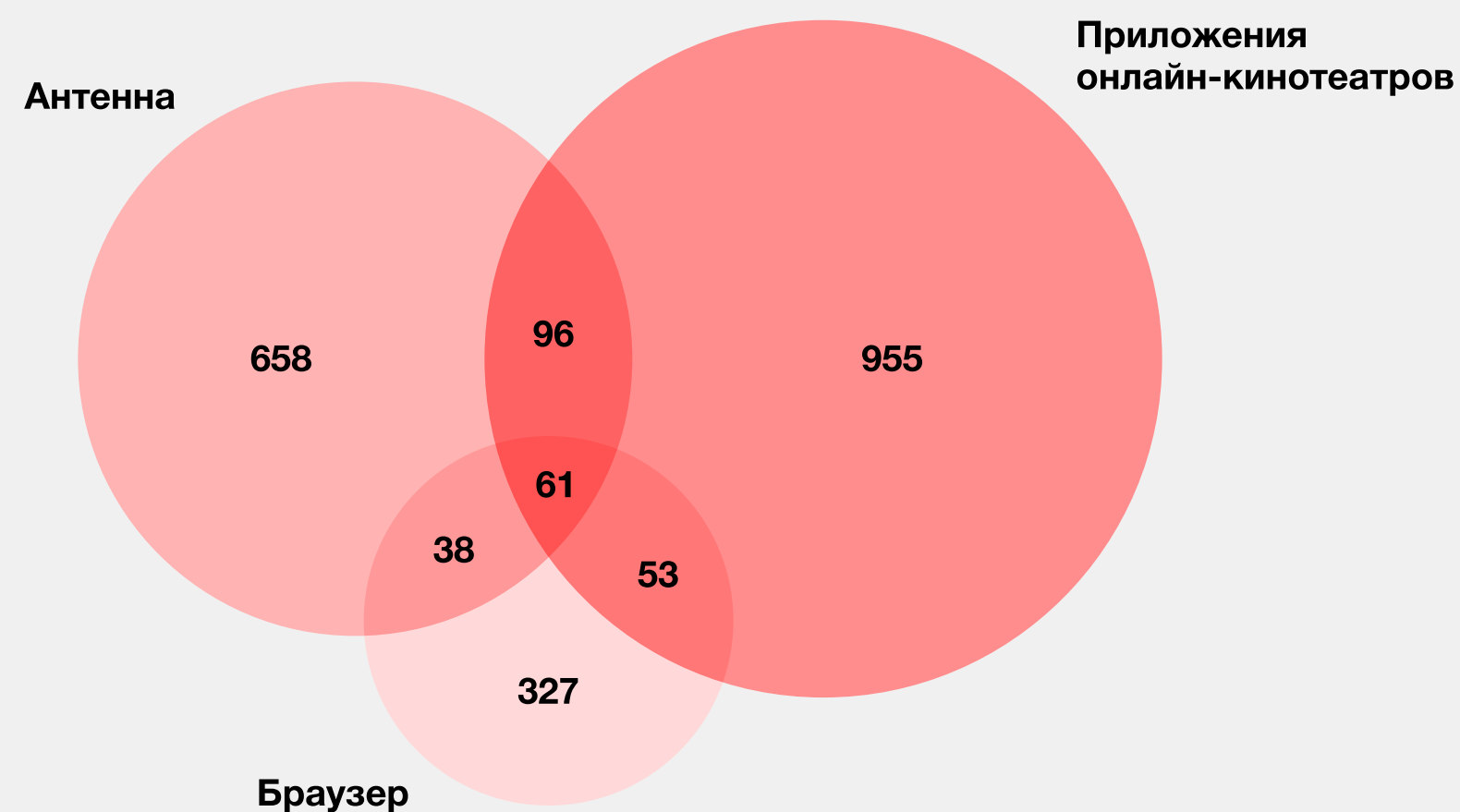
Q1. Смотрите ли вы эфирное ТВ на других устройствах, помимо того, на котором смотрите сейчас?

Как вы смотрите эфир телеканалов?

Этот вопрос задавался только тем зрителям, которые утвердительно ответили на вопрос «Смотрите ли вы эфирное ТВ на других устройствах, помимо того, на котором смотрите сейчас?».

Респонденты могли выбрать один или несколько вариантов ответа из списка:

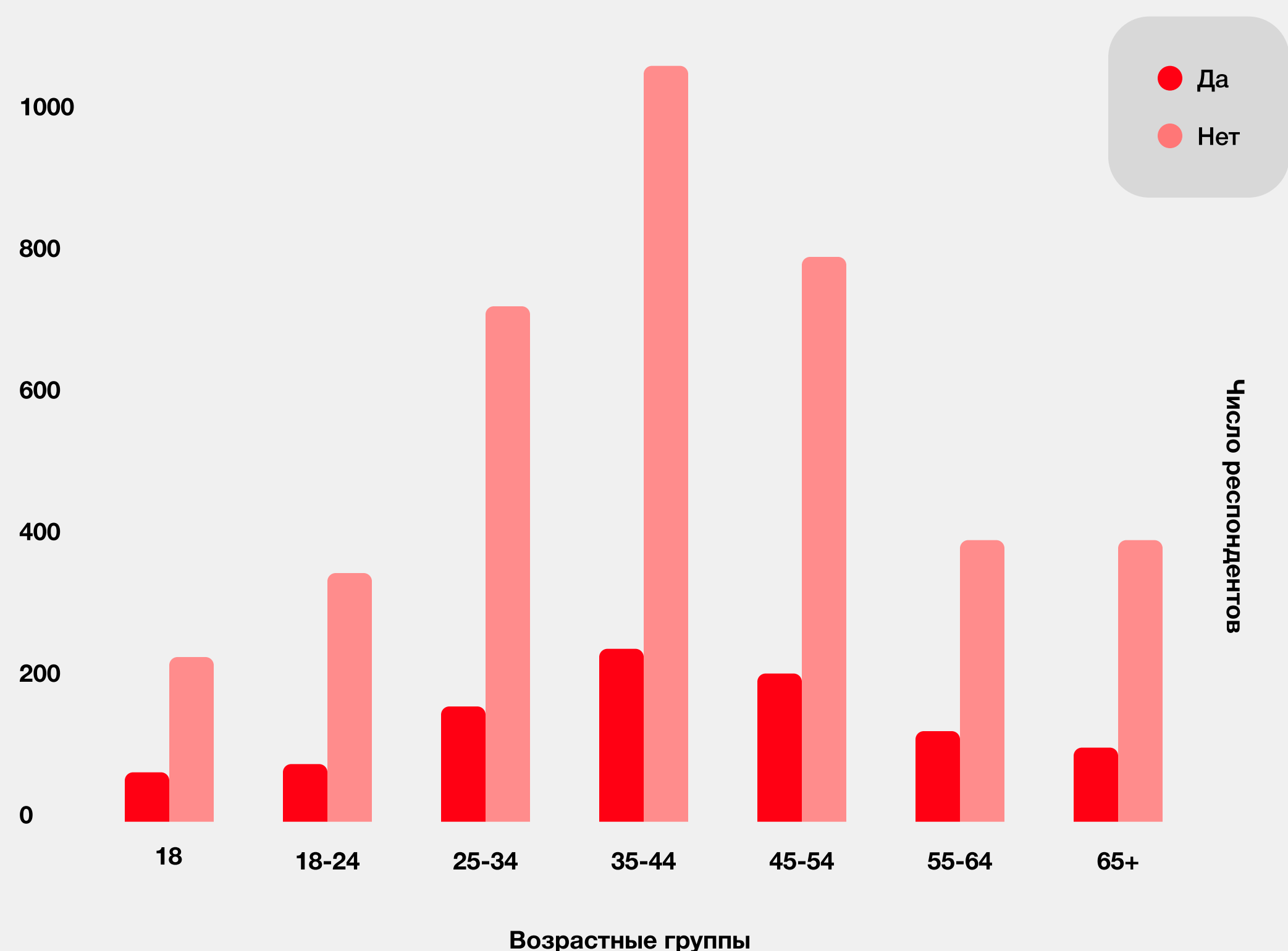
- через приложения онлайн-кинотеатров (Кинопоиск, Иви, Okko, PREMIER, Lime HD, цифровое ТВ и др.)
- через браузер на сайтах телеканалов или с помощью других сервисов онлайн-трансляции телеканалов
- через ТВ-антенну (общедомовую, личную, кабельную, спутниковую)



- **43,12%** отвечавших на этот вопрос указали, что смотрят телеканалы только через приложения онлайн-кинотеатров
- **30,93%** респондентов пользуются исключительно ТВ-антенной
- **14,76%** опрошенных для просмотра телеканалов используют браузер
- **4,33%** следят за телеэфиром с помощью ТВ-антенны и приложений онлайн-кинотеатров
- **2,39%** пользуются приложениями и браузером
- **1,72%** смотрят через браузер и ТВ-антенну
- **2,75%** пользуются всеми доступными платформами и устройствами: ТВ-антенной, приложениями и браузером

Q2. Как вы смотрите эфир телеканалов?

Распределение респондентов по возрастным группам и их отношение к просмотру ТВ классическим способом (через антенну)



- **До 18 лет:** выборка составила 263 участников. Из них 46 (или 0,97% от общего числа респондентов) смотрят телеканалы через антенну, а 217 (4,58%) используют для просмотра исключительно онлайн-платформы.
- **18–24 года:** данная возрастная группа составила 397 респондентов. Из них 52 человека (1,1%) воспользовались антеннами, в то время как 345 (7,28%) отдают предпочтение телетрансляции через онлайн-приложения и/или браузеры.
- **25–34 года:** опрошено 875 человек. Из них 155 (3,27%) используют ТВ-антенны, а 720 респондентов (15,18%) переходят на Online TV.
- **35–44 года:** 1284 респондента. Телеканалы через антенну смотрят 241 человек (5,08%), в то время как 1043 (21,99%) выбирают цифровые форматы.
- **45–54 года:** из 919 участников исследования 186 (3,92%) предпочитают ТВ-антенны, а 733 респондента (15,46%) используют онлайн-приложения и браузеры.
- **55–64 года:** 506 опрошенных, из которых 106 (2,24%) пользуются антеннами, тогда как 400 человек (8,43%) не используют их.
- **65+ лет:** из 498 человек 94 (1,98%) остаются приверженцами ТВ-антенн, а 404 человека (8,52%) выбирают трансляцию ТВ-контента через онлайн-платформы.

Q3. Укажите Ваш возраст

Соотношение долей смотрящих ТВ онлайн и через антенну в различных возрастных группах

	Чистый стриминг	95% дов. интервал чистого стриминга	Пересечение со просмотром через антенну	95% дов. интервал пересечения со просмотром через антенну
Все респонденты	81,4%	80,3%-82,5%	18,6%	17,5%-19,7%
До 18	82,5%	77,9%-87,1%	17,5%	12,9%-22,1%
18-24	86,9%	83,6%-90,2%	13,1%	9,8%-16,4%
25-34	82,3%	79,8%-84,8%	17,7%	15,2%-20,2%
35-44	81,2%	79,1%-83,4%	18,8%	16,6%-20,9%
45-54	79,8%	77,2%-82,4%	20,2%	17,6%-22,8%
55-64	79,1%	75,5%-82,6%	20,9%	17,4%-24,5%
65+	81,1%	77,7%-84,6%	18,9%	15,4%-22,3%
18-44	82,5%	81%-83,9%	17,5%	16,1%-19%
45+	79,9%	78,1%-81,7%	20,1%	18,3%-21,9%

- **81,4%** респондентов смотрят телеканалы исключительно на онлайн-площадках. С учётом 95%-ного доверительного интервала в генеральной совокупности доля таких зрителей составляет **от 80,3% до 82,5%**.
- Просмотр ТВ-эфира онлайн и через антенну совмещают **18,6%** участников исследования. В генеральной совокупности это **от 17,5% до 19,7%** телезрителей.
- Среди самых юных зрителей — **до 18 лет** — стриминг предпочитают **82,5%** опрошенных. Оставшиеся **17,5%** смотрят ТВ как на онлайн-площадках, так и через антенну.
- **86,9%** респондентов в возрасте **от 18 до 24 лет** ответили, что для просмотра телеэфира используют только приложения онлайн-кинотеатров и браузер. **13,1%** из этой же возрастной группы совмещают стриминг с традиционным вариантом просмотра.
- В возрастной категории «**от 25 до 34 лет**» чистый стриминг популярен у **82,3%** респондентов, а доля тех, кто смотрит еще и через антенну, составляет **17,7%**.
- Для **81,2%** зрителей в возрасте **от 35 до 44 лет** онлайн-площадки не имеют альтернатив при просмотре телеэфира. ТВ-антеннами время от времени пользуются **18,8%** опрошенных.
- Среди участников исследования в группе **от 45 до 54 лет** предпочтения распределились следующим образом: **79,8%** смотрят ТВ только через приложения и браузер, а **20,2%** — в том числе через антенну.
- Доля зрителей **от 55 до 64 лет**, предпочитающих исключительно стриминг, как показал опрос, составляет **79,1%**. ТВ-антеннами пользуются **20,9%** респондентов в этой возрастной группе.
- Среди зрителей **старше 65 лет** при просмотре ТВ пользуются только приложениями и браузерами **81,1%** опрошенных. Оставшиеся **18,9%** смотрят как онлайн, так и через антенну.

Доверительный интервал служит показателем точности измерений. 95%-ный доверительный интервал означает, что с вероятностью 95% результаты опроса выбранной группы телезрителей истинны и для генеральной совокупности — всех российских Интернет-пользователей, которые смотрят ТВ на онлайн-площадках.

Доля зрителей в возрасте 18-24 года, не смотрящих ТВ через антенну, статистически значимо отличается от других возрастных групп

Результаты опроса показывают значимые отличия только для возрастной группы «18-24 года». Между остальными диапазонами статистически значимой разницы не обнаружено.

Что указывает на уникальность данной возрастной группы в потреблении медиаконтента только на аудиовизуальных сервисах.