



В.А. Степанов

Медиаметрия и рейтинги СМИ

3 лекция

Основные понятия

Медиаметрия (медиаизмерения)

Практическая деятельность по регулярному исследованию аудитории СМИ: ее объективных характеристик (размер, состав), поведения в части медиапотребления.

Данные медиаметрии используются владельцами СМИ для определения рекламных расценок, маркетологами и PR-специалистами для выбора площадок с максимальной концентрацией целевой аудитории и выбора наилучшего времени для показа рекламы (*медиапланирование*).

И. Фомичева, Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию

Методы медиаизмерений

Количественные

Основаны на сборе большого количества данных – их анализ позволяет выявить статистические закономерности

Опрос
(телефонный, анкетирование)

Дневники аудитории

Счетчики

Качественные

Изучают небольшую совокупность объектов, сбор и анализ данных не формализован

Экспертный опрос

Фокус-группа

Глубинное интервью

Количественные методы медиаизмерений

- 1 Опросный**
Личные (Face-to-face) или телефонные (CATI) интервью – выборке респондентов предлагается ответить на ряд стандартизированных вопросов.
- 2 Дневниковый**
Участники панели (группы людей, отобранной для исследования фиксируют на бланках свою медийную активность – например, в какое время они смотрят те или иные каналы.
- 3 Электронный**
Панелисты оснащаются специальной аппаратурой или приложениями, которые фиксируют интернет-активность, просматриваемые телепередачи и т. д.

Выборка (Sample)

Особым образом отобранные элементы генеральной совокупности, которые охватываются исследованием. Например, чтобы узнать настроения 9,5 млн белорусов (генеральная совокупность) достаточно опросить выборку из 1,5 тыс. человек.

Случайная



Простая



Механическая



Стратифицированная



Гнездовая

Неслучайная



Квотная



Стихийная



«Снежный ком»



Типичные случаи

1 Опросный метод



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07, САЙТ: WWW.VCIOM.RU

53. Ваше образование? (один ответ)

1. Начальное и неполное среднее
2. Среднее общее, ПТУ
3. Среднее специальное
4. Высшее, незаконченное высшее

1. Знаете ли Вы, слышали или слышите сейчас впервые о том, что 8 сентября состоятся выборы мэра Москвы? (зачитайте, один ответ)

1. Знаю
2. Впервые слышу
99. (НЕ ЗАЧИТЫВАТЬ) Затрудняюсь ответить

*Пример опросника для
телефонного
интервью (computer-
assisted telephone
interview, CATI)*

2. Выборы мэра Москвы пройдут в воскресенье 8 сентября. Скорее всего, многие люди проведут этот день за городом на даче или на отдыхе, многие еще не вернутся из отпусков и поэтому не смогут проголосовать. Как Вы думаете, лично у Вас будет возможность в этот день принять участие в выборах? (зачитайте, один ответ)

1. Скорее будет возможность

Источник: ВЦИОМ

1 Опросный метод



ВСЕРОССИЙСКИЙ ЦЕНТР ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07, САЙТ: WWW.VCIOM.RU

Данные пресс-выпуска №3765

[Перейти к пресс-выпуску](#)

*Пример опросной
таблицы, в которой
обобщаются
результаты
исследования*

Что из перечисленного Вы читали за последнюю
неделю? (закрытый вопрос, до 5-ти ответов, % от всех
опрошенных)

	Все опрошен ные	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше	Мужчин ы	Женщин ы
Новости, сообщения в социальных сетях	39	56	45	40	41	27	36	41
Новости, новостные статьи в СМИ	38	29	33	38	40	43	38	38
Художественную литературу (прозу, стихи, публик	34	38	34	32	32	35	28	38
Профессиональную, научную, научно-познаватель	30	36	34	32	33	18	34	26
Блоги, популярные статьи в Интернете	25	36	31	26	27	15	26	25
Ничего не читал	13	7	11	13	12	19	15	12
Другое	2	0	1	2	3	4	2	3
Затрудняюсь ответить	1	1	1	0	2	1	1	1

Источник: ВЦИОМ

2 Дневниковый метод

Время просмотра
передачи

Название передачи

Название и номер
канала/станции

Current		Name of Show	Station or Channel Name	Chan. No.	Viewing Type			When Recorded (DVR only)	
Hour	Minute				Live TV	DVR	Other	Date	Time
5 PM	:00-14	News Highlights	KZZZ	82	X			MM/DD	
	:15-29							MM/DD	
	:30-44							MM/DD	
	:45-59							MM/DD	
6 PM	:00-14	Comedy Hour	WLAF	156		X		07/14 2am	
	:15-29							MM/DD	
	:30-44							MM/DD	
	:45-59							MM/DD	
7 PM	:00-14	Children's Spotlight	Internet				X	MM/DD	
	:15-29							MM/DD	
	:30-44							MM/DD	
	:45-59							MM/DD	

Имя члена семьи,
который смотрел
передачу

nielsen
TV VIEWING
DIARY
For the household of:

1	2	3	4	5	6	7	8	TV on but no one Watching / Listening
George	Jane	Tom	Maria	Visitor				
X	X			X				
L	M							
E	A							
X	L							
	E							
	X							
D		X						
O	D							
F								X

Пометка: прямая
трансляция или запись

3 Электронный метод (пиплметрия)



13 500

человек охватывает
пиплметрическая
панель Mediascope
в России

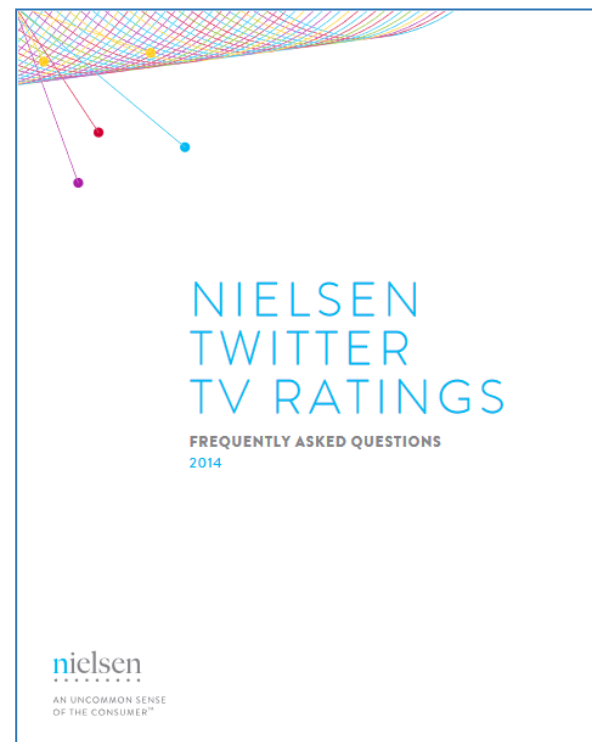
Пиплметр (peoplemeter) – электронный счетчик-приставка к телевизору, который устанавливается в домах зрителей, попавших в выборку (панель).

3 Электронный метод (пиплметрия)



PPM (Portable people meter) – компактный пиплметр позволяет точнее оценивать контакты со СМИ – например, в общественных местах, на отдыхе и т.д.

Nielsen Twitter TV Ratings (NTTR) – технология, позволяющая оценивать рейтинг телепередач по реакции аудитории Twitter



3 Электронный метод (онлайн-панель)

The screenshot shows the Gemius website interface. At the top, the Gemius logo is visible. Below it, there are two tabs: "1 анкета" (Survey) and "2 установка" (Installation). The main heading reads: "Уважаемый пользователь Интернета! Вы можете помочь нам лучше понять Интернет. Присоединяйтесь к исследованию gemiusAudience и выигрывайте ценные призы!" (Respected Internet user! You can help us better understand the Internet. Join the gemiusAudience research and win valuable prizes!). Below this, there are two steps: "1. Заполните анкету" (Fill out the survey) with a time estimate of "4 мин." and "2. Установите приложение" (Install the application) with a time estimate of "1 мин.". A progress bar shows the first step is completed. Below the steps, there are icons for a survey, a download arrow, and a prize wheel. At the bottom, there is a checkbox for accepting the terms of the privacy policy.

ГЕМИУС

1 анкета 2 установка

Язык: Русский А А А

Уважаемый пользователь Интернета!
Вы можете помочь нам лучше понять Интернет.
Присоединяйтесь к исследованию gemiusAudience и выигрывайте ценные призы!

1. Заполните анкету 2. Установите приложение

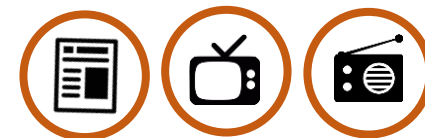
4 мин. 1 мин.

Принимайте участие в розыгрыше призов!

Принимаете ли Вы условия данной Политики конфиденциальности для участия в исследовании?

Компания Gemius предлагает заполнить анкету и установить на компьютер специальную программу – NetPanel, которая регистрирует просматриваемые сайты

Базовые медиаметрические показатели



Рейтинг

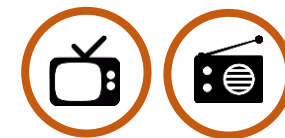
(Rating, TVR, AIR,
AQH)

Величина реальной аудитории ТВ или радиоканала, номера газеты. Рассчитывается как отношение числа зрителей канала (читателей номера) к числу тех, кто имеет техническую возможность для их просмотра (чтения).

$$Rating = \frac{\text{Реальная аудитория}}{\text{Генеральная совокупность (потенциальная аудитория)}} \times 100\%$$

Пример: Из 20 тыс. жителей города местную газету вчера прочитали 2 тыс. AIR (рейтинг издания) = 2 тыс. / 20 тыс. X 100% = 10%

Базовые медиаметрические показатели



Совокупный рейтинг

(GRP, gross rating point)

Сумма рейтингов переда/эфирных событий/рекламных сообщений за определенный период. Выражается в пунктах.

$$GRP = Rating\ 1 + Rating\ 2 \dots + Rating\ N$$

Целевой рейтинг

(TRP, target rating point)

Аналог GRP, однако суммируются лишь рейтинги для целевой аудитории

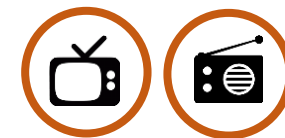
Индекс соответствия

(Affinity Index)

Отражает насколько канал соответствует своей целевой аудитории.

$$AI = \frac{TRP}{GRP} \times 100\%$$

Базовые медиаметрические показатели



HUT

(Household using television)

Процент домохозяйств, в которых в данный момент включен телевизор. «Реальные телезрители».

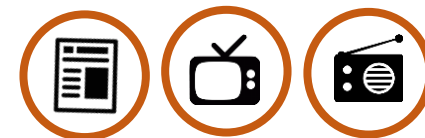
$$HUT = \frac{\text{Кол-во смотрящих ТВ}}{\text{Генеральная совокупность}} \times 100\%$$

Доля аудитории (Share)

Доля зрителей, смотревших конкретный канал или эфирное событие, от всей аудитории, смотревших ТВ (HUT).

$$Share = \frac{\text{Кол-во зрителей передачи/канала}}{HUT} \times 100\%$$

Базовые медиаметрические показатели



Охват

(Reach, Cover)

количество людей, увидевших передачу или публикацию хотя бы один раз за анализируемый период. Исчисляется в тысячах человек или в % от общего количества людей, составляющих аудиторию. Может рассчитываться только для целевой аудитории.

Пример: Опрос показал, что 49 тыс. человек в течение месяца хотя бы раз слушали передачу «Жалейка» на третьем канале радио. Соответственно, ее охват составил 49 тыс. человек.

Из опрошенных 14 тыс. относятся к категории «женщины в возрасте 18 – 39 лет, жительницы г. Минска» – целевой аудитории. Следовательно, охват целевой аудитории – 14 тыс. человек.

Зарубежный рынок медиаизмерений

Nielsen Media Research



- Крупнейший измеритель, изучающий аудиторию радио и ТВ с 1940-50-х гг.
- Имеет штаб-квартиру в США, офисы в более чем 100 странах и штат в 44 тыс. человек.
- Используются данные панельной выборки (дневники, пиплметры – изобретены инженерами компании).

Mediascope



- Дочернее подразделение компании TNS (до 2016 г. – «TNS Россия») – ведущий измеритель аудитории СМИ и эффективности рекламы на российском рынке.
- Исследования:
 - TV Index** (пиплметрия)
 - Radio Index** (телефонное интервью Day-after-Recall)
 - National Readership Survey** (CATI)
 - Web Index** (счетчики на и панельная выборка)

Зарубежный рынок медиаизмерений

ComScore



- Медиааналитическое агентство из США, которое проводит исследования в порядка 170 странах.
- Использует четыре источника: данные
- 2 млн онлайн-панелистов, данные с цифровых устройств, данные опросов и компаний-партнеров.

SimilarWeb



- Созданная в 2007 году компания со штаб-квартирой в Лондоне, специализируется на веб-аналитике.
- Крупнейшая онлайн-панель (миллионы устройств в 220 странах), позволяющая оценивать 80 млн сайтов и 3 млн приложений.

Gemius



- Польская компания, ставшая в 2010 году единым интернет-измерителем Байнета.
- Разработала гибридную (fusion) панель, объединяющую данные поведения пользователей (мониторинговое ПО, cookies) и данные с сайтов (gemiusTraffic).

Белорусские измерители



Информационно-аналитический центр при
Администрации Президента Республики Беларусь

<http://iac.gov.by/soc.html>



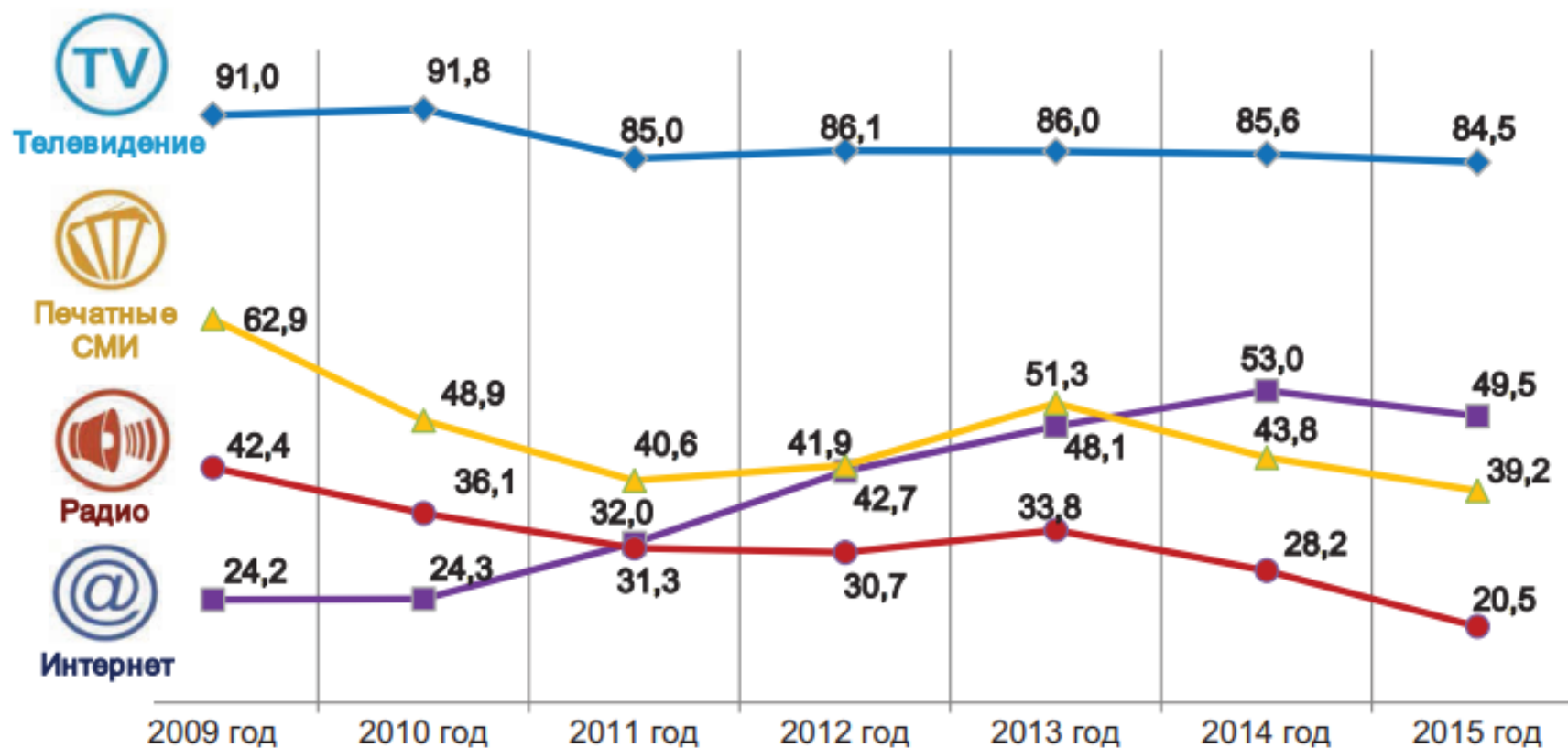
Опросная сеть включает около 800 человек в столице и регионах. Республиканский поквартирный опрос (выборка 1,5 тыс. человек) проводится за две недели.



С 2010 года проводит телефонные опросы с помощью аппаратно-программного комплекса АССО – исследование по общереспубликанской случайной выборке в 1000 человек занимает 10 дней.



Из каких источников Вы обычно получаете необходимую информацию о жизни в Беларуси и за рубежом? (в % от числа опрошенных)



Данные: ИАЦ, 2016 г., Face-to-face, N=1550

Медиаметрические исследования ИАЦ



1. Социально-демографические характеристики аудитории СМИ (пол, возраст, образование, место проживания)
2. Условия медиапотребления (например, время телесмотрения, используемые для выхода в Интернет устройства и т. д.)
3. Охват аудитории («Какие телеканалы смотрели / сайты посещали в течение суток / недели / месяца перед опросом?»)
4. Степень доверия отдельным СМИ
5. Жанровые предпочтения аудитории

Белорусские измерители



Центр социологических и политических исследований
БГУ (ЦСПИ)

<http://www.cspr.bsu.by>



Опросная сеть из более чем 200 подготовленных интервьюеров, проживающих в 60 населенных пунктах Беларуси.



По заданию Министерства информации в 2003–2015 гг. центр изучал предпочтения аудитории СМИ в рамках проекта «Особенности функционирования информационного поля Республики Беларусь в современных условиях (социологический мониторинг)».

Белорусские измерители



единый заказчик измерений аудитории
телевидения и радио в Беларуси с января 2018 г.
<http://amg-consult.by>



ЧУП «ГЕВС»

Исследования аудитории радиостанций методом телефонных интервью с помощью компьютерной системы регистрации звонков (CATI). Размер выборки – 3750 респондентов в месяц (45 тыс. в год).



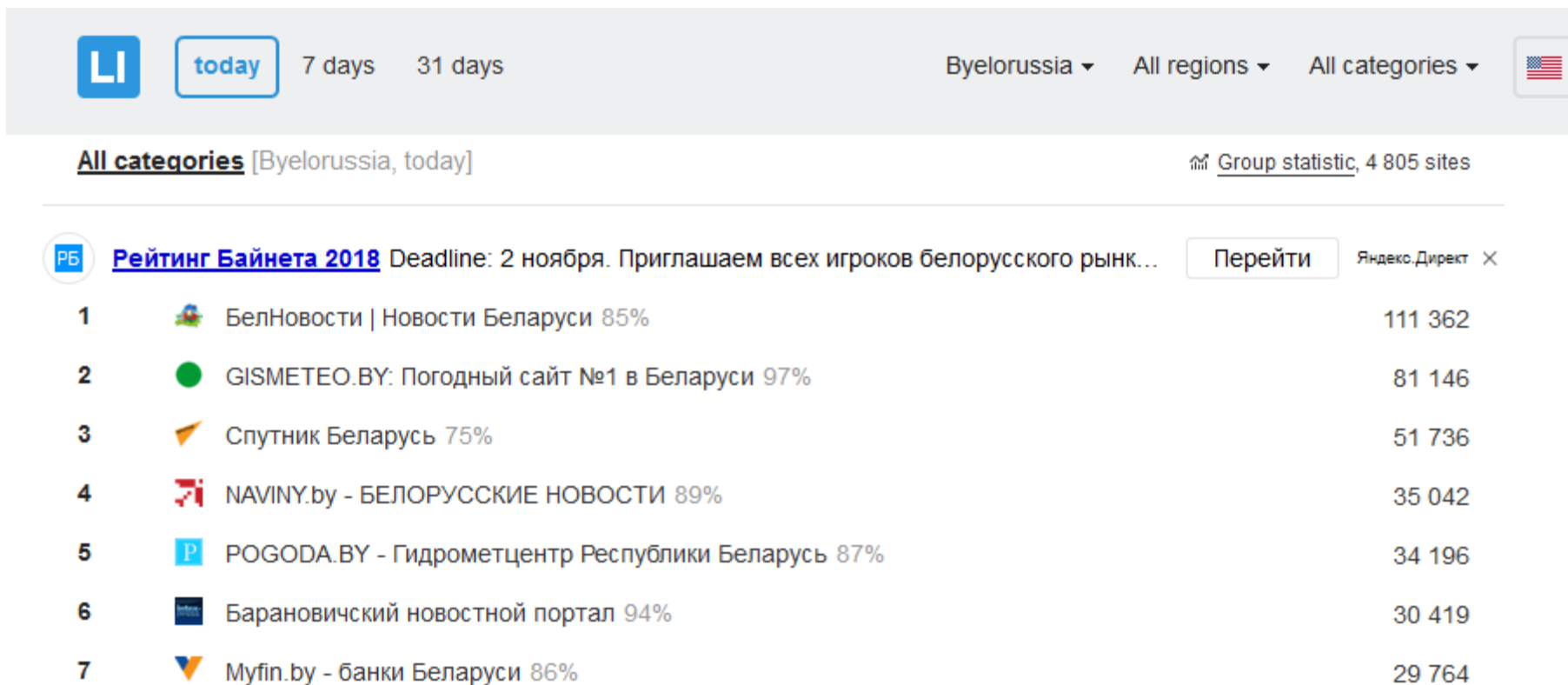
ЧУП «Реальное измерение»

Изучение поведения телеаудитории с использованием пиплметрической панели (технология Audio Matching System). Выборка – 800 домохозяйств в 25 городах Беларуси, 15 измеряемых телеканалов.

Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

LiveInternet

liveinternet.ru/rating



Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

Mail.ru

top.mail.ru

ОБЩАЯ СТАТИСТИКА

Всего посетителей

Мужчин 47.42% | Женщин 52.58%
Мобильных посетителей 59.42%

118 млн

+2.99%

Всего просмотров

2.01 млрд

+2.77%

Переходов с поисковиков:

Google 46% | Яндекс 46% | Android Google Search 3%

145 млн

+2.78%

Переходов с социальных сетей:

ВКонтакте 48% | Facebook 30% | YouTube 28%

5.88 млн

+2.94%



НОВИЧКИ

1.	RUTORS.pro	310
2.	ПоХоХоЧем над собой и своими близкими.	212
3.	http://gilama.com	54
4.	Салон Фактура	50
5.	Бабушкины рецепты	33

ЛИДЕРЫ РОСТА

1.	ToFight.ru - Портал о боксе и смешанных ед...	+106053	+1119%
2.	Интернет магазин Blyzka.by / Блузка бай	+11640	+638%
3.	Портал о ЗОЖ SimpleSlim	+21620	+565%
4.	Fismart.ru Интернет-магазин посуды Fissman	+12734	+549%
5.	Новости Брянск. Город 32	+25057	+533%

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите к
разметке компьютера

Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

SimilarWeb

similarweb.com



Analyse any Website or App



[Solutions](#)

[Resources](#)

[Pricing](#)

[About Us](#)

[Login](#)

Rank ⓘ	Website ⓘ	Category ⓘ	Change ⓘ	Avg. Visit Duration ⓘ
1	vk.com	Internet and Telecom > Social Network	=	
2	youtube.com	Arts and Entertainment > TV and Video	=	Available with Si Get country specific data any website or app to
3	yandex.by	Internet and Telecom > Search Engine	=	
4	google.by	Internet and Telecom > Search Engine	=	
5	google.com	Internet and Telecom > Search Engine	+1	
6	ok.ru	Internet and Telecom > Social Network	-1	
7	mail.ru	Internet and Telecom > Email	=	
8	tut.by	News and Media	=	

Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

Медиалогия

mlg.ru

МЕДИАЛОГИЯ		
О компании Продукты Рейтинги Сертификация Инфо		
Топ-10 самых цитируемых журналов - август 2018		
Медиалогия		
Журнал	ИЦ в СМИ	
 1. Forbes	675,35	
 2. Star Hit	222,54	
 3. Эксперт	23,18	
 4. Сноб	18,26	
 5. 7 Дней	15,62	
 6. Esquire	10,96	
 7. Tatler	10,92	
 8. HELLO!	10,80	

Топ-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов - август 2018

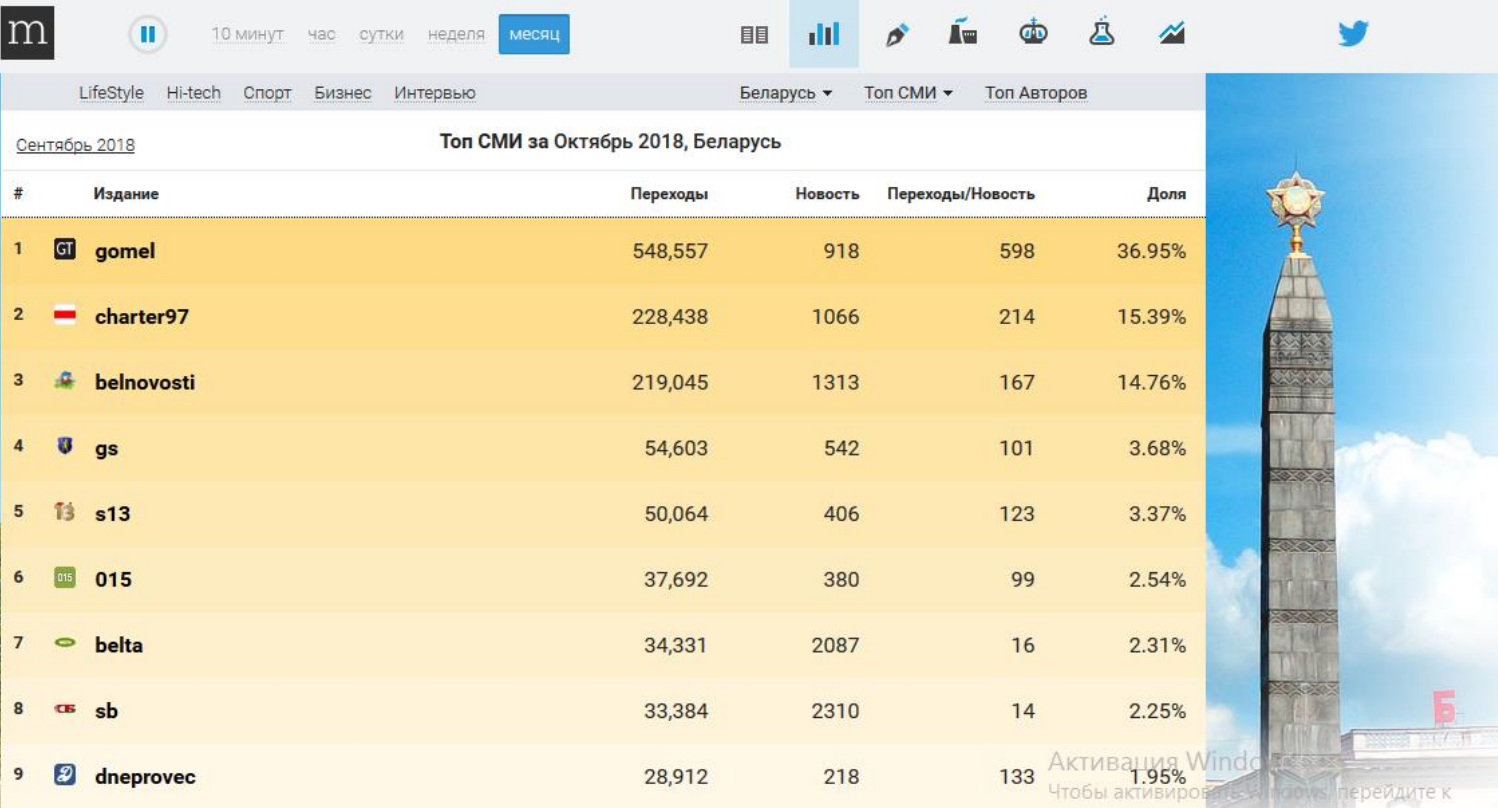
Медиалогия

Интернет-ресурс	ИЦ в СМИ
1. Rbc.ru	2 513,67
2. Gazeta.ru	1 279,27
3. Russian.rt.com	1 131,65
4. Life.ru	759,61
5. Lenta.ru	651,03
6. Kp.ru	356,97
7. Fontanka.ru	349,88
8. Zona.media	210,94

Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

Mediametrics

mediametrics.ru



#	Издание	Переходы	Новость	Переходы/Новость	Доля
1	 gomel	548,557	918	598	36.95%
2	 charter97	228,438	1066	214	15.39%
3	 belnovosti	219,045	1313	167	14.76%
4	 gs	54,603	542	101	3.68%
5	 s13	50,064	406	123	3.37%
6	 015	37,692	380	99	2.54%
7	 belta	34,331	2087	16	2.31%
8	 sb	33,384	2310	14	2.25%
9	 dneprovec	28,912	218	133	1.95%

Рейтинги СМИ и интернет-ресурсов

Brand Analytics

br-analytics.ru

Самое обсуждаемое | Медиаперсоны | **Рейтинг медиаресурсов** | Рейтинг авторов и групп

Период: 2018-10-21

Сутки

Неделя

Месяц

СМИ

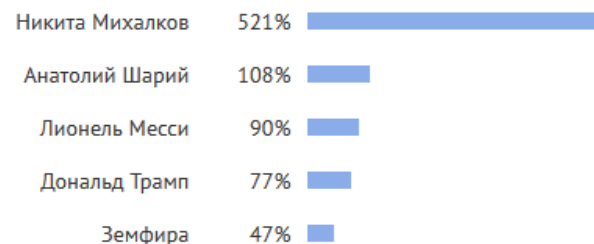
Лидеры роста в СМИ



№	Персона	Упоминаний	+/-
1	+1 Дональд Трамп	4 016	+1 942

Социальные медиа

Лидеры роста в соцмедиа



№	Персона	Упоминаний	+/-
1	Владимир Путин	117 488	-31 562

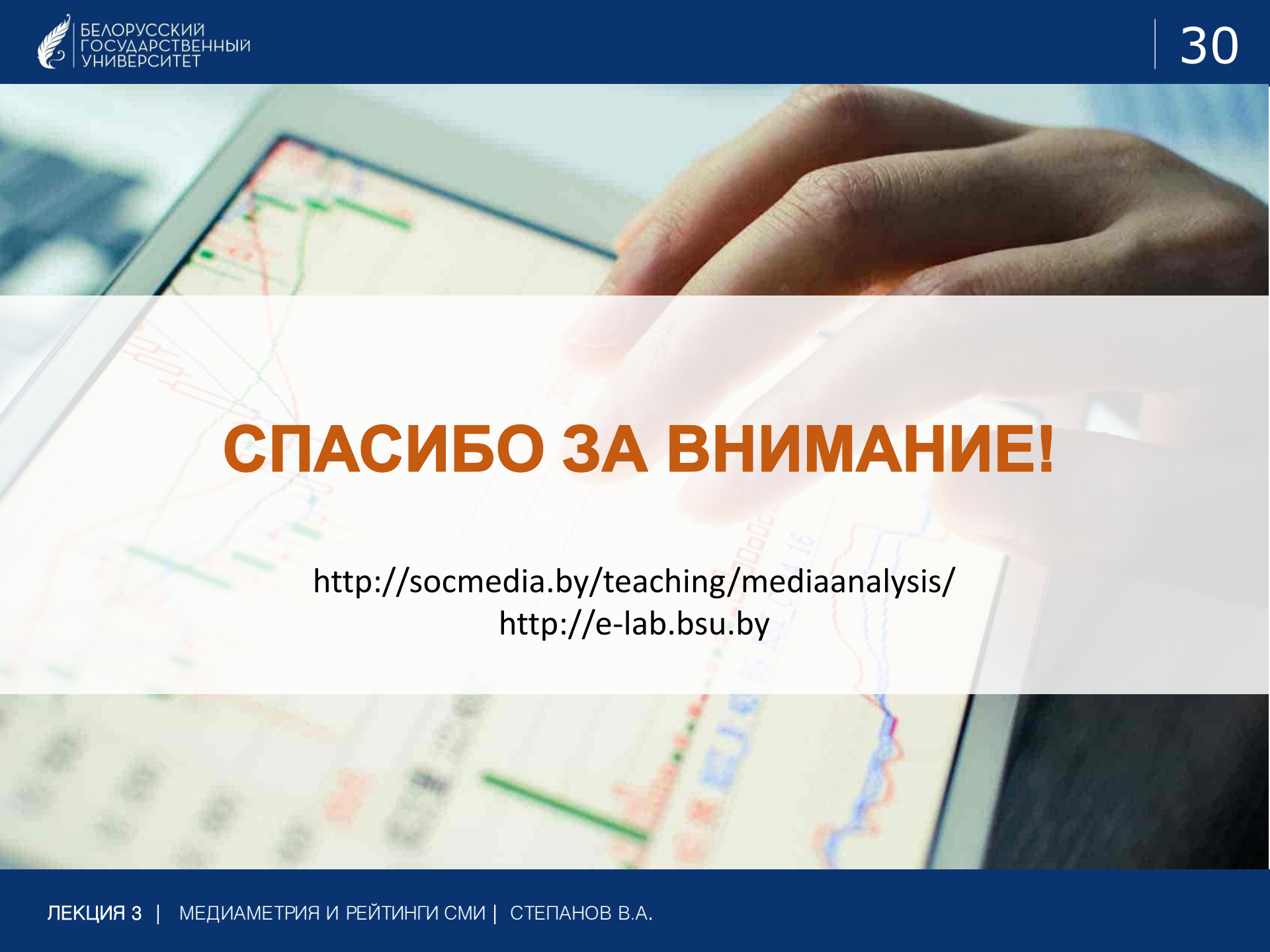
Активация Windows
Чтобы активировать Windows, зайдите на [www.microsoft.com/windows/activation](#)

Ключевые тезисы лекции

- 1** В узком смысле медиаметрия – это исследования объема аудитории СМИ, ее характеристик и поведения. Полученные данные позволяют определять расценки на рекламу, оценивать влияние ресурса и т. д.
- 2** В медиаметрии используются количественные и качественные методы исследования. Распространение получили массовые опросы (телефонные или очные интервью), а также сбор данных со счетчиков – пиплметров или интернет-приложений.
- 3** Медиаметрические измерения служат основой для составления рейтингов СМИ, в основе которых обычно лежат такие параметры, как охват аудитории и цитируемость.

Литература по теме

1. Дерик, А. Медиаизмерения 2018: кто и как собирает данные о телесмотрении в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.telesputnik.ru/materials/tsifrovoe-televidenie/article/mediaizmereniya-v-rossii-2018/>. – Дата доступа: 15.10.2018.
2. Основные функции и задачи медиа показателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adview.ru/cat_marketing-ru/base-media-metrics/. – Дата доступа: 15.10.2018.
3. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований за 2015 год / под общ. ред. А.П. Дербина. – Минск: ИАЦ, 2016. – С. 109–167.
4. Скобелев, В.Д. Медиаметрия: учебное пособие / В.Д. Скобелев. – СПб., изд. СПбГИКиТ, 2018. – 156 с.
5. Универсальная журналистика: Учебник для вузов / под ред. Л.П. Шестеркиной. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2016. – С.322–343.
6. Фомичева, И. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию: учеб. пособие / И. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 156 с.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

<http://socmedia.by/teaching/mediaanalysis/>
<http://e-lab.bsu.by>