



Исследовательская группа

ЦИРКОН

Настоящие исследования
для профессионалов и вдумчивых потребителей

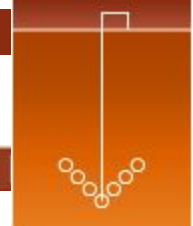
Медиапотребление населения России: динамика и дифференциация

**Материалы к обсуждению
на экспертной сессии
«Оценка текущего состояния
и перспективы развития медиаграмотности в России»**

15.06.2012



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



Название проекта

«Мониторинг уровня медиаграмотности населения России».

Методика

Всероссийские выборочные опросы населения РФ по репрезентативной выборке. Объем выборки – 1600 респондентов. Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства.

Период сбора данных

- 1 волна – сентябрь 2009 года.
- 2 волна – сентябрь 2010 года.
- 3 волна – сентябрь 2011 года.

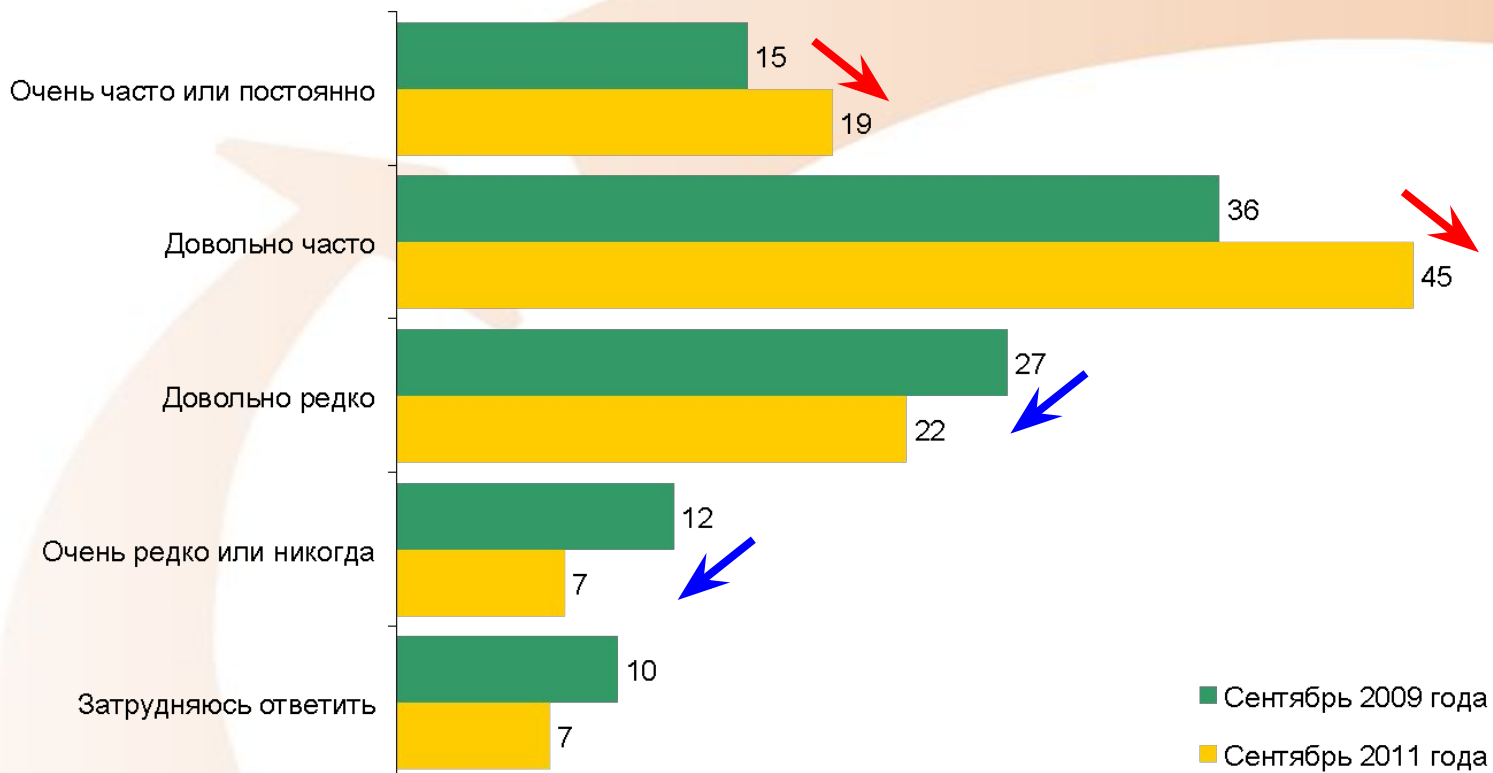
Заинтересованные стороны

Исследование выполняется в интересах Министерства связи и массовых коммуникаций РФ.



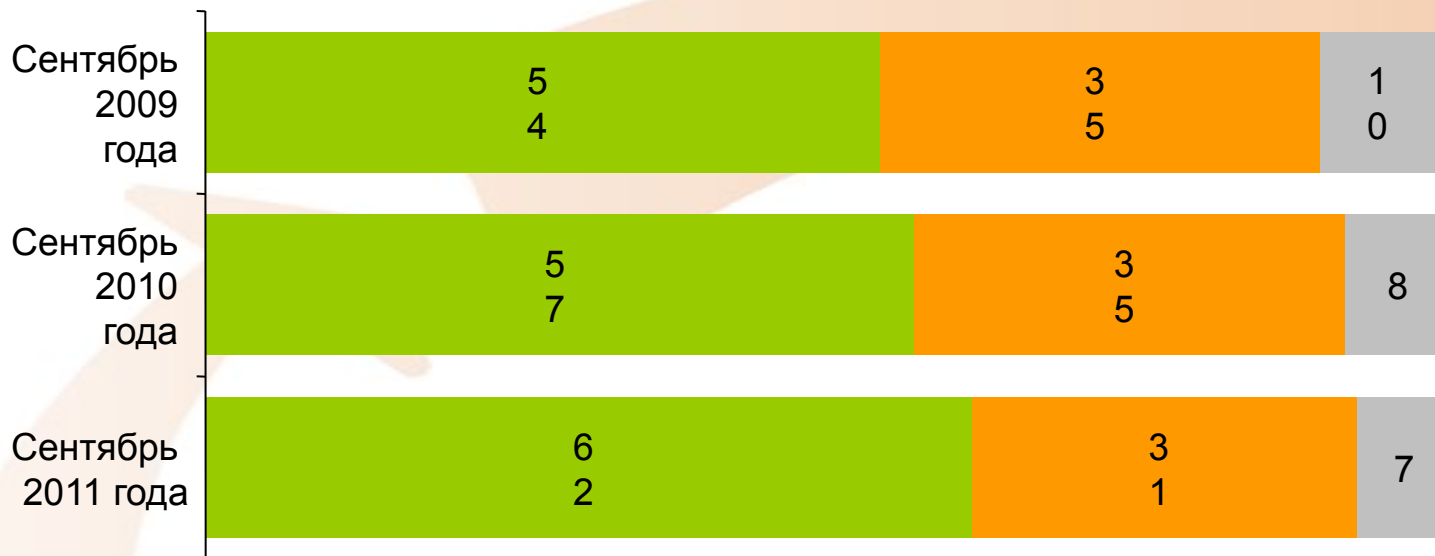
КРИТИЧЕСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ

«Как часто при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов у Вас складывалось ощущение, что Вас обманывают – дают заведомо ложную, непроверенную информацию или пытаются навязать Вам определенную точку зрения?»



ЧЕЛОВЕК В ПОТОКЕ ИНФОРМАЦИИ

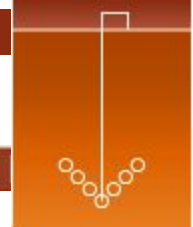
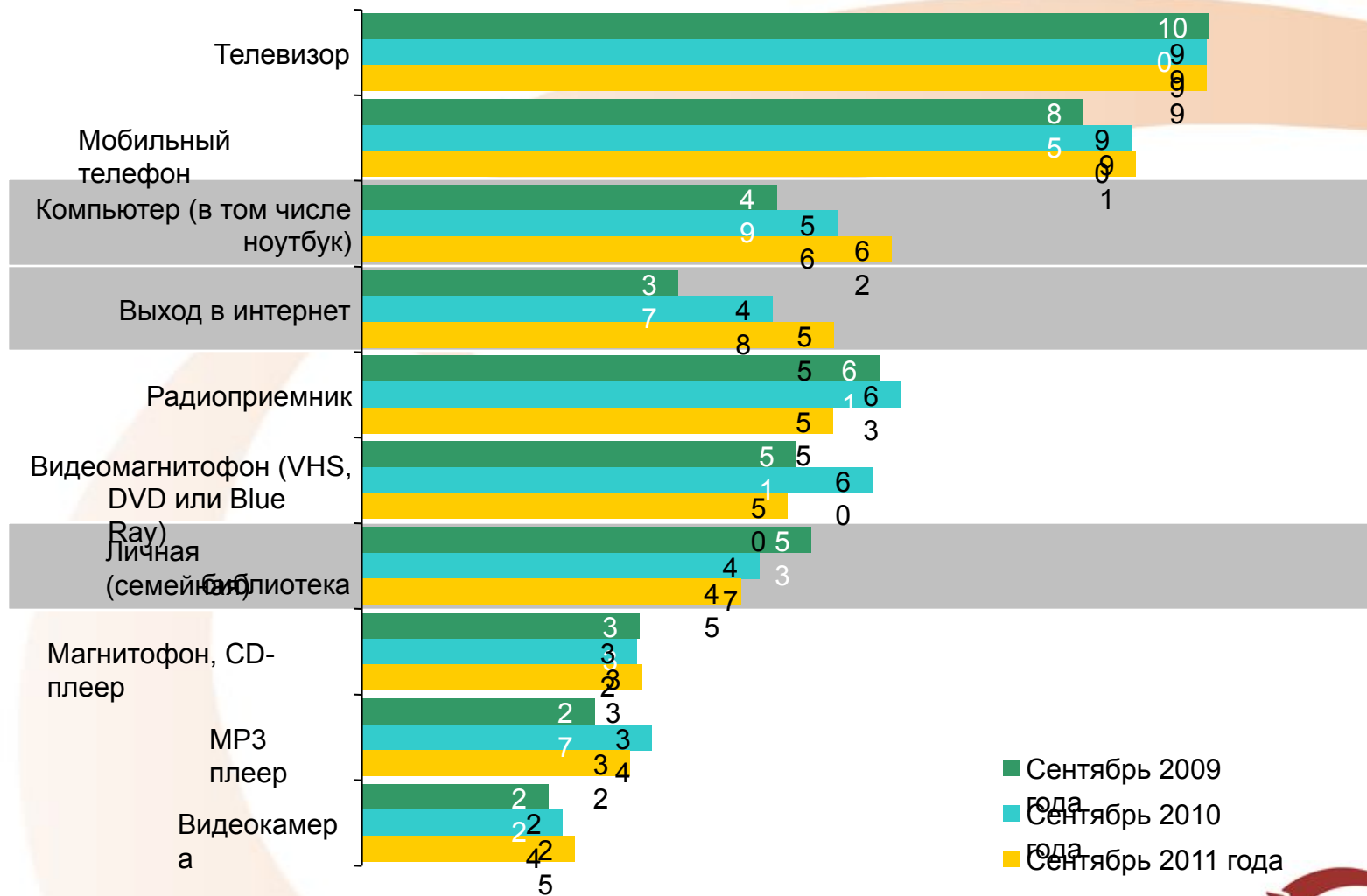
«С каким суждением – первым или вторым – Вы скорее согласны?»



- Человек сам может разобраться в потоке информации, отделить качественную информацию от информационного «мусора»
- Для того, чтобы разбираться в информационном потоке, человека нужно специально учить работать с информацией
- Затрудняюсь ответить

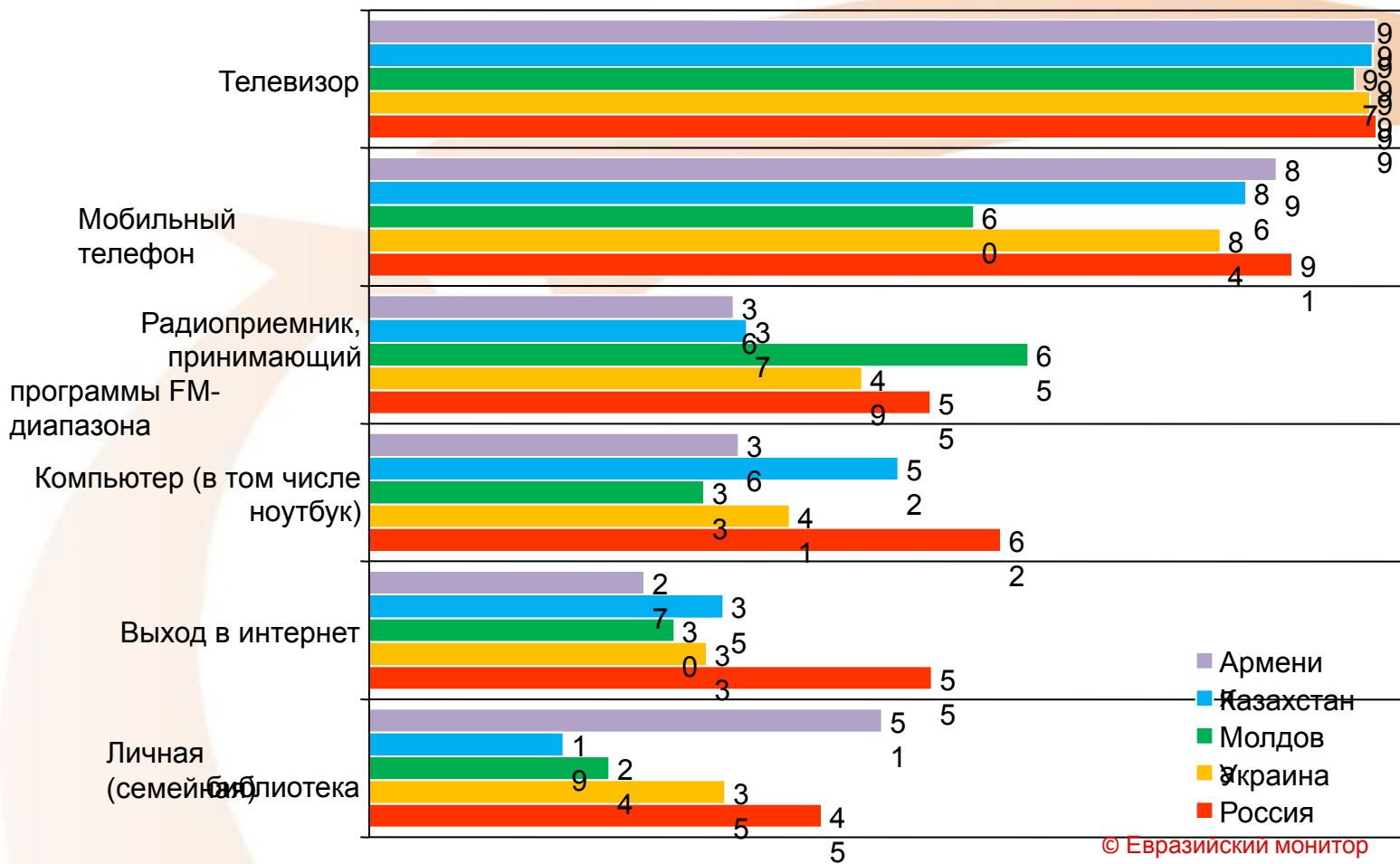
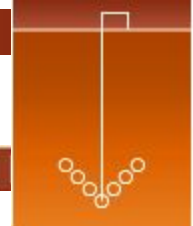
ВЛАДЕНИЕ МЕДИАУСТРОЙСТВАМИ

«Что из перечисленного есть у вас дома?»



ВЛАДЕНИЕ МЕДИАУСТРОЙСТВАМИ (НЕКОТОРЫЕ СТРАНЫ СНГ)

«Что из перечисленного есть у вас дома?»



© Евразийский монитор 2011

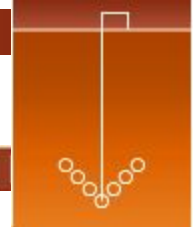
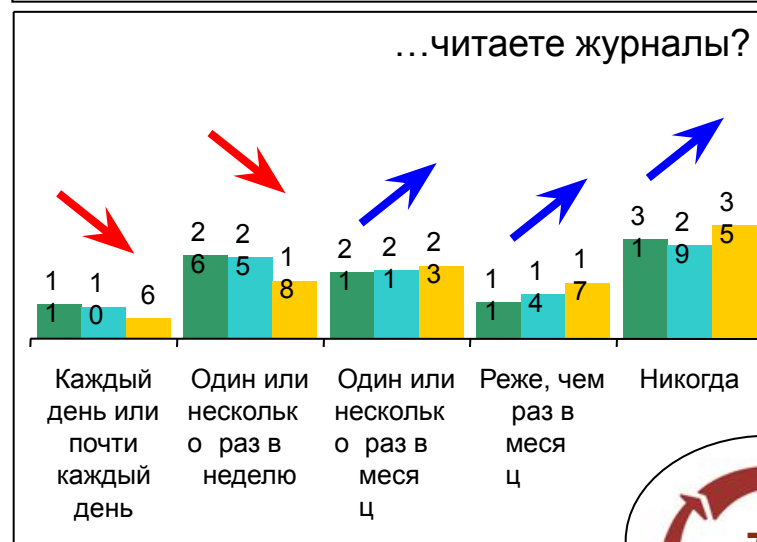
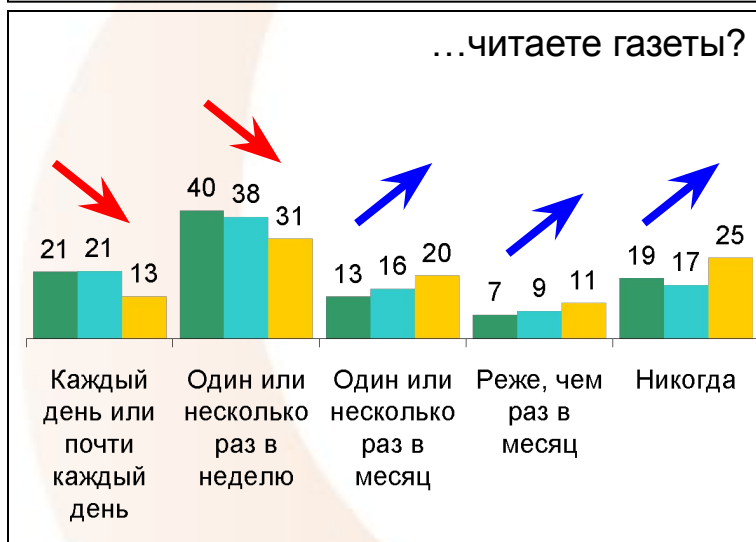
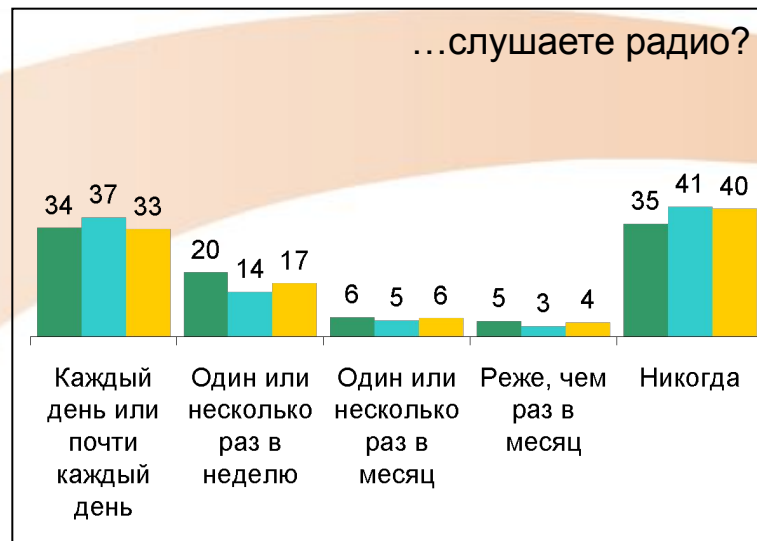
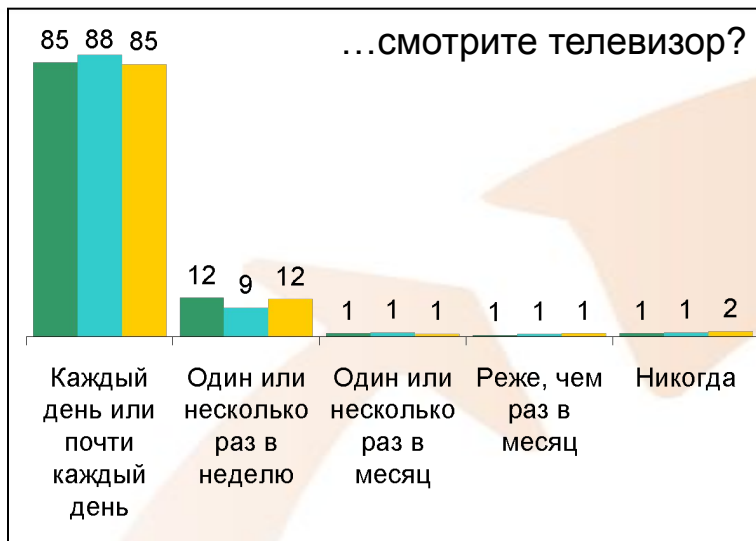


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ТРАДИЦИОННЫМ МЕДИА

«Как часто вы обычно...»



■ Сентябрь 2009
 ■ Сентябрь 2010
 ■ Сентябрь 2011 года

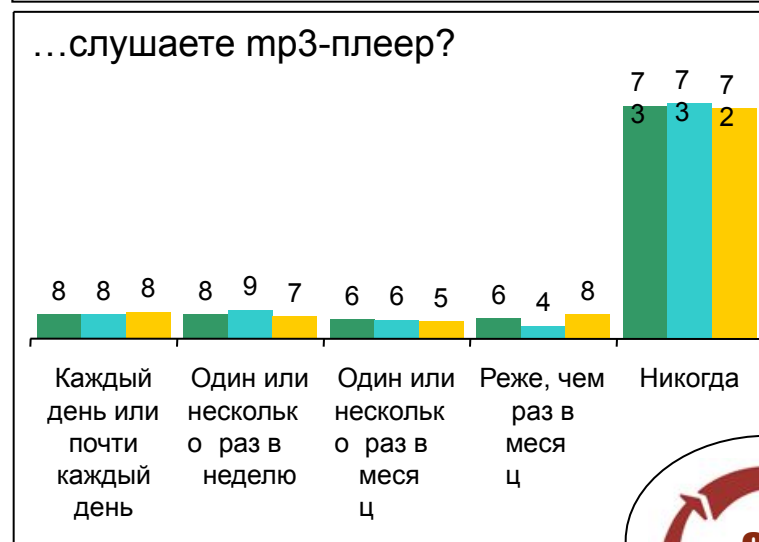
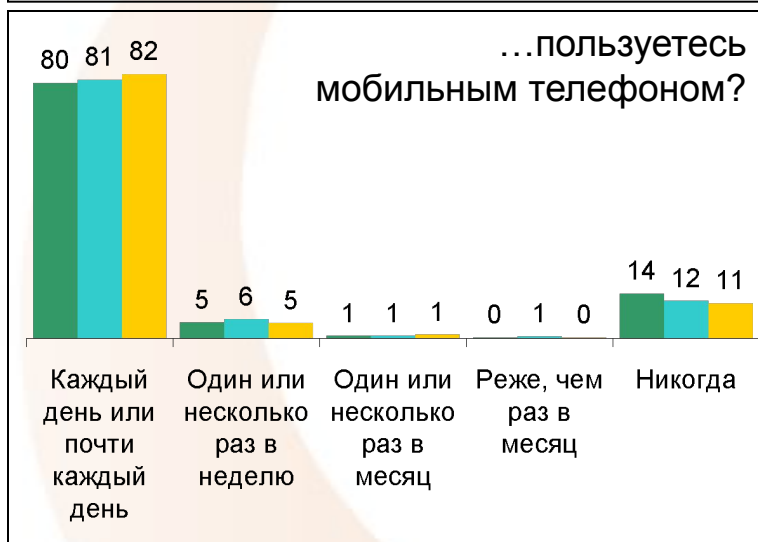
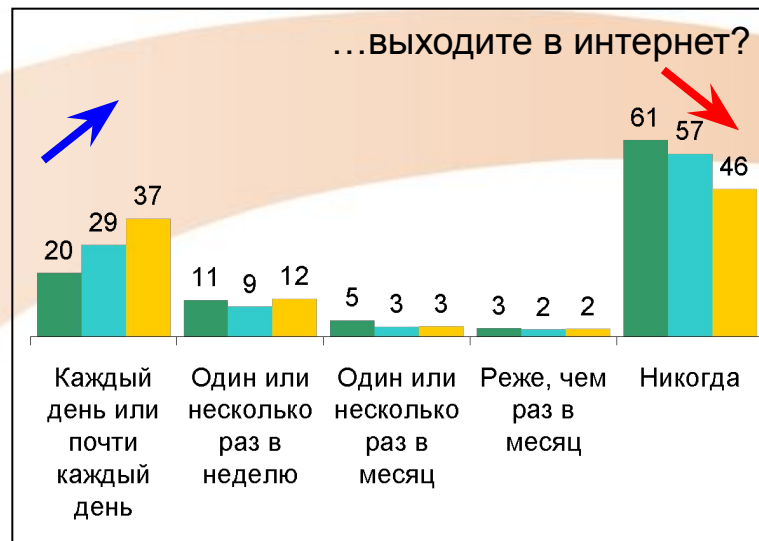
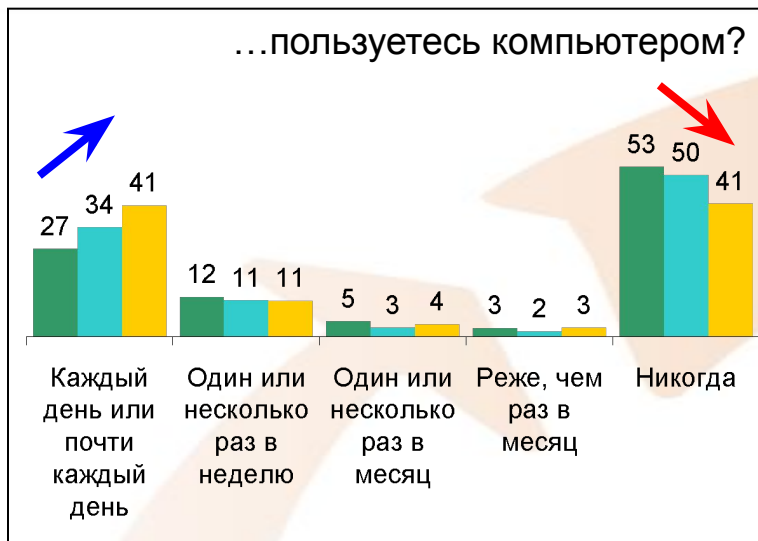


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К НОВЫМ МЕДИА

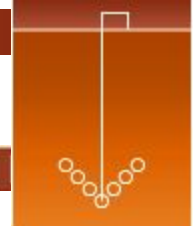
«Как часто вы обычно...»



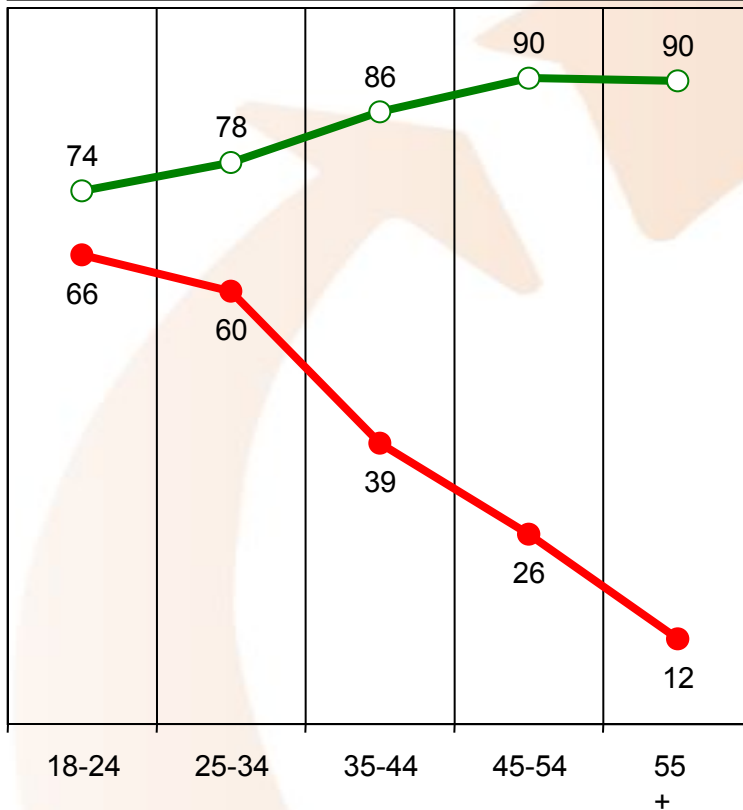
■ Сентябрь 2009
 ■ Сентябрь 2010
 ■ Сентябрь 2011 года



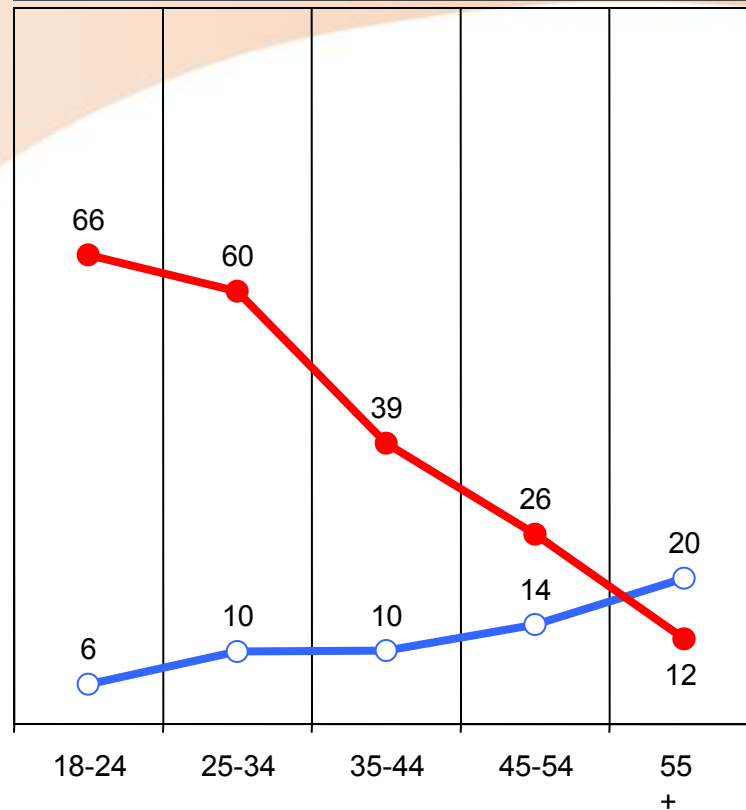
ВОЗРАСТНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ОБРАЩЕНИЯ К МЕДИА



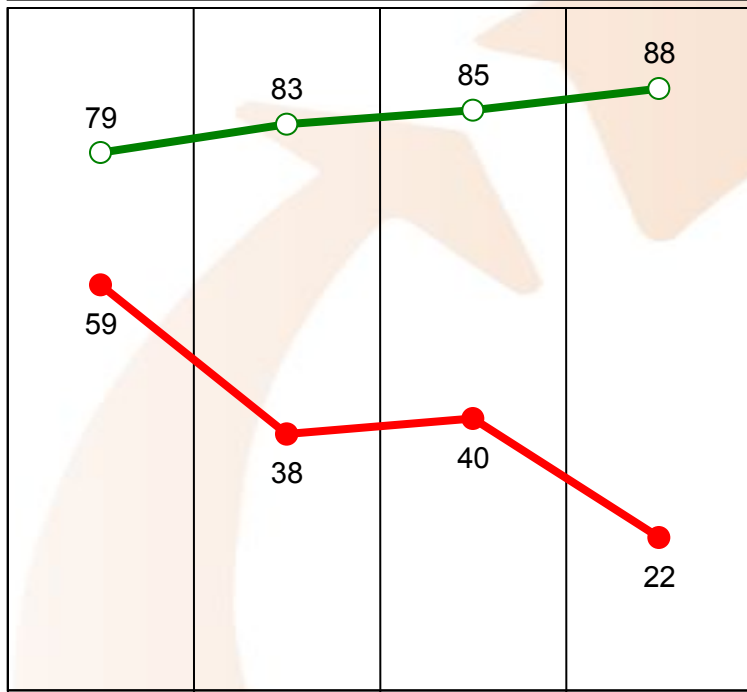
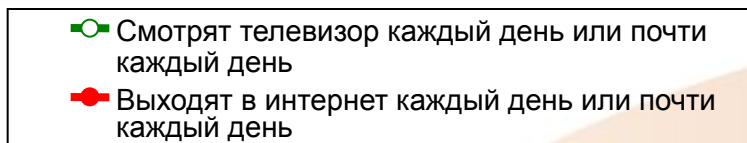
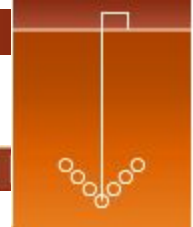
○ Смотрят телевизор каждый день или почти каждый день
● Выходят в интернет каждый день или почти каждый день



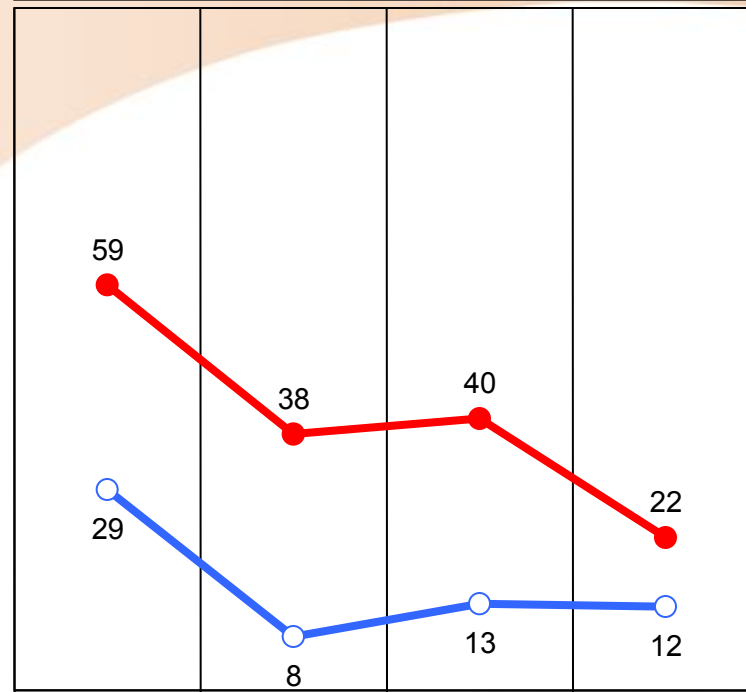
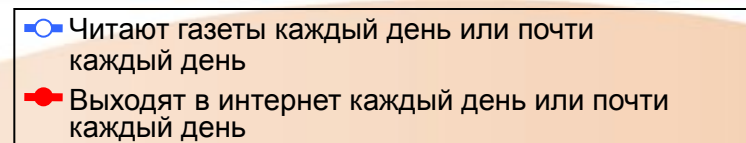
○ Читают газеты каждый день или почти каждый день
● Выходят в интернет каждый день или почти каждый день



ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ ОБРАЩЕНИЯ К МЕДИА



Столичный город Областной центр Малы город, пгт Сельский НП



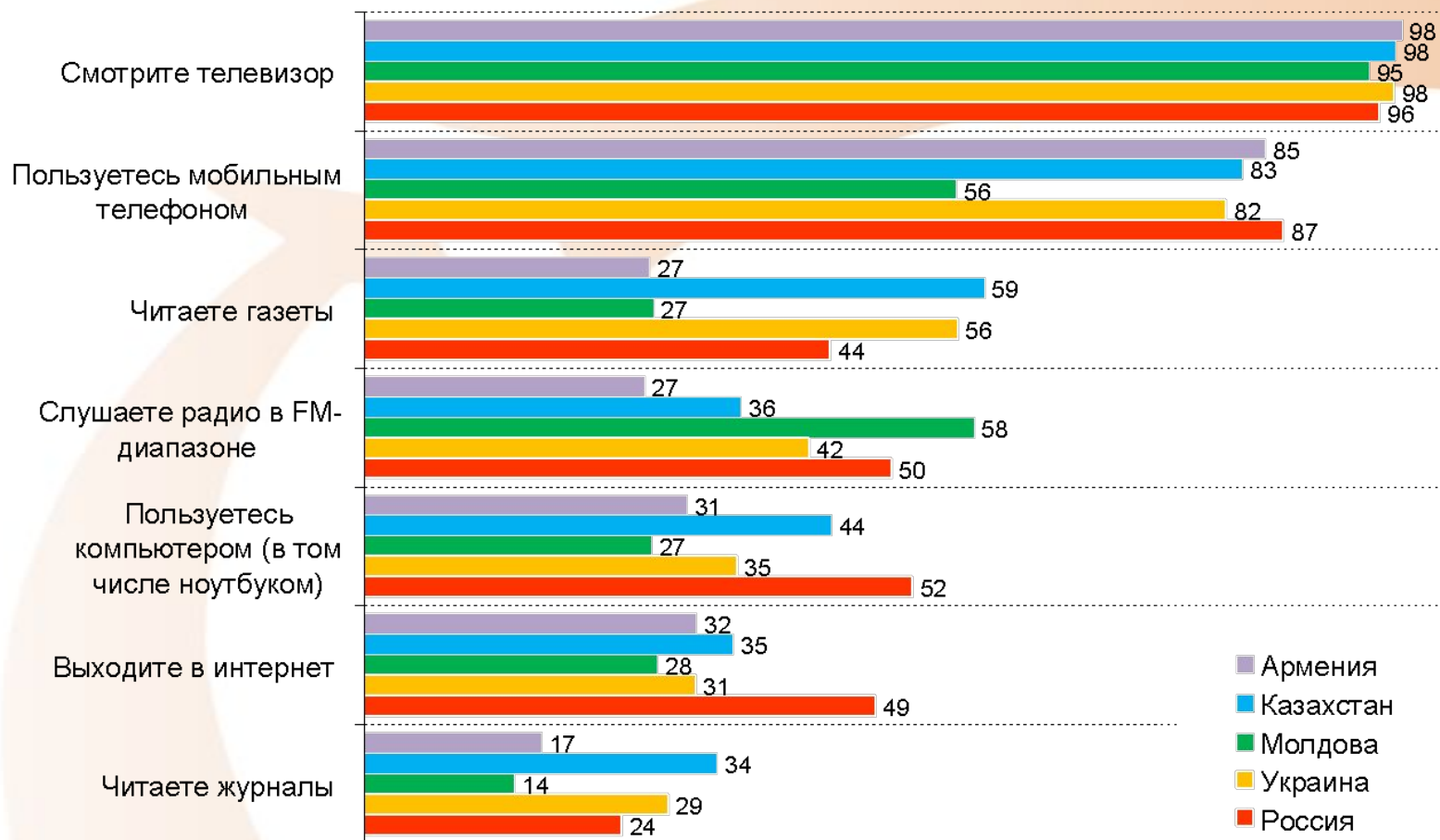
Столичный город Областной центр Малы город, пгт Сельский НП



ЗАКОНОМЕРНОСТИ ОБРАЩЕНИЯ К МЕДИА (СНГ)

«Как часто вы обычно...»

(% указавших частоту «не реже одного раза в неделю»)



© Евразийский монитор 2011

НАВЫКИ РАБОТЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ

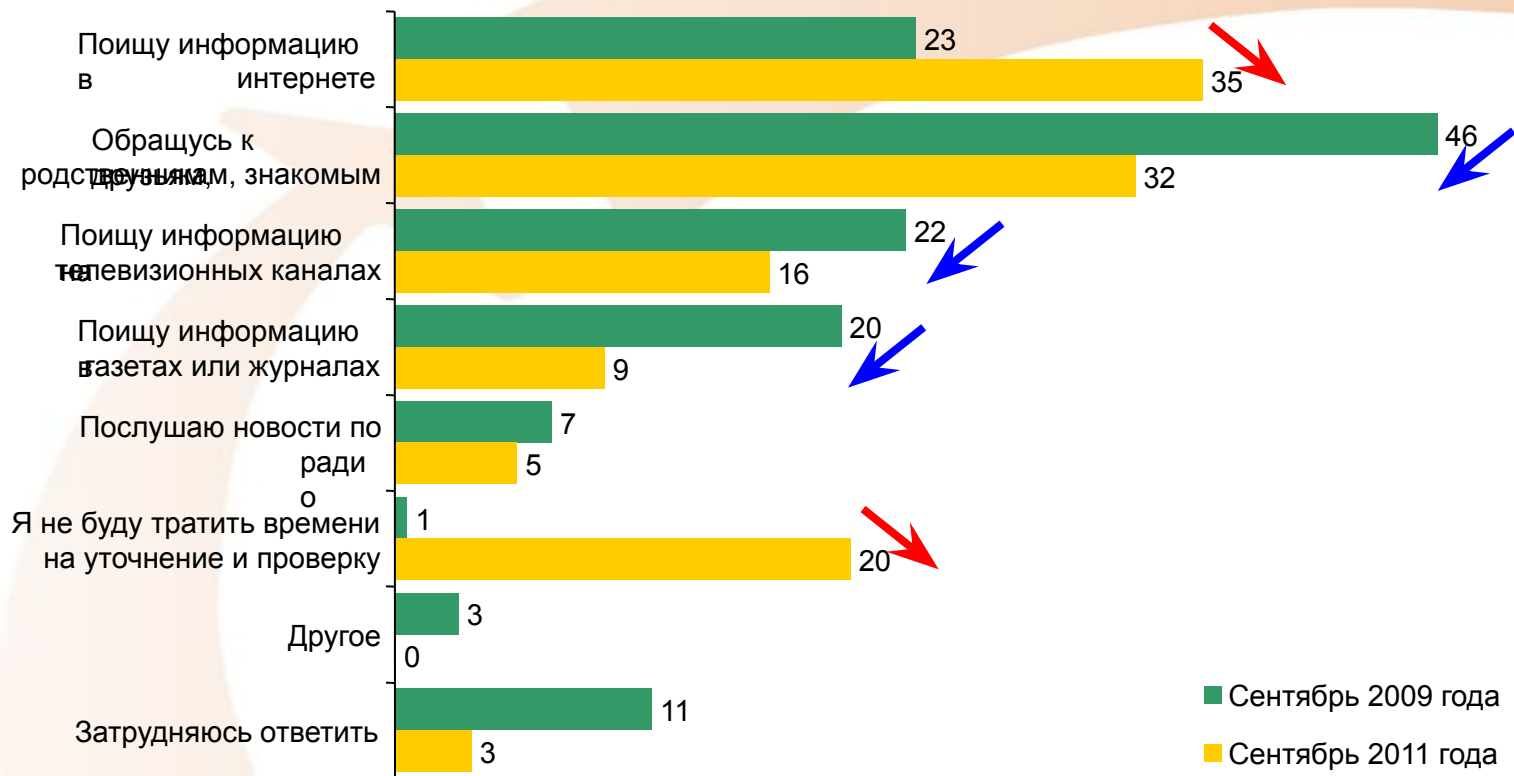
ЦИРКОН

«Скажите, пожалуйста, согласны ли Вы со следующими суждениями?»



ПРОВЕРКА ИНФОРМАЦИИ

«Представьте себе, что в одном из средств массовой информации Вы услышали важную для вас новость, но информация была неполной или вызывала у вас сомнение. Куда Вы обратитесь, чтобы уточнить или проверить эту информацию?»



СВОДНЫЙ ИНДЕКС МЕДИАГРАМОТНОСТИ

Распределение населения РФ по группам в зависимости от значений сводного индекса медиаграмотности



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



ЦИРКОН

Информация о проекте

Дополнительную информацию об исследовании можно получить у руководителя проекта Виктора Мойсова, moysov@zircon.ru

Наши координаты

109028, Россия, Москва, ул. Солянка, д.3, стр.1, офис 14

Тел./факс: +7 (495) 621-3415, 628-5167

www.zircon.ru / info@zircon.ru / Skype: zircon.r.g.



ЦИРКОН