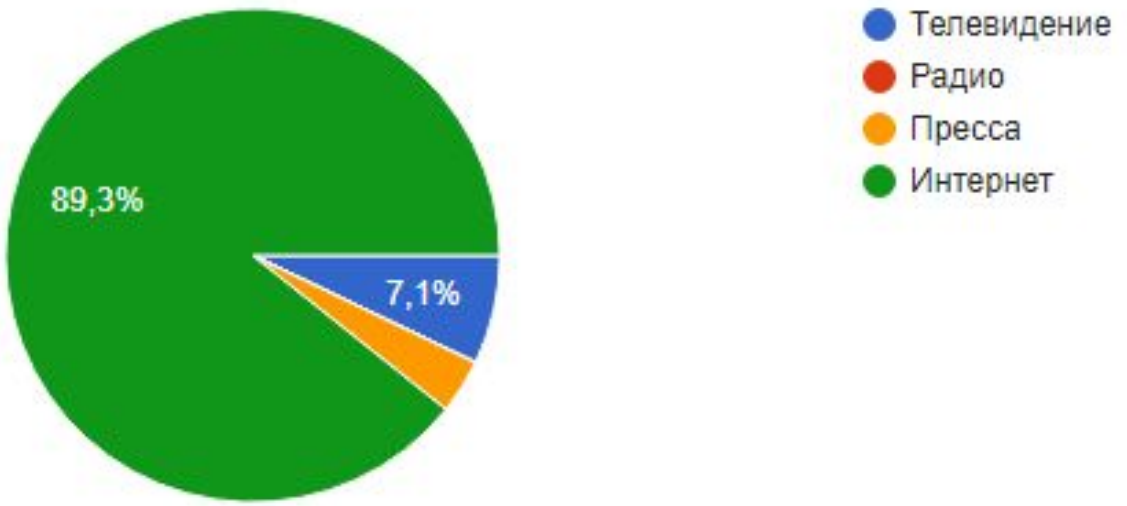
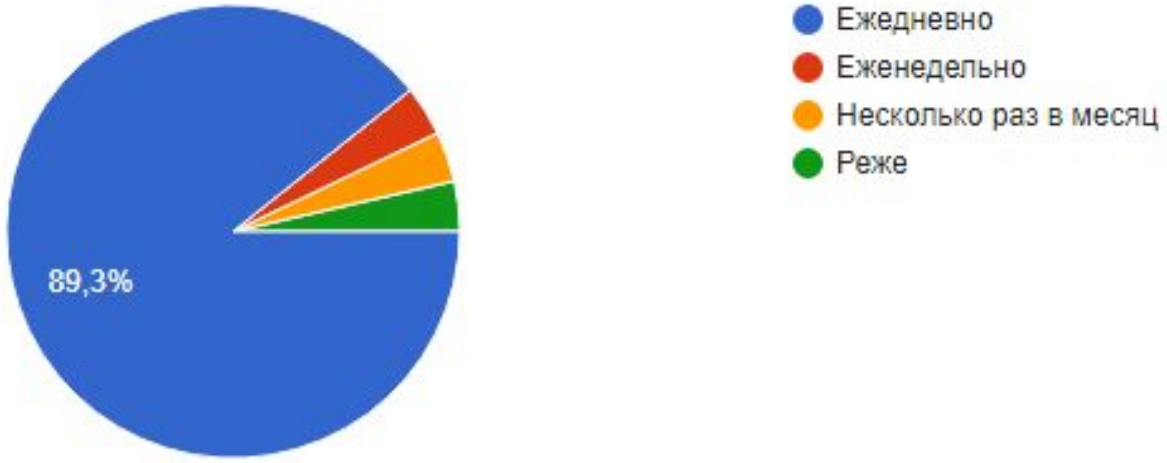
СМИ в жизни современного человека

АНКЕТИРОВАНИЕ

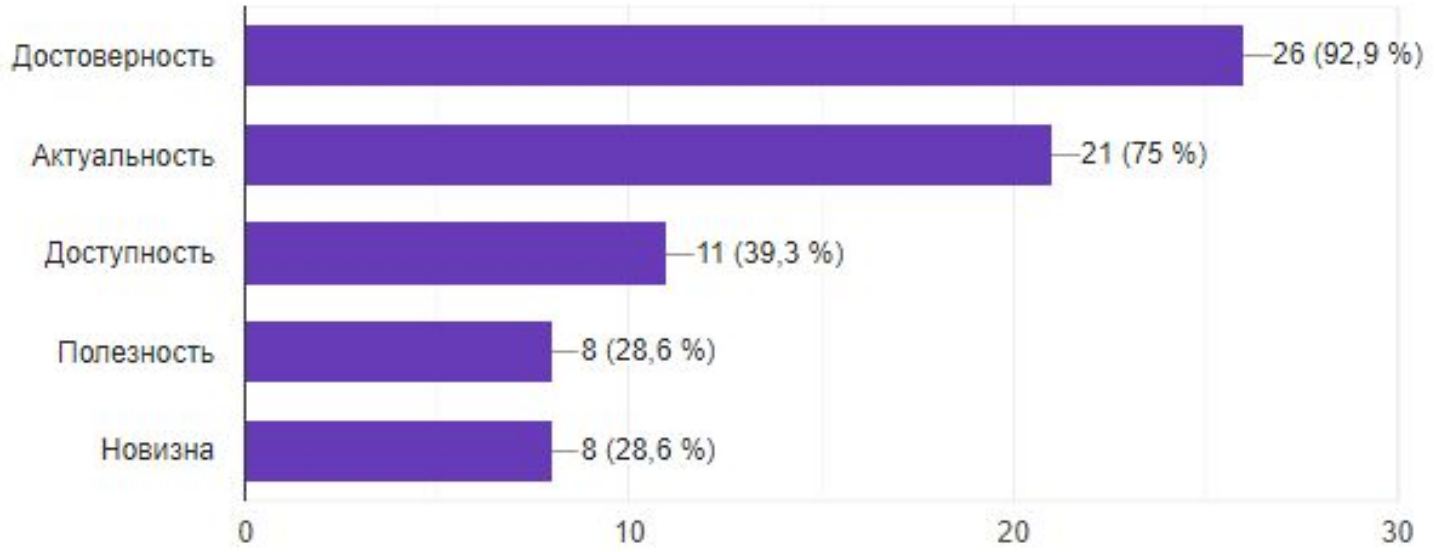
Главный источник информации



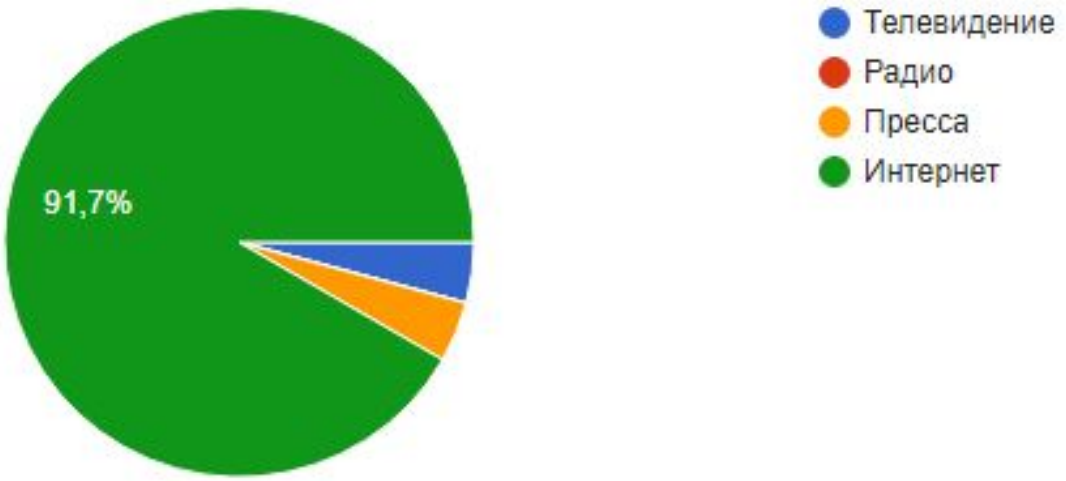
Частота использования ресурсов СМИ



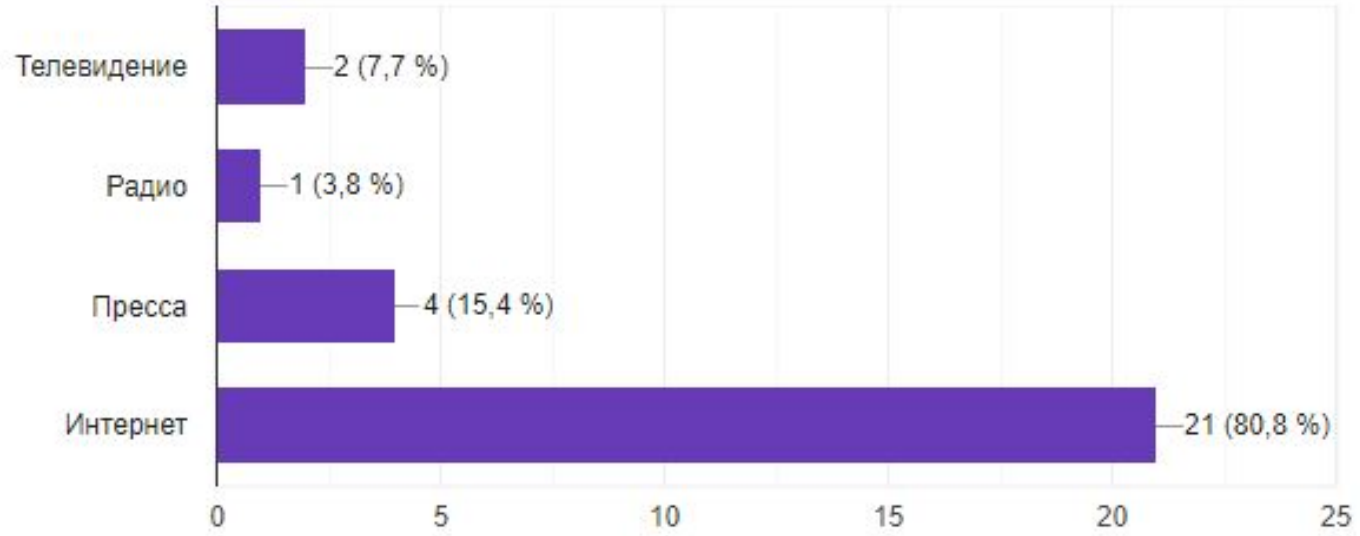
Качества современных СМИ



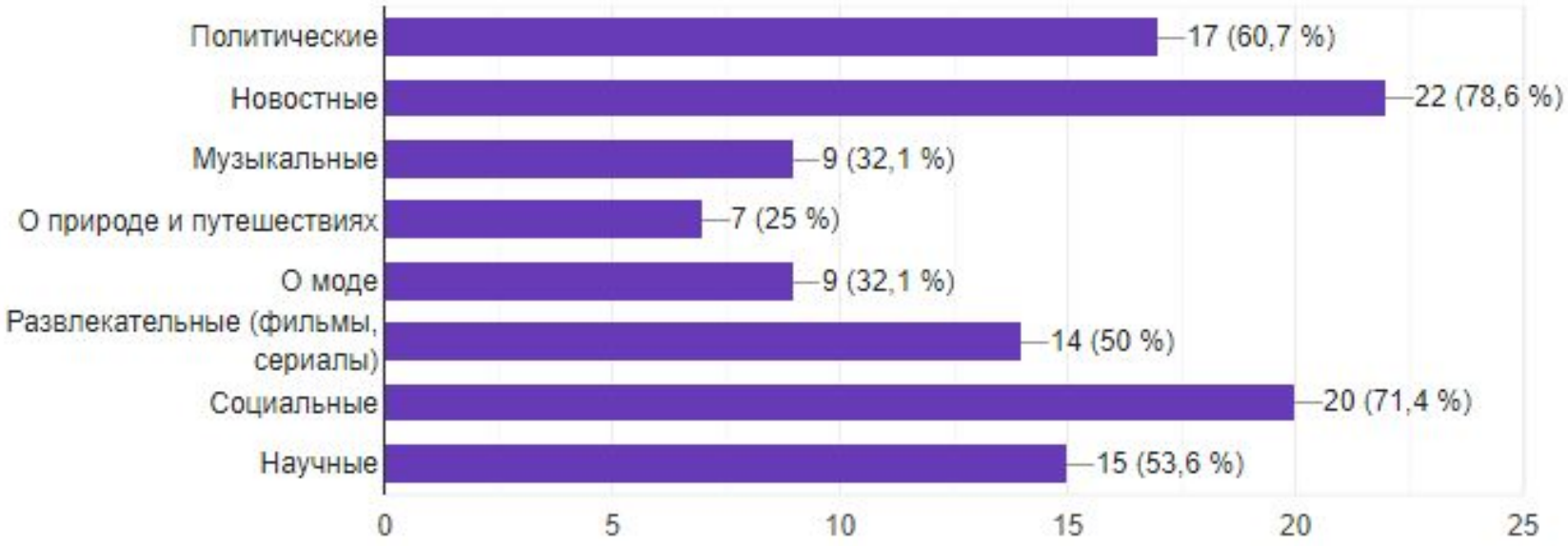
СМИ, которым присущи выбранные качества



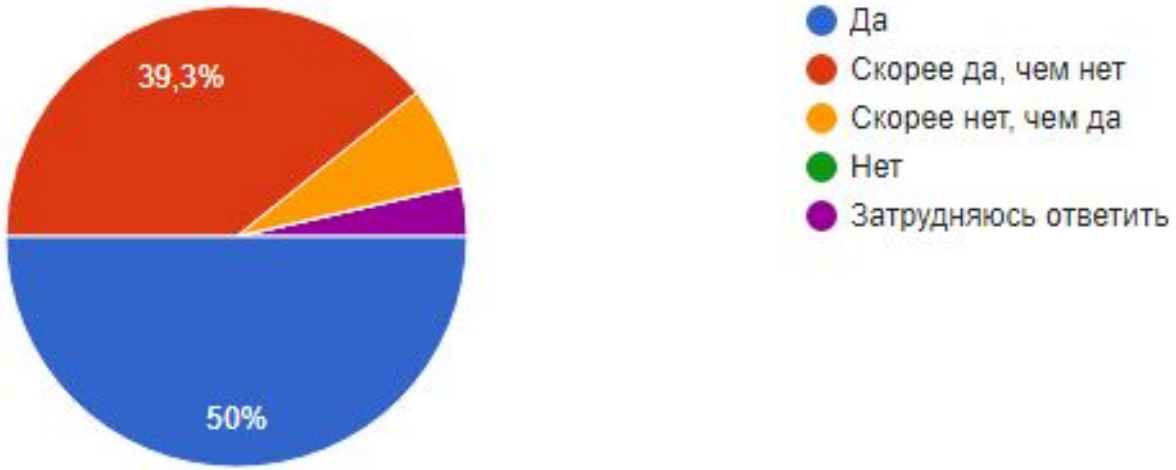
Наиболее достоверная информация

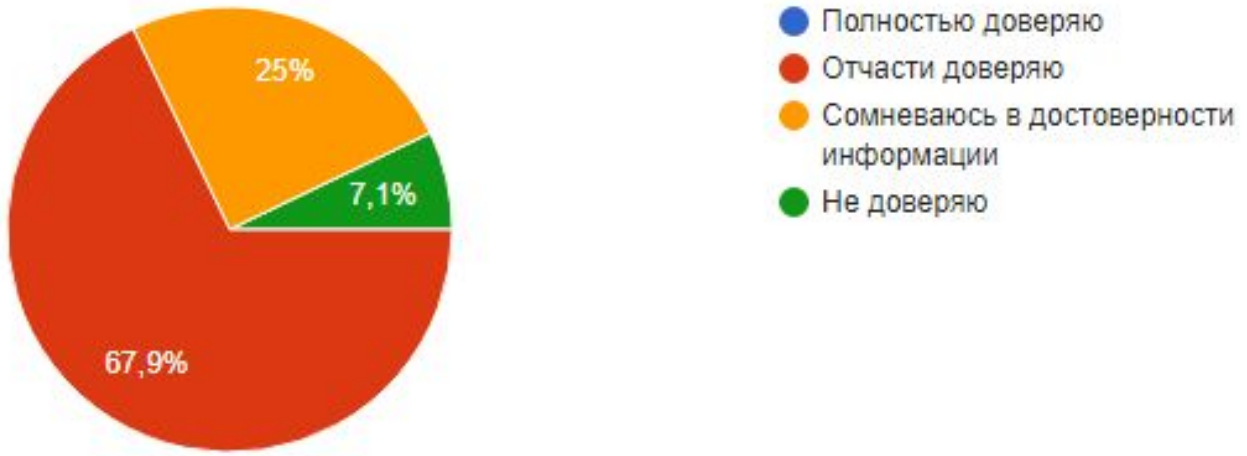


Интересующие темы

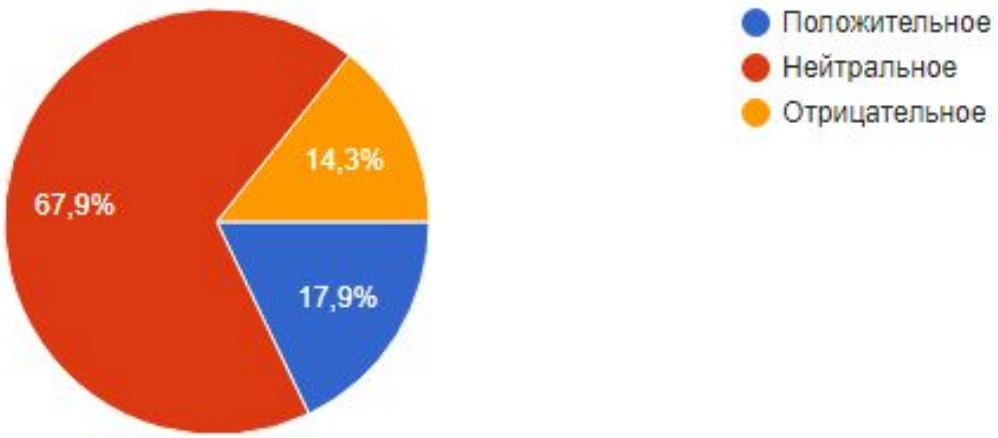


Доверие к СМИ

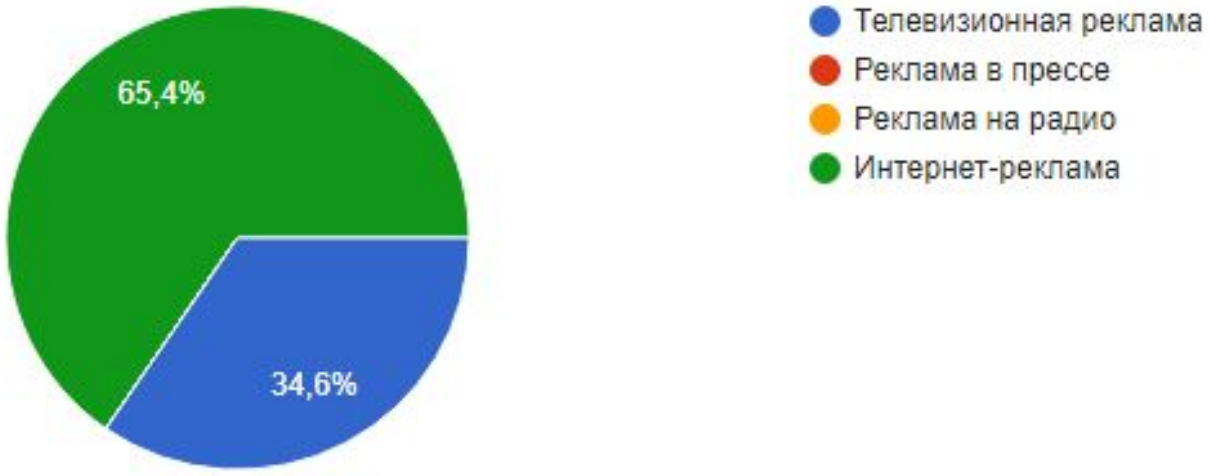



25%
7,1%
67,9%
Полностью доверяю
Отчасти доверяю
Сомневаюсь в достоверности информации
Не доверяю

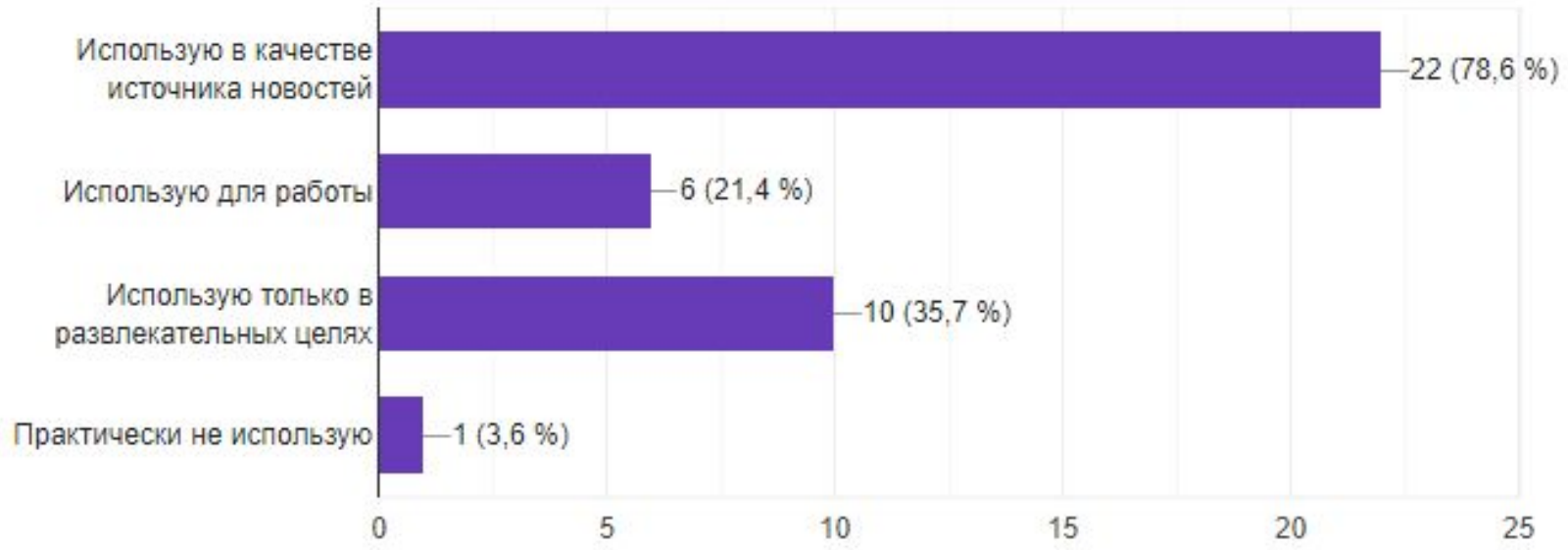
Отношение к рекламе



Эффективность рекламы



СМИ в жизни человека



Пол и возраст

Женщины – 78,5 %

Мужчины – 21,4 %

Возрастная категория:
от 18 до 20 – 11,1 %
от 21 до 25 – 59,8 %
от 26 до 35 – 7,4 %
старше 45% - 14,8 %
не указали – 6,9%