

# Основные характеристики медиаповедения населения России

Пресс-релиз по результатам второй волны исследования, 22.10.2010

Исследование «Основные характеристики медиаповедения населения России» проводится Группой ЦИРКОН второй раз (первый замер сделан год назад). Проект направлен на изучение степени приобщения россиян к медиаконтенту. В качестве индикаторов (признаков) этой степени приобщения рассматриваются владение теми или иными медиаустройствами и интенсивность обращения к медиаустройствам. Для анализа используются данные следующих замеров:

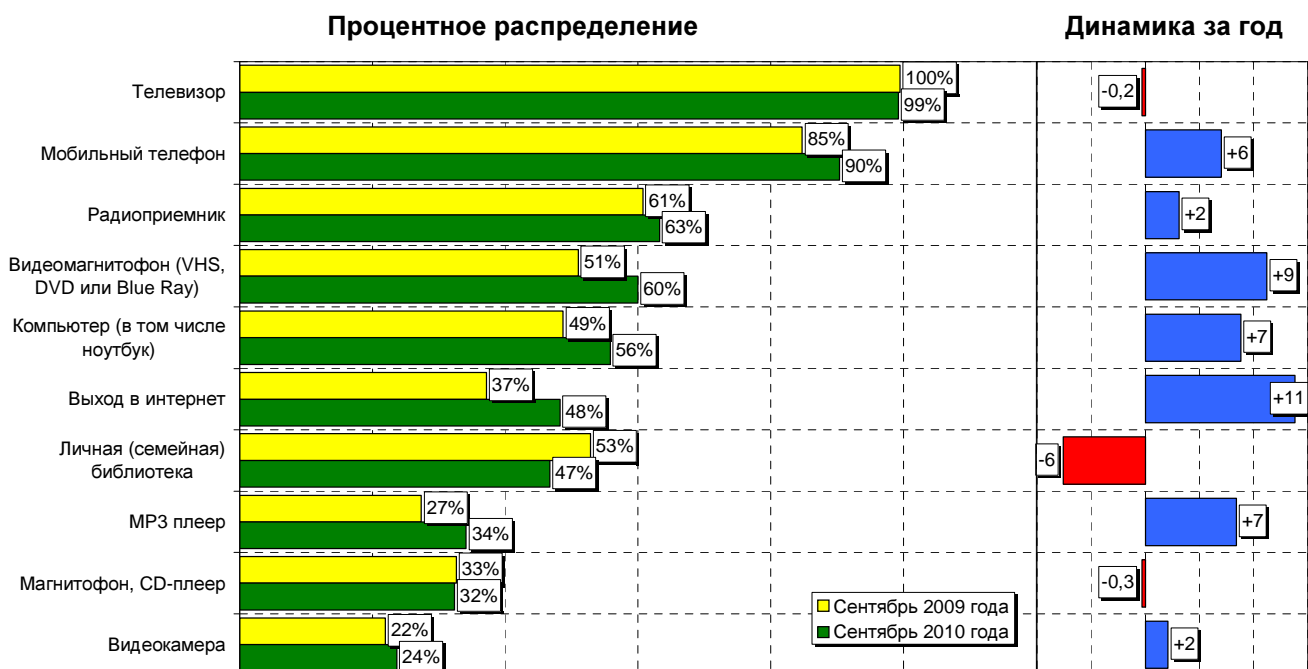
1. Исследовательская группа ЦИРКОН. Всероссийский омнибус «КВАРТА-09.3». Данные выборочного опроса населения РФ по репрезентативной выборке. Объем выборки – 1600 респондентов. Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства. Время опроса: сентябрь 2009 года.
2. Исследовательская группа ЦИРКОН. Всероссийский омнибус «КВАРТА-10.3». Данные выборочного опроса населения РФ по репрезентативной выборке. Объем выборки – 1600 респондентов. Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства. Время опроса: сентябрь 2010 года.

## 1. Владение медиаустройствами

Уровень обеспеченности российских домохозяйств медиаустройствами<sup>1</sup> на сегодняшний день является довольно высоким. Практически каждое российское домохозяйство по словам респондентов оснащено телевизором, а уровень наличия мобильного телефона хотя бы у одного члена семьи достиг 90%. Половина и более домохозяйств, по словам респондентов, имеют радиоприемник, видеомэгафон (дисковый плеер), персональный компьютер (ноутбук).

За год между первым и вторым замером в той или иной степени выросла распространенность почти каждого из медиаустройств. В этом списке есть только одно значимое исключение – в России стало на 6 процентных пунктов меньше домохозяйств, в которых есть семейные библиотеки.

**Рис. 1.1. «Что из перечисленного на карточке есть у вас дома (у вас лично или у тех, кто проживает вместе с вами, неважно, пользуетесь ли вы этим сами или нет)?»**



Городские и сельские домохозяйства заметно различаются по уровню оснащенности медиаустройствами. Данные, представленные в приведенной ниже таблице, позволяют увидеть, что почти в каждой строке число в столбце «Райцентр» выше, чем в столбце «Сельский населен-

<sup>1</sup> «Личная (семейная) библиотека» и «Выход в интернет» в данном контексте для простоты тоже причисляются к «медиаустройствам», хотя авторы понимают некоторую терминологическую вольность такого причисления.

ный пункт», в столбце «Областной центр» – выше, чем в столбце «Райцентр», и, наконец, в столбце «Столичный город» – выше, чем в столбце «Областной центр». Единственное исключение – телевизор. Этот прибор есть в 98% домохозяйств столичных городов и в 100% домохозяйств сельских населенных пунктов.

**Таблица 1.1. «Что из перечисленного на карточке есть у Вас дома (у Вас лично или у тех, кто проживает вместе с Вами, неважно, пользуетесь ли Вы этим сами или нет)?»**

	Статус населенного пункта				Выборка в целом
	Столичный город	Областной центр	Райцентр, малый город, пгт	Сельский НП	
Телевизор	98%	99%	99%	100%	99%
Радиоприемник	75%	68%	61%	57%	63%
Компьютер (в том числе ноутбук)	78%	67%	54%	41%	56%
Выход в интернет	76%	60%	44%	34%	48%
Мобильный телефон	97%	94%	89%	86%	90%
Видеомагнитофон (VHS, DVD или Blue Ray)	70%	65%	58%	54%	60%
MP3 плеер	54%	40%	31%	25%	34%
Магнитофон, CD-плеер	44%	37%	31%	26%	32%
Видеокамера	46%	26%	20%	18%	24%
Личная (семейная) библиотека	65%	54%	44%	37%	47%

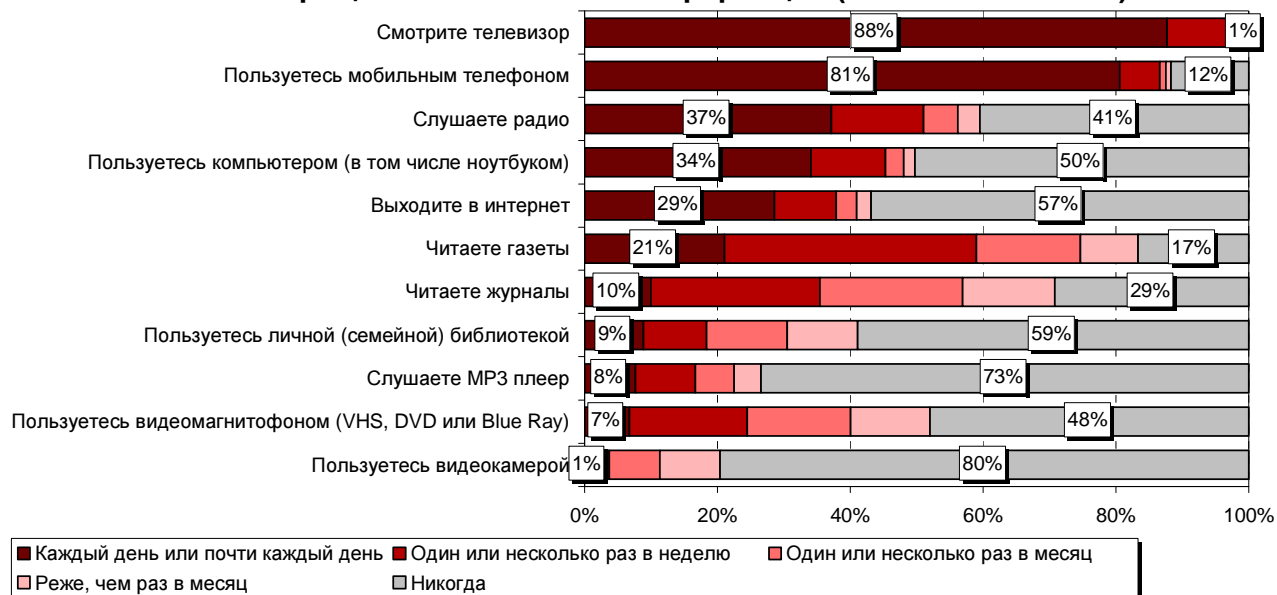
Примечание 1. В категорию «Столичный город» входят Москва и Санкт-Петербург.

Примечание 2. Зеленым выделены значения, значительно превышающие средние по выборке; красным – значения, значительно меньшие средних по выборке.

## 2. Частота обращения к источникам информации

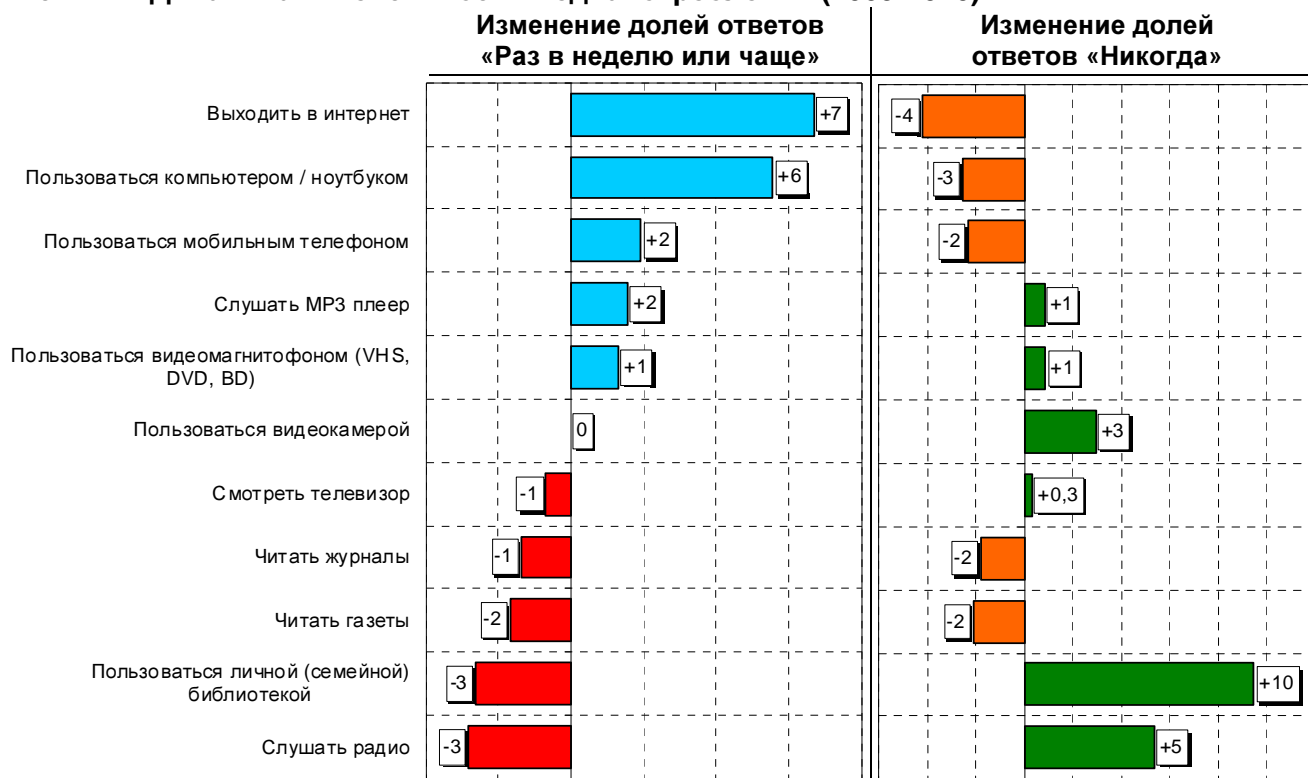
В анкету исследования был включен вопрос о частоте использования каждого из медиаканалов/медиаустройств. Распределения ответов на этот вопрос в 2010 году приведены на рис. 2.1. Чаще всего россияне смотрят телевизор. Наиболее редко используемым медиаустройством оказалась видеокамера – 80% респондентов по их утверждению не пользуются ей никогда (в это число входят и те респондентов, у которых видеокамеры вообще нет).

**Рис. 2.1. Частота обращения к источникам информации («Как часто Вы...?»)**



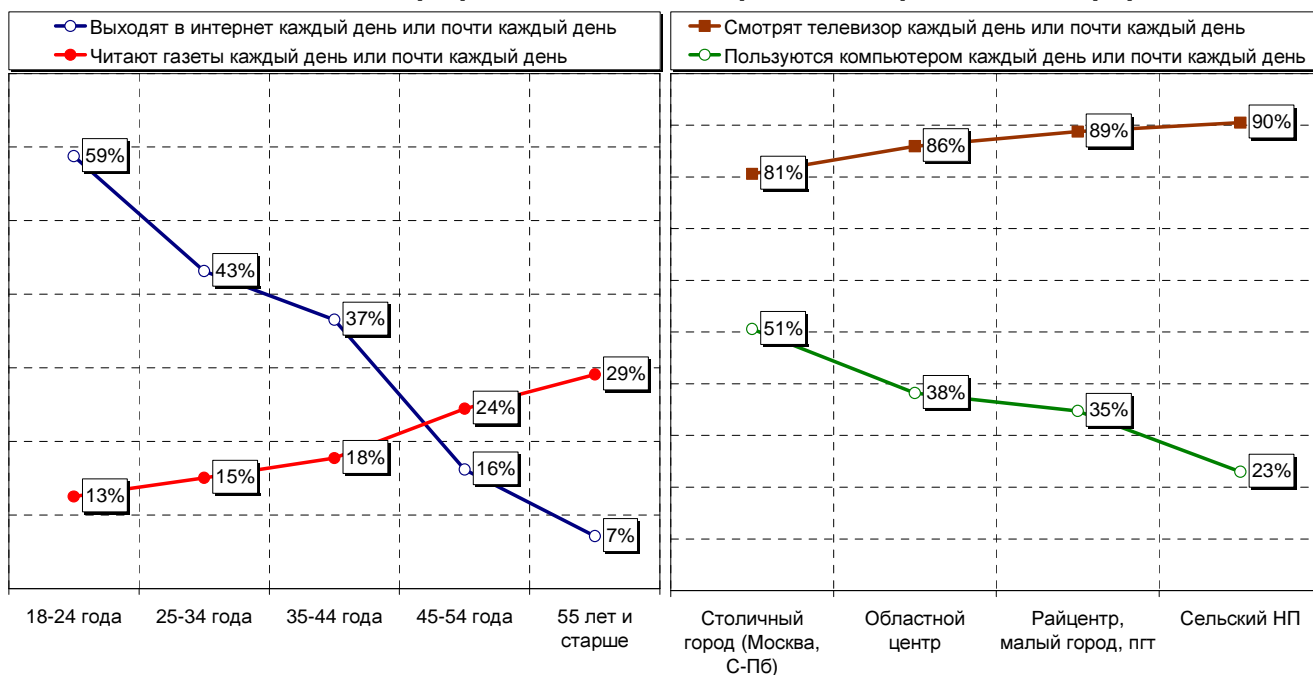
Изменения распределений ответов респондентов на этот вопрос в динамике за год между двумя волнами опроса иллюстрируются диаграммами на рис. 2.2. С одной стороны, жители России стали заметно чаще выходить в интернет и пользоваться компьютером. С другой стороны, на 10 процентных пунктов увеличилась доля россиян, вообще не пользующихся семейными библиотеками (в том числе, и по причине отсутствия в семье этих библиотек), и на 5 процентных пунктов – не слушающих радио.

Рис. 2.2. Динамика интенсивности медиапотребления (2009-2010)



Частота обращения к медиаустройствам имеет заметные различия как в зависимости от степени урбанизированности территории, так и в зависимости от возрастной категории респондентов. Некоторые характерные закономерности иллюстрируются графиками на рис. 2.3.

Рис. 2.3. Социально-демографические закономерности потребления информации



## Таблица распределений ответов респондентов

Формулировка вопроса, варианты ответов	2009	2010
<b>ЧТО ИЗ ПЕРЕЧИСЛЕННОГО НА КАРТОЧКЕ ЕСТЬ У ВАС ДОМА (У ВАС ЛИЧНО ИЛИ У ТЕХ, КТО ПРОЖИВАЕТ ВМЕСТЕ С ВАМИ, НЕВАЖНО, ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ЭТИМ САМИ ИЛИ НЕТ)?</b>		
Телевизор	100%	99%
Радиоприемник	61%	63%
Компьютер (в том числе ноутбук)	49%	56%
Выход в Интернет	37%	48%
Мобильный телефон	85%	90%
Видеомагнитофон (кассетный VHS, дисковый DVD или Blue Ray)	51%	60%
MP3 плеер	27%	34%
Магнитофон, CD-плеер	33%	32%
Видеокамера	22%	24%
Личная (семейная) библиотека	53%	47%
<b>КАК ЧАСТО ВЫ ОБЫЧНО... ?</b>		
<b>Смотрите телевизор</b>		
Каждый день или почти каждый день	85%	88%
Один или несколько раз в неделю	12%	9%
Один или несколько раз в месяц	1%	1%
Реже, чем раз в месяц	1%	1%
Никогда	1%	1%
<b>Слушаете радио</b>		
Каждый день или почти каждый день	34%	37%
Один или несколько раз в неделю	20%	14%
Один или несколько раз в месяц	6%	5%
Реже, чем раз в месяц	5%	3%
Никогда	35%	41%
<b>Пользуетесь компьютером (в том числе ноутбуком)</b>		
Каждый день или почти каждый день	27%	34%
Один или несколько раз в неделю	12%	11%
Один или несколько раз в месяц	5%	3%
Реже, чем раз в месяц	3%	2%
Никогда	53%	50%
<b>Выходите в Интернет</b>		
Каждый день или почти каждый день	20%	29%
Один или несколько раз в неделю	11%	9%
Один или несколько раз в месяц	5%	3%
Реже, чем раз в месяц	3%	2%
Никогда	61%	57%

Формулировка вопроса, варианты ответов	2009	2010
<b>Пользуетесь мобильным телефоном</b>		
Каждый день или почти каждый день	80%	81%
Один или несколько раз в неделю	5%	6%
Один или несколько раз в месяц	1%	1%
Реже, чем раз в месяц	0%	1%
Никогда	14%	12%
<b>Читаете газеты</b>		
Каждый день или почти каждый день	21%	21%
Один или несколько раз в неделю	40%	38%
Один или несколько раз в месяц	13%	16%
Реже, чем раз в месяц	7%	9%
Никогда	19%	17%
<b>Читаете журналы</b>		
Каждый день или почти каждый день	11%	10%
Один или несколько раз в неделю	26%	25%
Один или несколько раз в месяц	21%	21%
Реже, чем раз в месяц	11%	14%
Никогда	31%	29%
<b>Пользуетесь видеомаягнитофоном (кассетным VHS, дисковым DVD или Blue Ray)</b>		
Каждый день или почти каждый день	7%	7%
Один или несколько раз в неделю	16%	18%
Один или несколько раз в месяц	16%	16%
Реже, чем раз в месяц	14%	12%
Никогда	47%	48%
<b>Слушаете MP3 плеер</b>		
Каждый день или почти каждый день	8%	8%
Один или несколько раз в неделю	8%	9%
Один или несколько раз в месяц	6%	6%
Реже, чем раз в месяц	6%	4%
Никогда	73%	73%
<b>Пользуетесь видеокамерой</b>		
Каждый день или почти каждый день	1%	1%
Один или несколько раз в неделю	3%	3%
Один или несколько раз в месяц	7%	8%
Реже, чем раз в месяц	13%	9%
Никогда	77%	80%
<b>Пользуетесь личной (семейной) библиотекой</b>		
Каждый день или почти каждый день	8%	9%
Один или несколько раз в неделю	13%	10%
Один или несколько раз в месяц	13%	12%
Реже, чем раз в месяц	16%	11%
Никогда	49%	59%