



Исследовательская группа

ЦИРКОН

Настоящие исследования
для профессионалов и вдумчивых потребителей

Медиаграмотность населения России: динамика и дифференциация

**Материалы к выступлению
на социологической
конференции СОПСО**

11.12.2010

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



Название проекта

«Определение уровня медиаграмотности населения России».

Первая волна проекта

- Инициатор исследования: Министерство связи и массовых коммуникаций
- Цель исследования: разработка проекта концепции медиаобразования в Российской Федерации.
- Период сбора данных: сентябрь 2009 года.

Вторая волна проекта

- Инициатор исследования: ЦИРКОН.
- Цель исследования: определение динамики показателей.
- Период сбора данных: сентябрь 2010 года.

Методика

Всероссийский выборочный опрос населения РФ по репрезентативной выборке. Объем выборки – 1600 респондентов. Метод опроса – личное формализованное интервью по месту жительства.



ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ



«Медиаграмотность»

Навыки обращения с источниками информации:

- владение медиаустройствами и другими источниками информации;
- частота обращения к ним

Навыки потребления информации:

- активность потребления информации;
- рациональность потребления информации;

Способность распознавать и воспринимать разную информацию:

- критическое восприятие

Способность производить и распространять информацию

- использование средств репликации и производства новой информации
- Использование средств трансляции

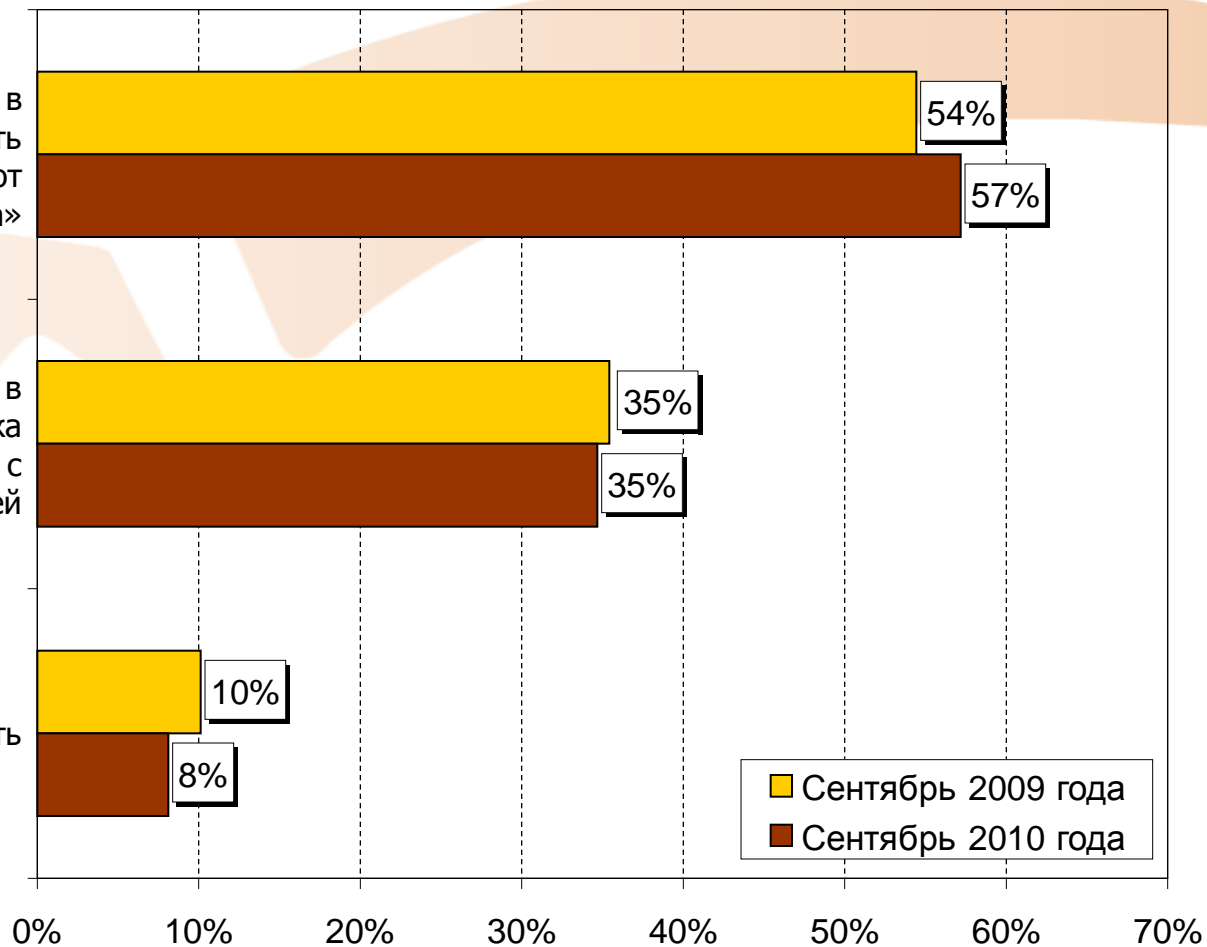
ЧЕЛОВЕК В ПОТОКЕ ИНФОРМАЦИИ

«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 разобраться в информационном потоке, человека нужно специально учить работать с информацией

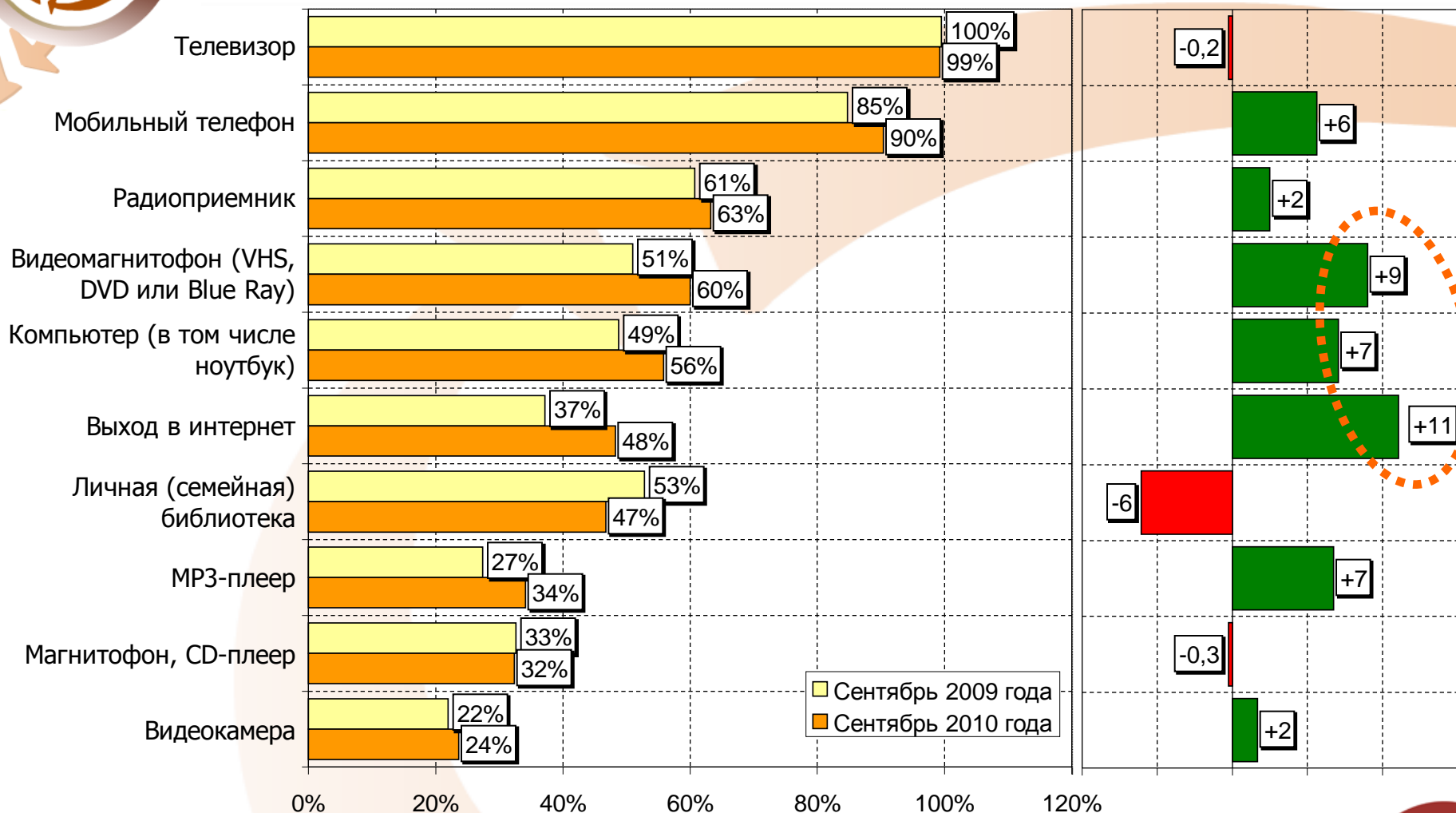
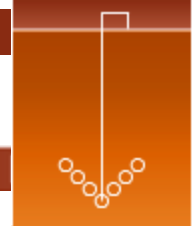
Затрудняюсь ответить



■ Сентябрь 2009 года
■ Сентябрь 2010 года

ВЛАДЕНИЕ МЕДИАУСТРОЙСТВАМИ

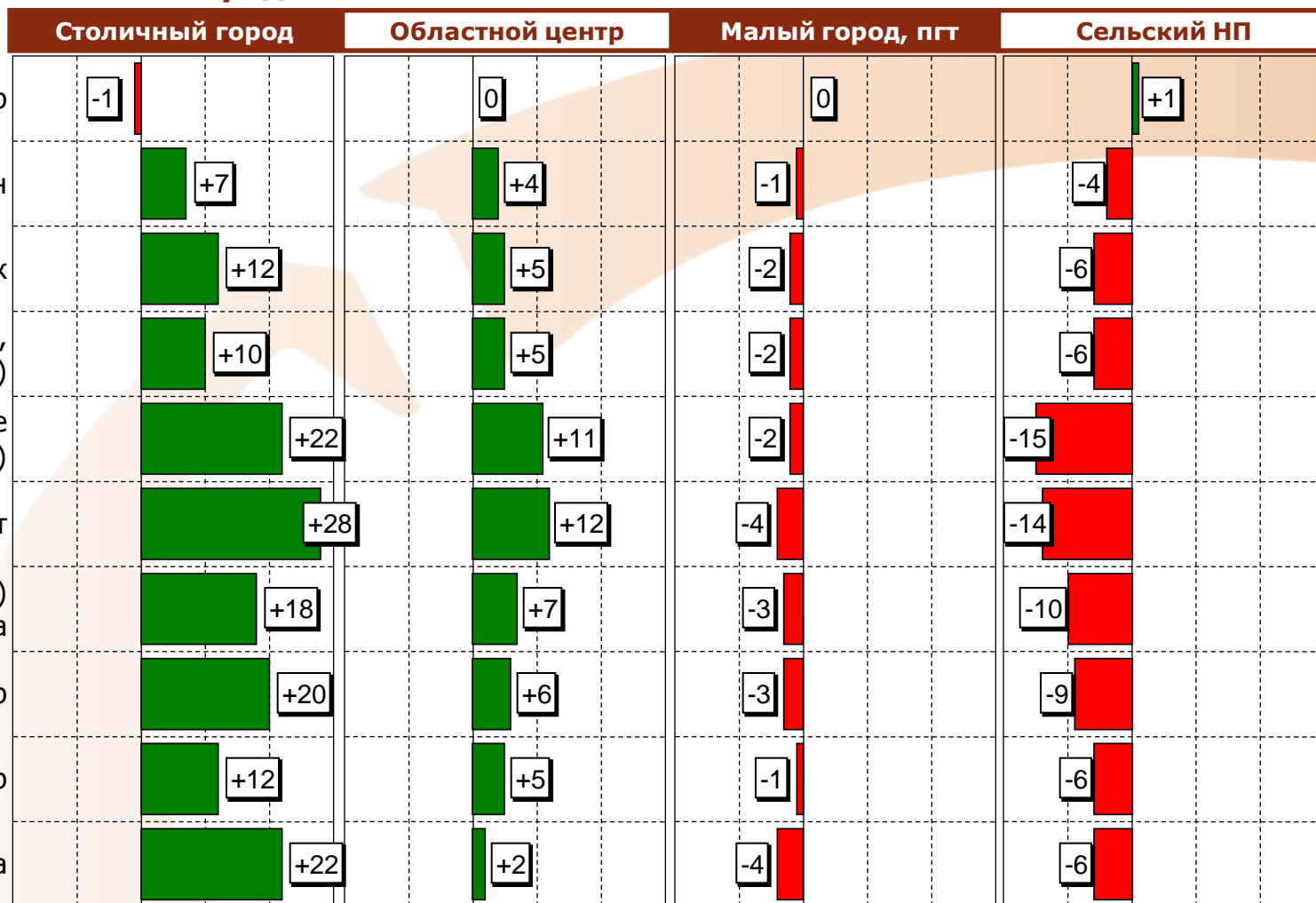
«Что из перечисленного есть у вас дома?»



ВЛАДЕНИЕ МЕДИАУСТРОЙСТВАМИ

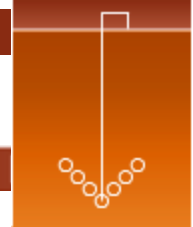
ЦИРКОН

Отклонения от средних значений в зависимости от типа НП

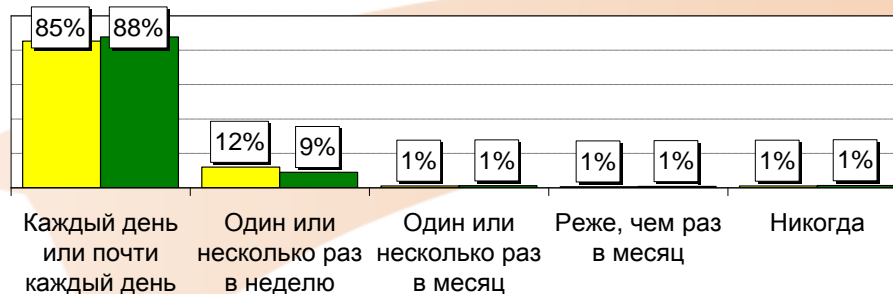


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

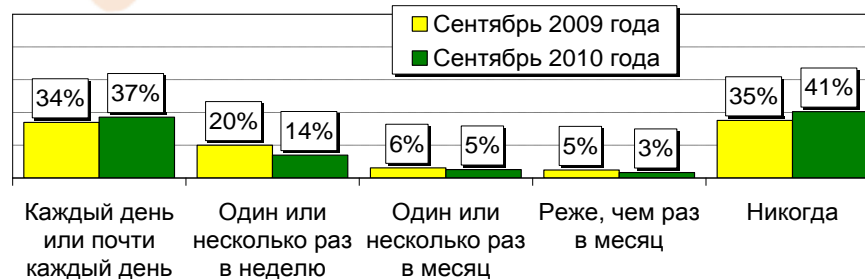
«Как часто вы обычно...?»



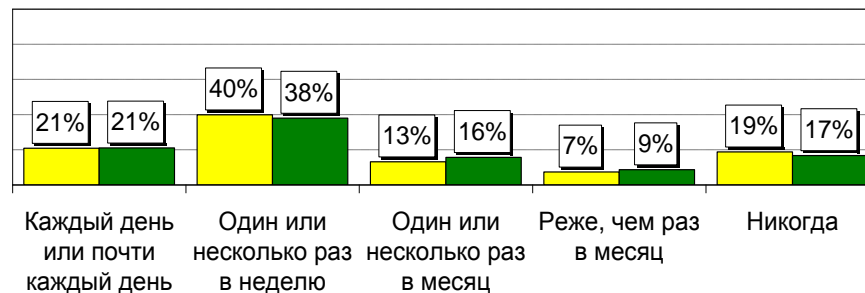
Смотрите телевизор



Слушаете радио



Читаете газеты

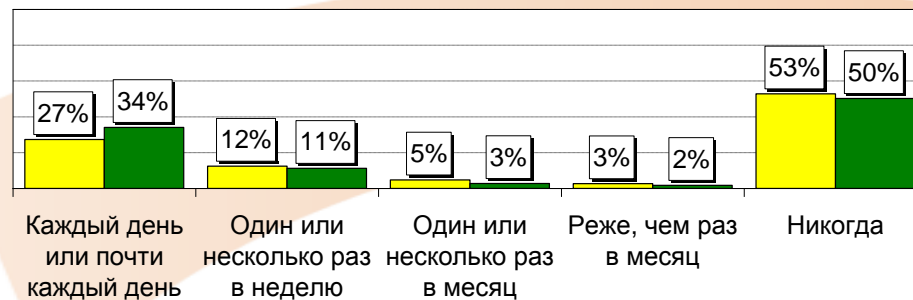


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

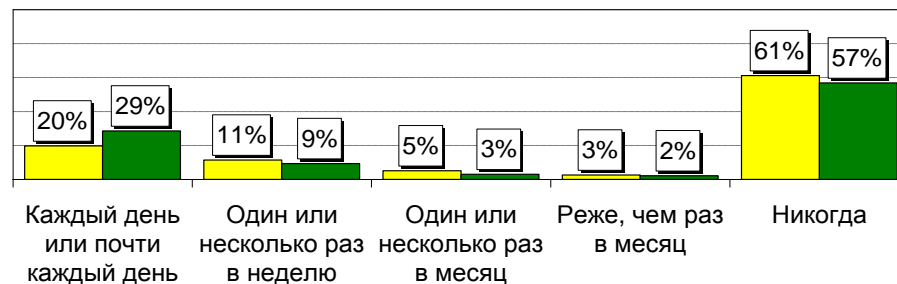
«Как часто вы обычно...?»



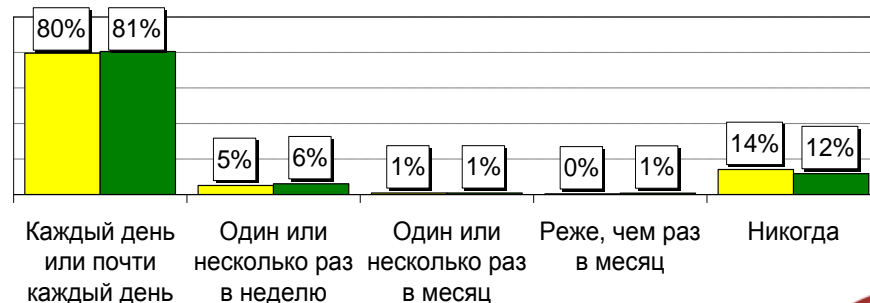
Пользуетесь компьютером/ноутбуком



Выходите в интернет



Пользуетесь мобильным телефоном

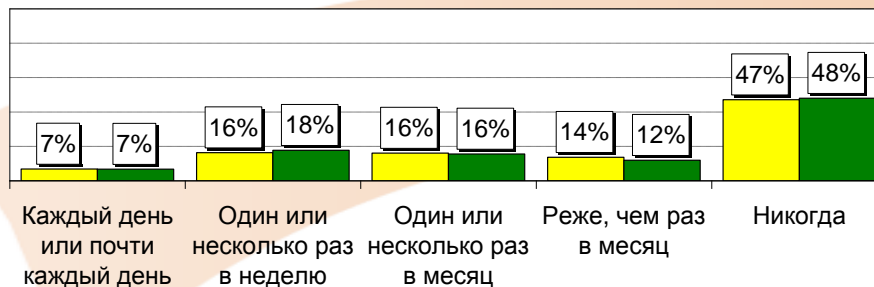


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

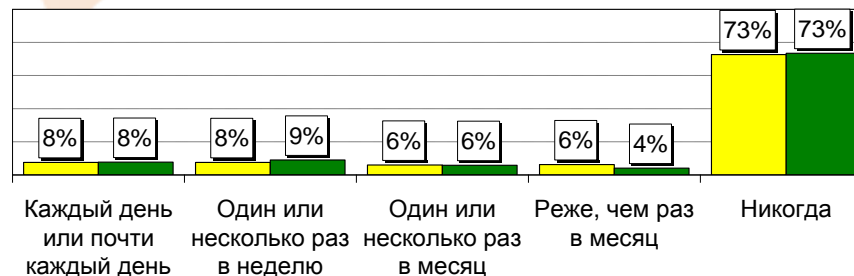
«Как часто вы обычно...?»



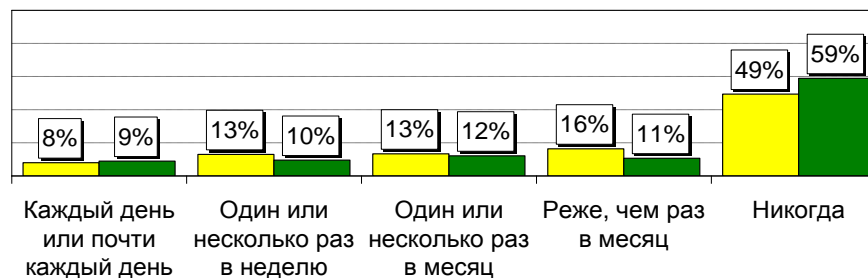
Пользуетесь
видеомагнитофоном



Пользуетесь MP3-плеером

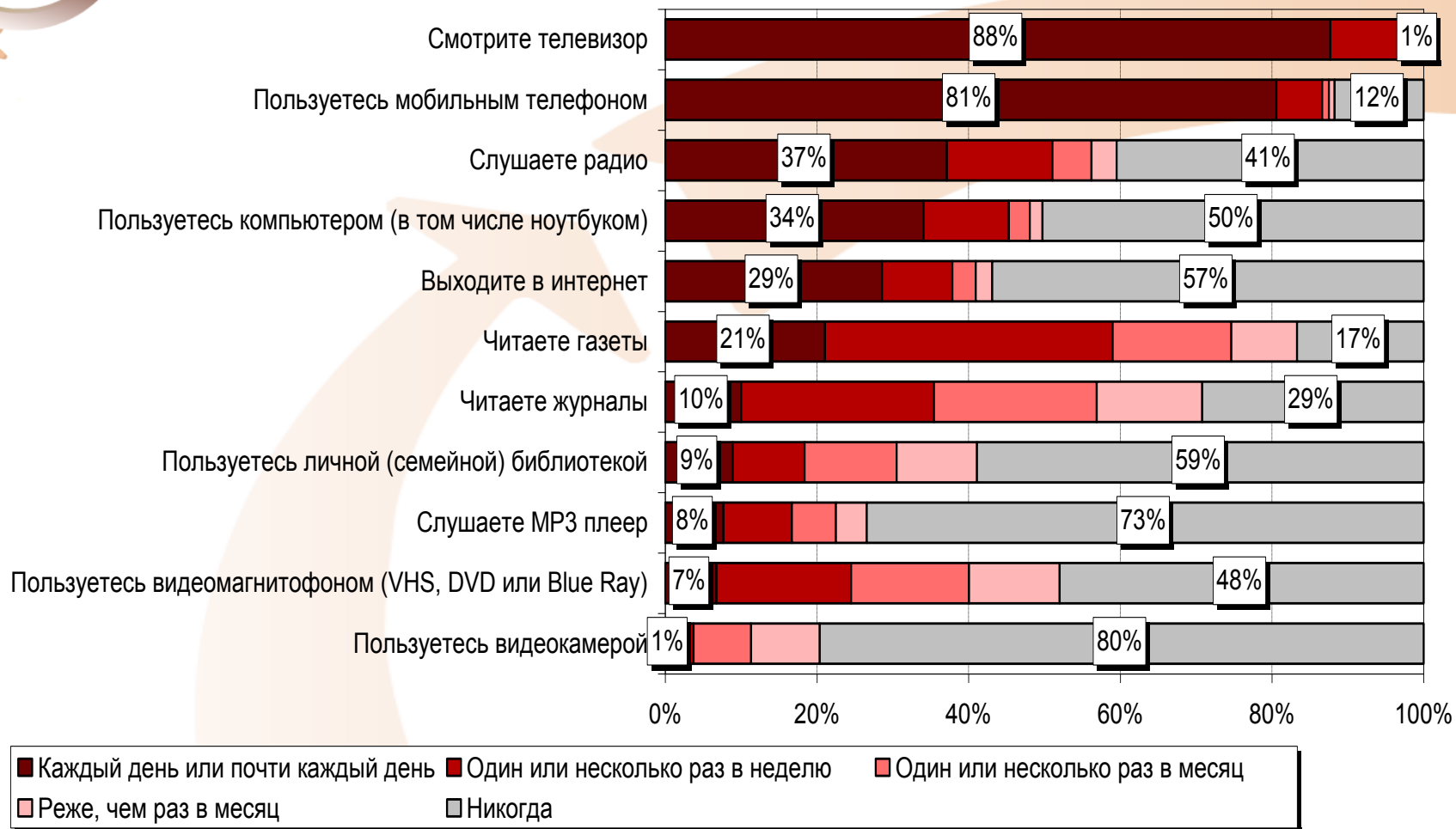


Пользуетесь домашней
(семейной) библиотекой



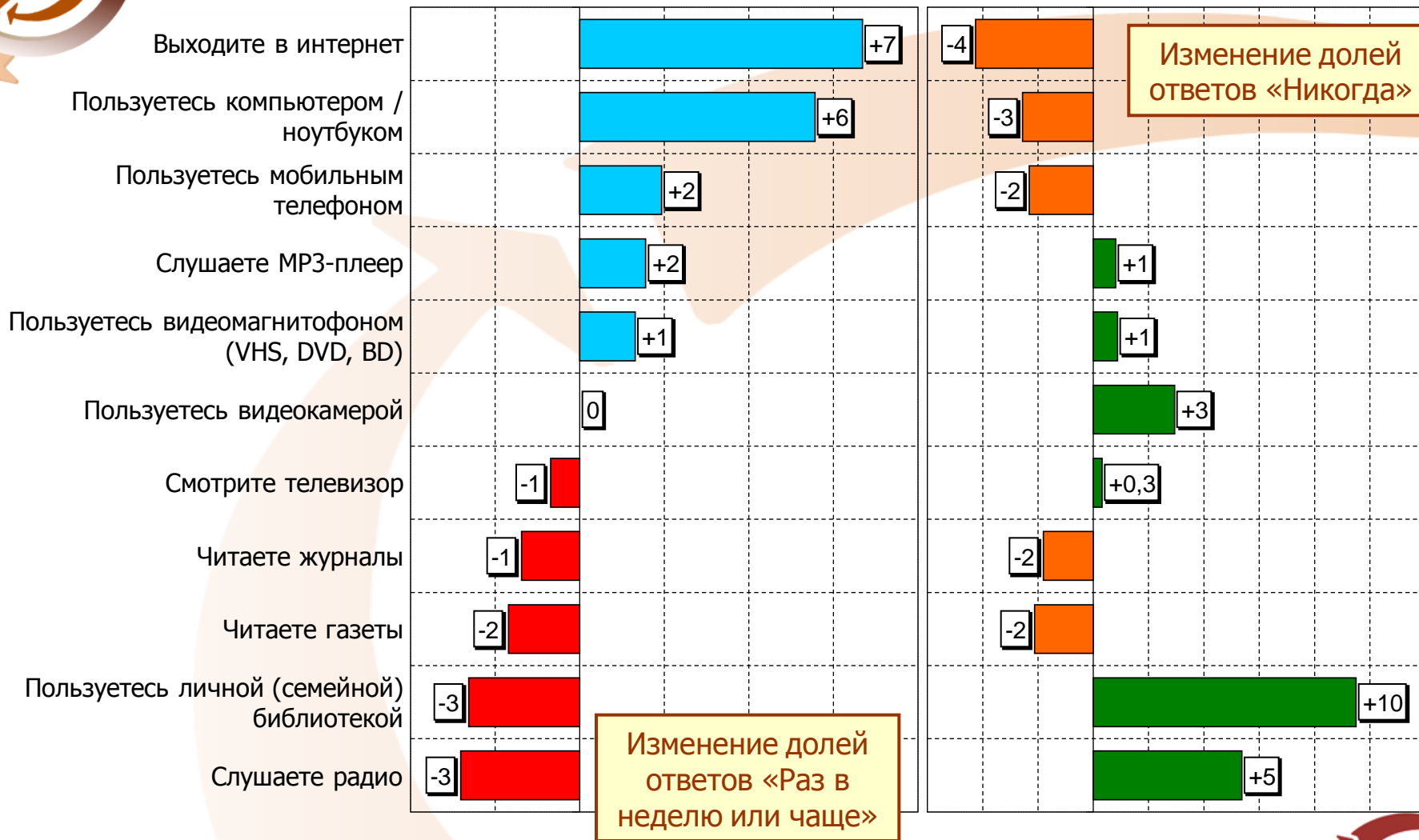
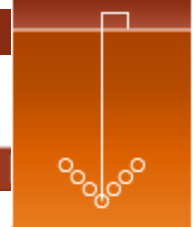
ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

«Как часто вы обычно...?»



ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

«Как часто вы обычно...?»

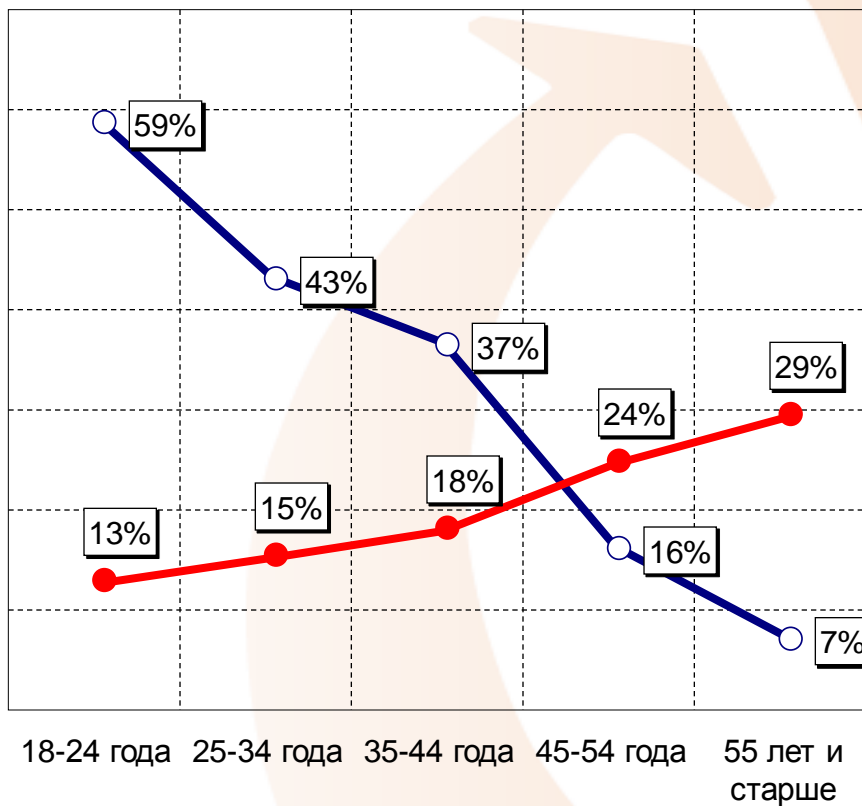


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

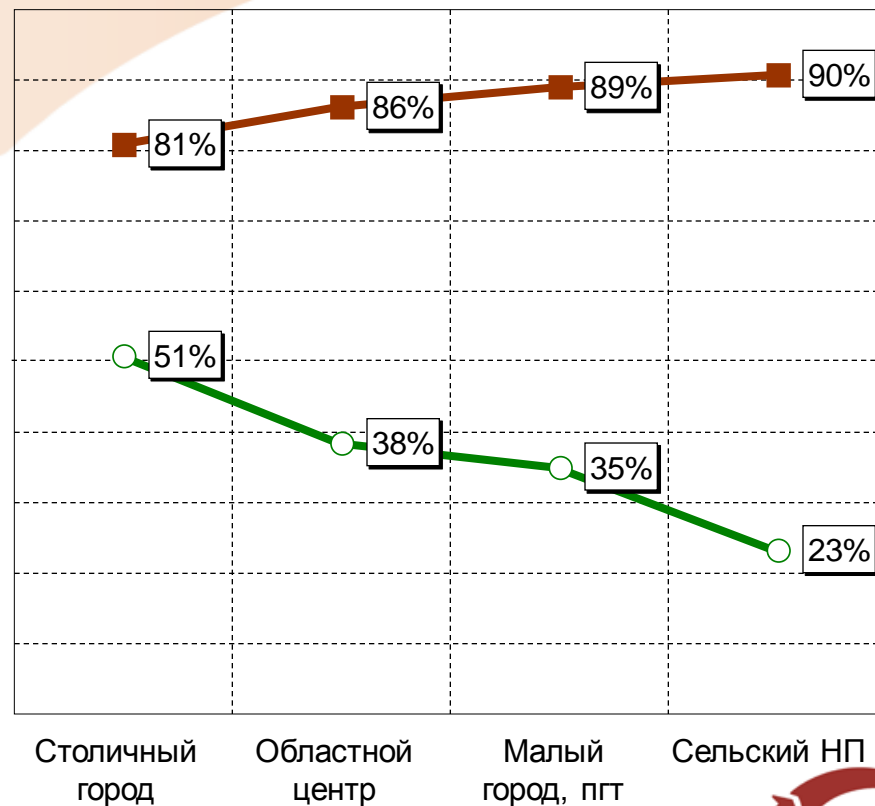
Некоторые социально-демографические закономерности

ЦИРКОН

- Выходят в интернет каждый день или почти каждый день
- Читают газеты каждый день или почти каждый день

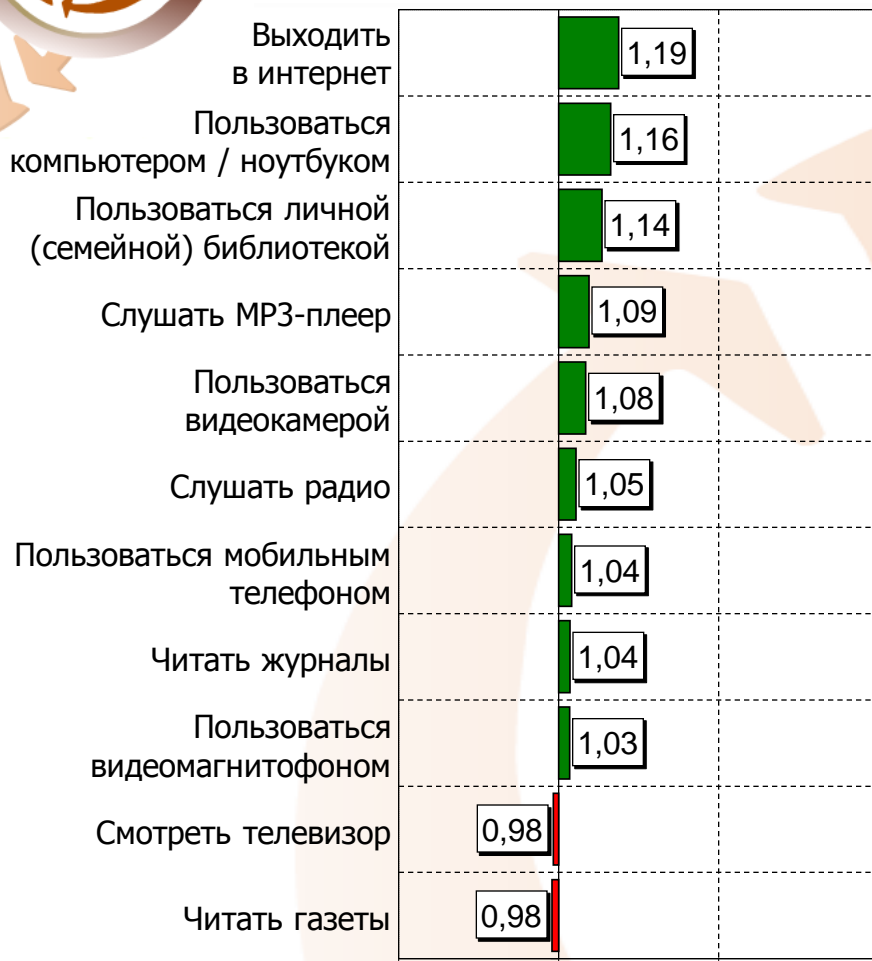
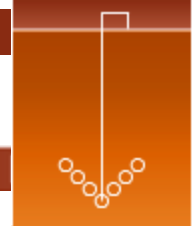


- Смотрят телевизор каждый день или почти каждый день
- Пользуются компьютером каждый день или почти каждый день

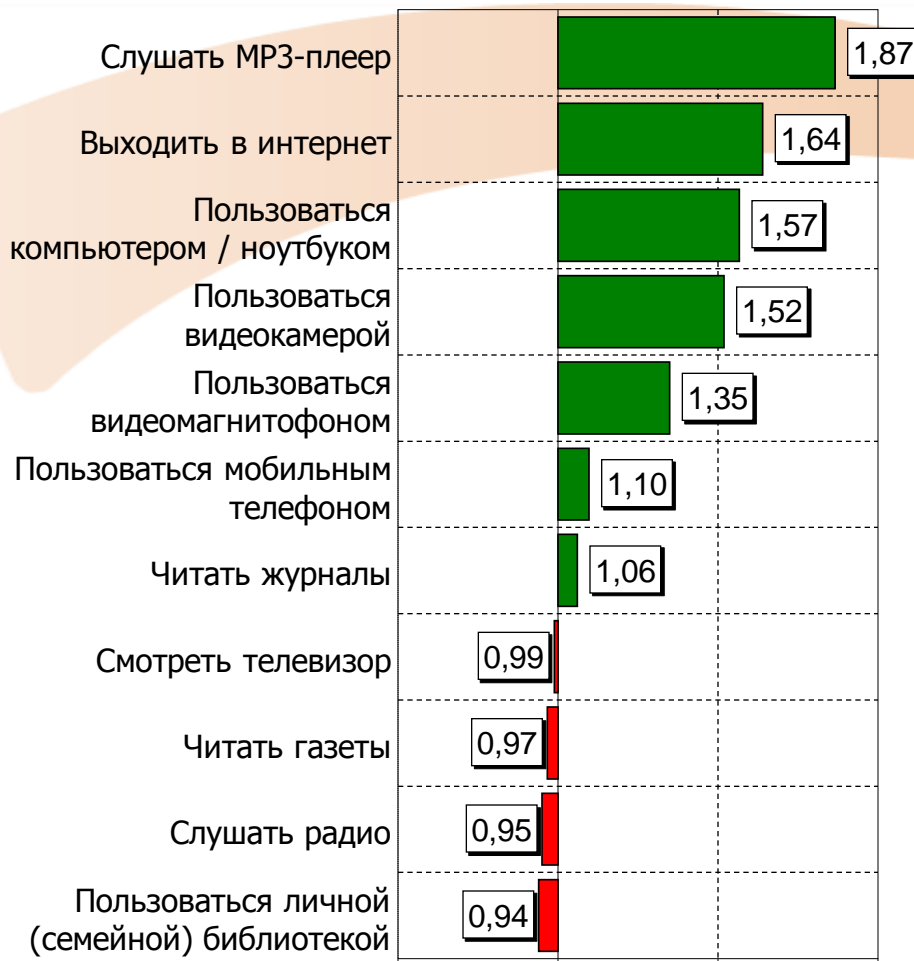


ЧАСТОТА ОБРАЩЕНИЯ К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ

Некоторые социально-демографические закономерности



Индекс
«урбанизированности»



Индекс
«молодежности»

НАВЫКИ РАБОТЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ

ЦИРКОН

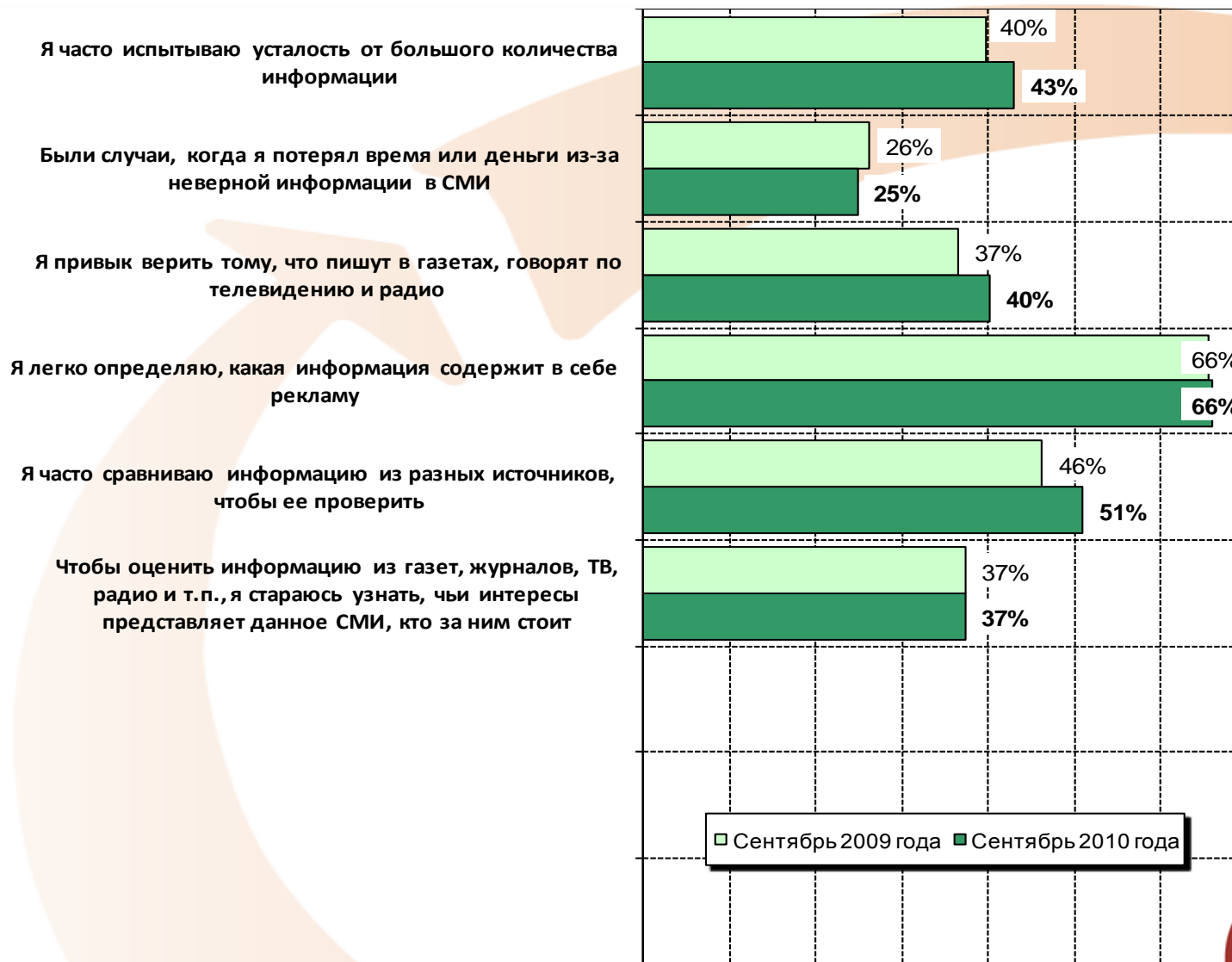
«Скажите, пожалуйста, согласны ли Вы со следующими суждениями?»

	2009	2010	
СМИ должны нести ответственность за некачественную информацию точно так же, как производитель – за некачественный товар	85%	82%	-3
Разные СМИ часто повторяют одну и ту же информацию, мало отличаясь друг от друга	72%	73%	+1
Я считаю, что чем больше разных источников информации, тем лучше	64%	71%	+7
Информационные сообщения из разных источников часто противоречат друг другу	70%	70%	-0,4
СМИ должны сообщать только факты, а что эти факты означают, каждый решит для себя сам	67%	67%	+0,4
Есть те СМИ (телеканалы, газеты, журналы, радиостанции и т.д.), которым я доверяю, и те, которым я не доверяю	72%	67%	-5
Я легко определяю, какая информация содержит в себе рекламу	66%	66%	+0,3
Обычно я знаю, где (из какого источника) я могу найти нужную мне информацию	65%	63%	-2
Я легко и быстро могу найти любую информацию, которая мне нужна	59%	60%	+1
Я часто сравниваю информацию из разных источников, чтобы ее проверить	46%	51%	+5
Я часто испытываю усталость от большого количества информации	40%	43%	+3
Я привык верить тому, что пишут в газетах, говорят по телевидению и радио	37%	40%	+4
Чтобы оценить информацию из СМИ, я стараюсь узнать, чьи интересы оно представляет, кто за ним стоит	37%	37%	-0,1
Я часто прошу найти нужную мне информацию родственников или знакомых	31%	31%	-0,4
Были случаи, когда я потерял время или деньги из-за неверной информации в СМИ	26%	25%	-1

НАВЫКИ РАБОТЫ С ИНФОРМАЦИЕЙ

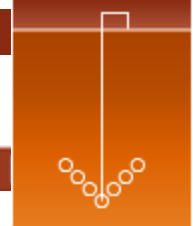
ЦИРКОН

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





КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



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.

