



Денис Волков, Степан Гончаров

Российский медиа-ландшафт 2019: телевидение, пресса, интернет и социальные сети

Очередной – третий – отчет «Российский медиа-ландшафт» показывает откуда россияне получают информацию о происходящем в стране и мире. Отчет показывает ряд изменений, которые произошли с потреблением новостей за последние 10-20 лет: продолжающийся постепенный упадок телевидения, ускоряющийся рост значения интернета, социальных сетей и видеоблогов. Цель работы показать, на основе каких источников формируется картина мира российских граждан.

Предыдущие отчеты, посвященные этой теме, за [2014](#) и [2017](#) годы доступны на сайте Левада-Центра в разделе «[Аналитические отчеты](#)».

Оглавление

Основные выводы исследования:.....	2
Основные источники информации	5
Доверие источникам информации	8
Телеканалы, газеты, интернет-сайты.....	11
Интернет, социальные сети, мессенджеры	15
Пользование онлайн-услугами.....	20

Основные выводы исследования:

(Все цифры приводятся в % от населения России старше 18 лет)

1. Телевидение по-прежнему остается основным источником информации для большинства россиян, но его аудитория постепенно снижается. Если десять лет назад информацию по телевизору получало 94% россиян, то сегодня таких 72%. Реже всего получают новости по телевизору самые молодые: 42% (среди россиян до 25 лет) против 93% среди самых пожилых (65 лет и старше). У молодежи роль главного источника информации сегодня играет не телевидение, а социальные сети.
2. Доверие к телевидению, как источнику новостей, в последние несколько лет колеблется вокруг 55% населения. Однако десять лет назад эта цифра была на треть выше -- почти 80% населения. Доверие к телевидению сохраняют прежде всего люди старше 35 лет. Кроме того, в прошлом году заметно снизилось доверие россиян к тому, как телевидение освещает отдельные темы, прежде всего экономические. Сегодня более половины населения считает, что то, освещение телеканалами положения дел в экономике "не соответствует действительности".
3. Среди основных телеканалов, которые являются для россиян источниками новостей, сегодня по-прежнему лидируют Россия-1 (его смотрят 48% россиян) и Первый канал (47%). За ними с некоторым отрывом следуют НТВ (36%) и Россия-24 (31%) и РЕН-ТВ (17%). Небольшую аудиторию имеют телеканал Культура (5%) и РБК-ТВ (4%). Небольшой аудиторией обладают телеканалы как "Спас" (2%), Euronews (2%) и Дождь (1%).
4. Интернет и социальные сети, как источники новостей, по значимости сегодня опережают все остальные источники информации, кроме телевидения. За десять лет их аудитория выросла в три раза: с 9% до трети населения страны. Россияне моложе 35 лет чаще узнают новости по интернету, чем по телевизору; но для старших поколений это не так.
5. Новым источником информации об окружающем мире становятся видеоблоги и видеоблогеры. Около трети россиян смотрят их раз в неделю или чаще (в т.ч. 7% смотрят ежедневно), а среди самых молодых россиян до 25 лет -- две трети (в т.ч. 19% смотрят ежедневно). Телеграм-каналы являются важным источником новостей примерно для 1% россиян. На протяжении нескольких лет замеров наиболее популярными источниками новостей в интернете являются Яндекс.Новости (их используют почти 40% россиян), Mail.ru Новости (15%) и Lenta.ru (10%).
6. Доверие россиян к интернет-ресурсам и социальным сетям растет. За 10 лет регулярных измерений оно выросло в три-четыре раза и сегодня колеблется вокруг 20% населения. Самые молодые россияне доверяют социальным сетям больше, чем телевидению, прежде всего потому, что телевидение они смотрят мало. Россияне старших возрастов совершенно не доверяют интернету и социальным сетям, прежде всего потому, что ими не пользуются.



7. Увеличение влияния интернет-ресурсов происходит благодаря продолжающемуся росту российской интернет аудитории. На сегодняшний день около 72% населения пользуется интернетом “ежедневно, практически ежедневно” и “несколько раз в неделю”; в 2001 году таких было всего 2-3% россиян. При этом порядка 45% граждан выходят в интернет “несколько раз в день”; это прежде всего самые молодые россияне моложе 25 лет, среди них таких 87%. По этому показателю разница между самыми молодыми и самой старшей возрастной группы (65 лет и старше) достигает 14,5 раз: 87% против 6%.
8. Такие традиционные каналы информации как радио и газеты за десять лет сократили свои аудитории более чем в два раза. Часто используют их для получения новостей лишь 15% и 12% и это прежде всего россияне старших возрастов. При этом в начале 90-х годов центральные газеты имели аудиторию, сопоставимую с телевизионной. Наиболее популярными изданиями сегодня на протяжении последних лет являются “Аргументы и Факты” (10% россиян), “Комсомольская Правда” (8%), “Российская Газета” (5%), “Известия” и “Московский Комсомолец” (по 4%). Деловые издания, такие как Коммерсант и Ведомости имеют аудиторию порядка 1-2% россиян. При этом РБК имеет большую аудиторию, за счет своего сайта (порядка 4%).
9. Среди журналистов, наибольшее доверие у россиян вызывают ведущие популярных телевизионных ток-шоу и новостных передач, как наиболее массовых программ: Владимир Соловьев (23%), Андрей Малахов (11%), Владимир Познер, Андрей Норкин, Ольга Скабеева (по 6%) и Дмитрий Киселев (5%) -- таковы ответы на открытый вопрос, в котором респонденты сами называли фамилии журналистов.
10. Приблизительная совокупная аудитория «независимых СМИ», которые регулярно публикуют точки зрения, отличные от официальных, на сегодняшний день составляет порядка 35% россиян (при этом только 6% регулярно использует сразу несколько независимых источников). В крупнейших городах, таких как Москва эти цифры приближаются половине населения (в т.ч. 16% москвичей используют несколько независимых источников). Из предыдущих исследований известно, что более критический взгляд на происходящее и политическую ситуацию имеют респонденты, которые пользуются несколькими независимыми источниками информации. Люди, которые используют лишь один-два независимых канала, по своим оценкам происходящего и политическим взглядам мало отличаются от среднестатистического российского гражданина.
11. Социальными сетями сегодня регулярно (“ежедневно, практически ежедневно” и “несколько раз в неделю”) пользуется порядка 56% россиян. Никогда не пользовались ими около трети населения страны. За 8 лет регулярных наблюдений цифра регулярных пользователей социальных сетей выросла в 2,5 раза (с 22% в 2011 году). Наиболее активными пользователями являются самые молодые россияне -- 85% посещают сети “ежедневно или практически ежедневно”. Среди старшей возрастной группы (65 лет и старше) таких только 8%.

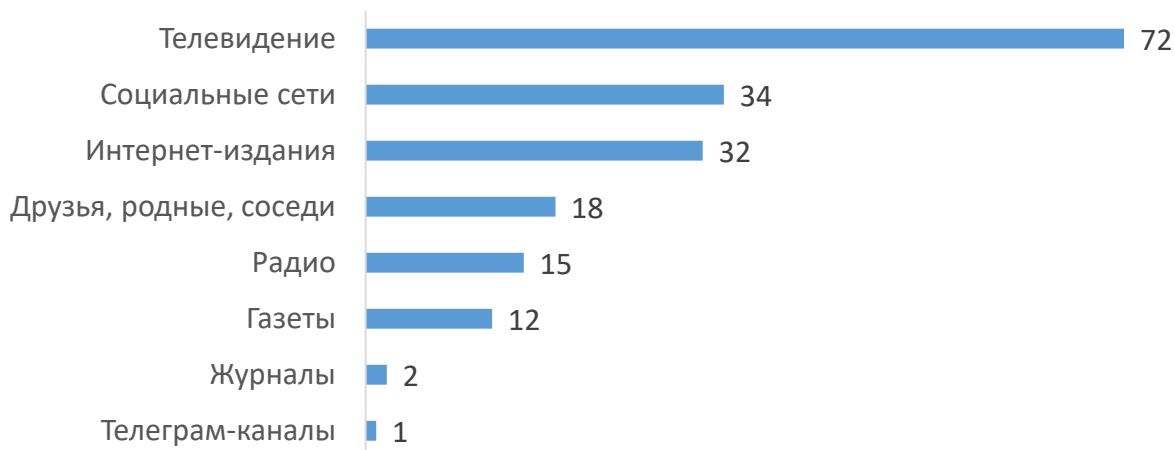


12. Наиболее популярными социальными сетями в России являются “ВКонтакте” (ими пользуются порядка 42% россиян), “Одноклассники” (33%), YouTube (30%) и Instagram (23%). При этом YouTube, Instagram и ВКонтакте сегодня являются наиболее быстрорастущими сетями. Аудитория Facebook в России насчитывает порядка 9% населения, Twitter - 4%. Согласно опросам аудитория “ВКонтакте” Instagram, Twitter является более молодой, аудитория “Одноклассников” -- более пожилой. YouTube тоже смотрят прежде всего молодые, но аудитория этой сети более равномерно распределена между разными возрастными группами.
13. Российская аудитория мессенджеров для обмена сообщениями и звонками быстро растет. За три года наблюдений она увеличилась вдвое -- с 31% в 2016 году до 62% в марте 2019 года. Лидерами среди приложений являются WhatsApp (49% россиян) и Viber (31%). Мессенджером ВКонтакте пользуются порядка 17%, Skype -- 14%. Аудитория Telegram, которая заметно выросла в прошлом году на фоне блокировок, на сегодняшний день составляет порядка 8% населения. Мессенджерами пользуется преимущественно молодежь, однако WhatsApp и Viber довольно хорошо распространены и в остальных возрастных группах.
14. Среди распространенных интернет-услуг у россиян наибольшей популярностью пользуются мобильный банк (46% используют “время от времени”), заказ такси (28%), навигационные карты (25%) и покупки в онлайн-магазинах (21%). Еще 15% россиян заказывают еду и покупают билеты онлайн, порядка 10% проходили обучающие онлайн-курсы. Около трети российских граждан продавали сами или покупали у других товары или услуги по интернету. Для этого люди обычно пользуются Avito (25% россиян имели такой опыт) или Юлой (11%). Как и во всем, что связано с интернетом, наиболее активными пользователями интернет-услуг являются молодые россияне.

Основные источники информации

Телевидение по-прежнему остается основным источником информации для большинства россиян, но его аудитория постепенно снижается. Если десять лет назад информацию по телевизору получало 94% россиян, то сегодня таких 72%. Реже всего получают новости по телевизору самые молодые: 42% (среди россиян до 25 лет) против 93% среди самых пожилых (65 лет и старше). У молодежи роль главного источника информации сегодня играет не телевидение, а социальные сети.

Основные источники информации

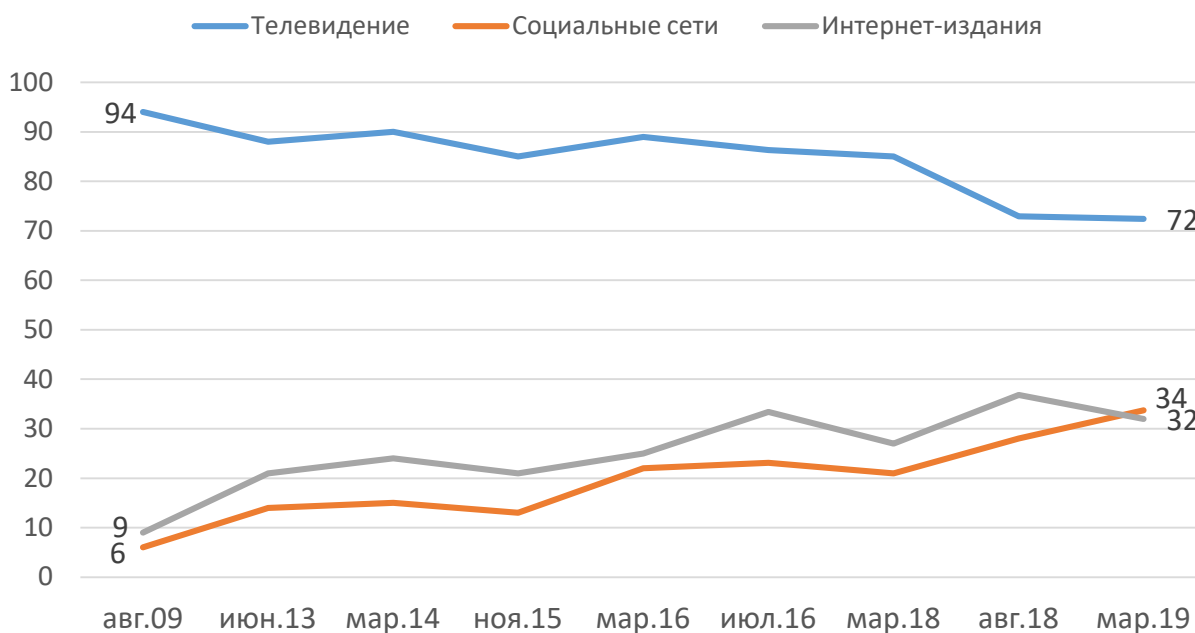


Вопрос: «Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?», март 2019

Такие традиционные каналы информации как радио и газеты за десять лет сократили свои аудитории более чем в два раза. Часто используют их для получения новостей лишь 15% и 12% и это прежде всего россияне старших возрастов. При этом в начале 90-х годов центральные газеты имели аудиторию, сопоставимую с телевизионной. Наиболее популярными изданиями сегодня на протяжении последних лет являются «Аргументы и Факты» (10% россиян), «Комсомольская Правда» (8%), «Российская Газета» (5%), «Известия» и «Московский Комсомолец» (по 4%). Деловые издания, такие как Коммерсант и Ведомости имеют аудиторию порядка 1-2% россиян. При этом РБК имеет большую аудиторию, за счет своего сайта (порядка 4%).

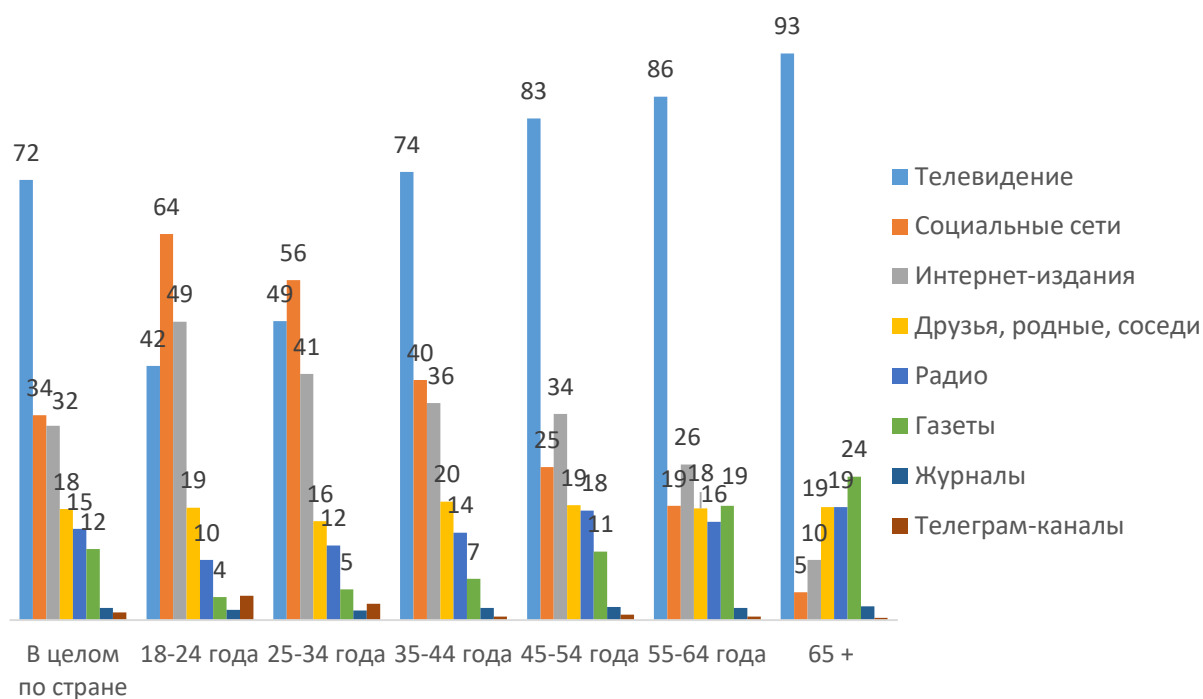
Новым источником информации об окружающем мире становятся видеоблоги и видеоблогеры. Около трети россиян смотрят их раз в неделю или чаще (в т.ч. 7% смотрят ежедневно), а среди самых молодых россиян до 25 лет -- две трети (в т.ч. 19% смотрят ежедневно). Telegram-каналы являются регулярным источником новостей примерно для 1% россиян.

Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?



В 2009 году вместо варианта «социальные сети» предлагался вариант «иные источники интернета».

Основные источники получения информации в зависимости от возраста

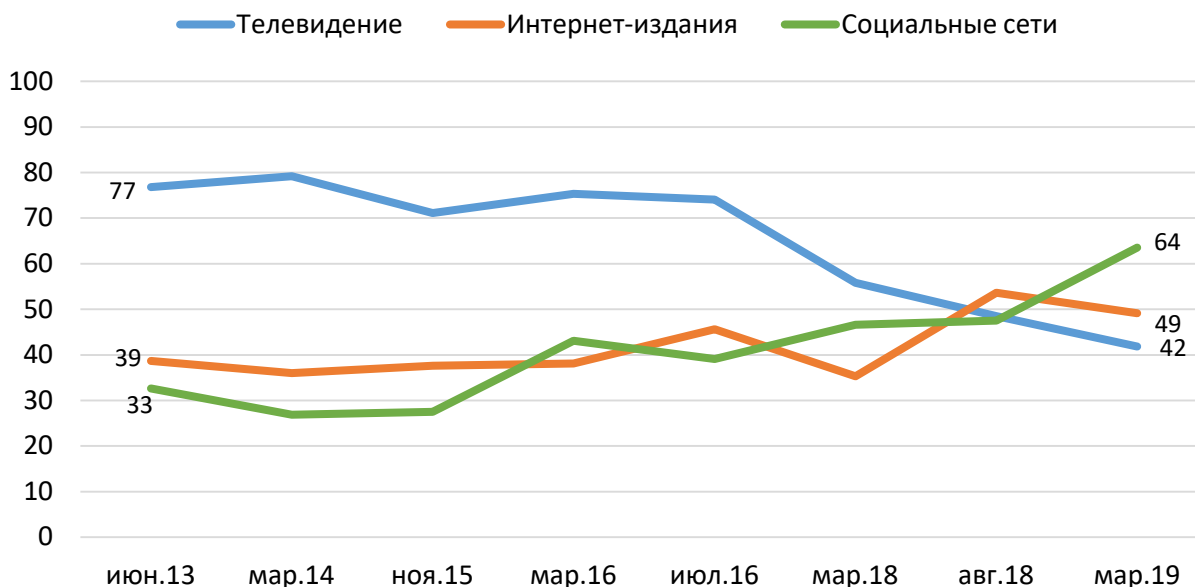


Вопрос: «Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?», март 2019

Изменения наиболее заметны среди самых молодых опрошиваемых россиян в возрасте 18-24 лет. В этой возрастной группе происходит заметный рост интереса к интернет-источникам

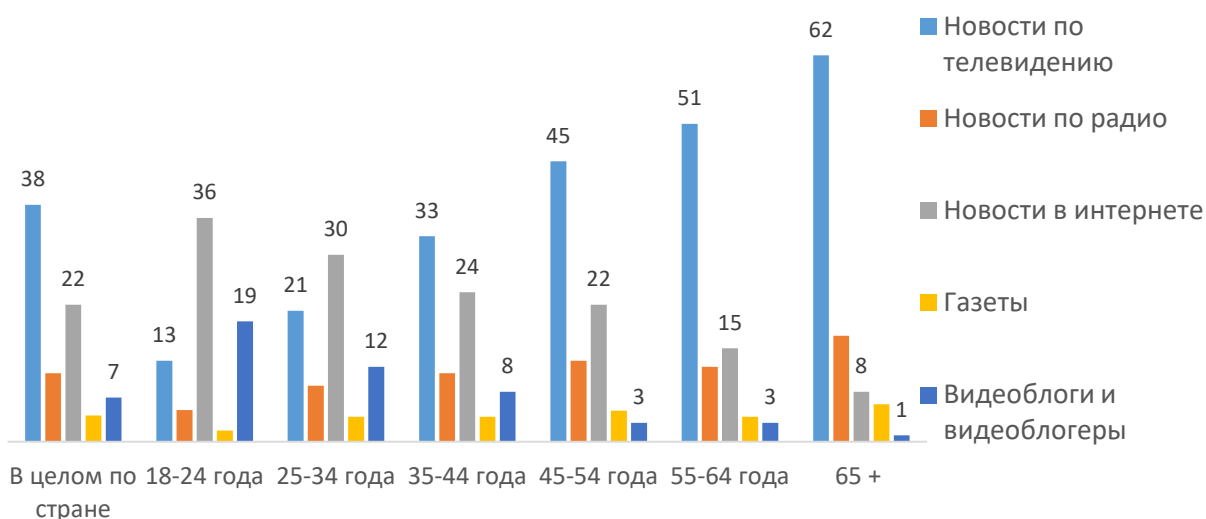
(2013: 39%; 2019: 49%) и еще более существенное укрепление социальных сетей (2013: 33%; 2019: 64%). Вместе с тем телевидение стремительно теряет свои позиции: за 6 лет число респондентов, чаще всего получающих новости из ТВ, снизилось с 77% до 42%.

Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире? (динамика в группе 18-24 лет)



Вопрос: «Откуда Вы чаще всего узнаете о новостях в стране и в мире?»

Регулярные источники новостей: Ежедневно смотря, читают, слушают...

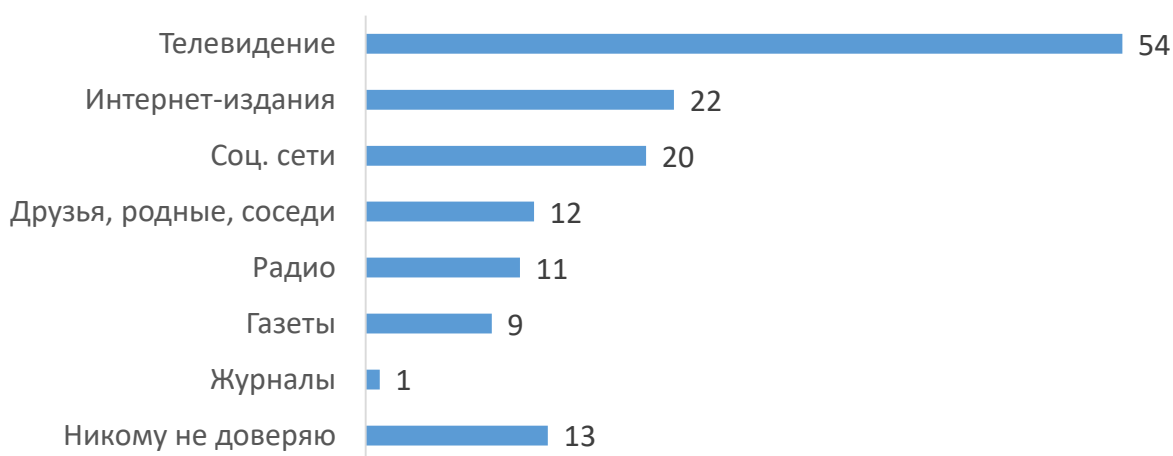


Ответы на вопросы «Как часто Вы смотрите новости по телевидению?», «Как часто Вы слушаете новости по радио?», «Как часто Вы читаете новости в интернете», «Как часто Вы читаете газеты?», «Как часто Вы смотрите видеоблоги и видеоблогеров?». Приводятся только варианты ответов «Ежедневно, по нескольку раз в день», март 2019

Доверие источникам информации

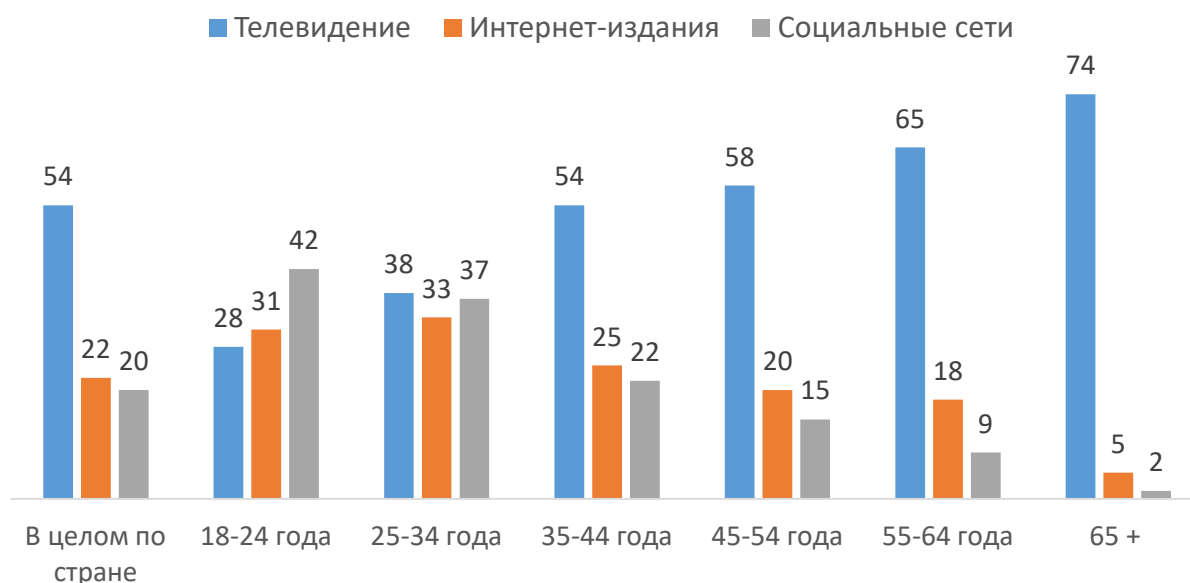
Доверие к телевидению, как источнику новостей, в последние несколько лет колеблется вокруг 55% населения. Однако десять лет назад эта цифра была на треть выше -- почти 80% населения. Доверие к телевидению сохраняют прежде всего люди старше 35 лет. Кроме того, в прошлом году заметно снизилось доверие россиян к тому, как телевидение освещает отдельные темы, прежде всего экономические. Сегодня более половины населения считает, что то, освещение телеканалами положения дел в экономике “не соответствует действительности”.

Доверие источникам информации



Вопрос: «Каким источникам вы более всего доверяете в освещении событий в стране и в мире?»

Доверие трем основным источникам информации в зависимости от возраста респондентов

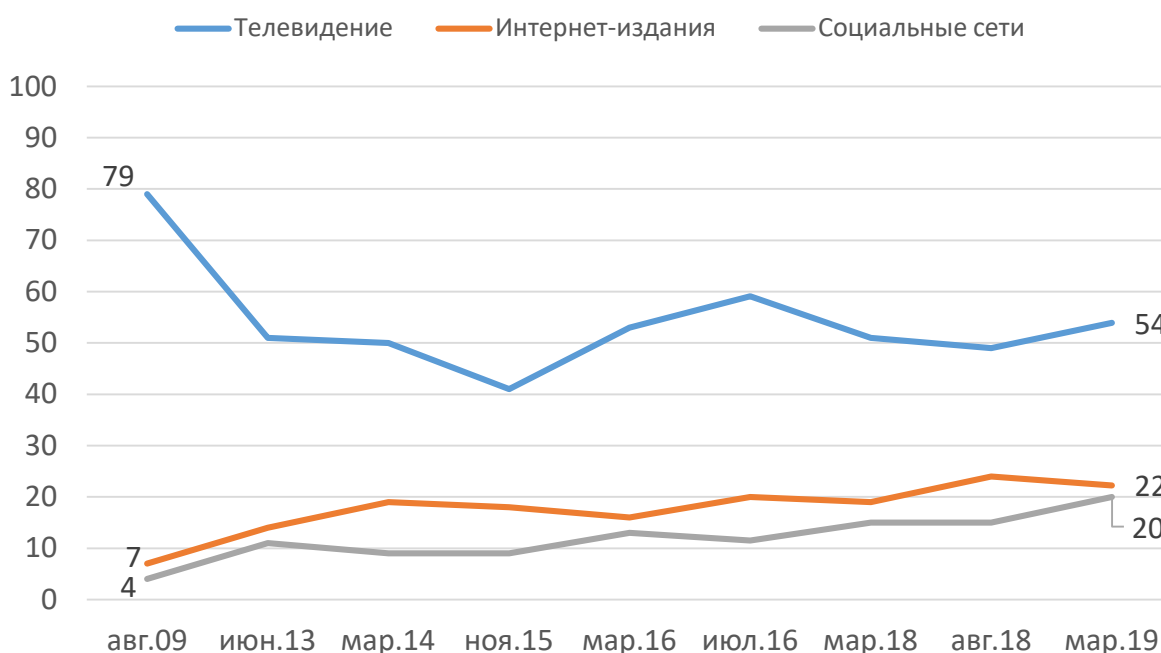


Вопрос: «Каким источникам вы более всего доверяете в освещении событий в стране и в мире?», март 2019

Уровень доверия к телевидению имеет нелинейную динамику. Зачастую телевидение представляется респондентами зависимым от государства каналом информации, поэтому уровень доверия к нему зачастую связан с одобрением деятельности руководства страны и положением дел в стране. Опросы Левада-Центра фиксировали снижение уровня доверия в 2018 году (до 49%) и небольшую коррекцию до 54% по состоянию на март 2019 года.

Доверие россиян к интернет-ресурсам и социальным сетям растет. За 10 лет регулярных измерений оно выросло в три-четыре раза и сегодня колеблется вокруг 20% населения. Самые молодые россияне доверяют социальным сетям больше, чем телевидению, прежде всего потому, что телевидение они смотрят мало. Россияне старших возрастов совершенно не доверяют интернету и социальным сетям, прежде всего потому, что ими не пользуются.

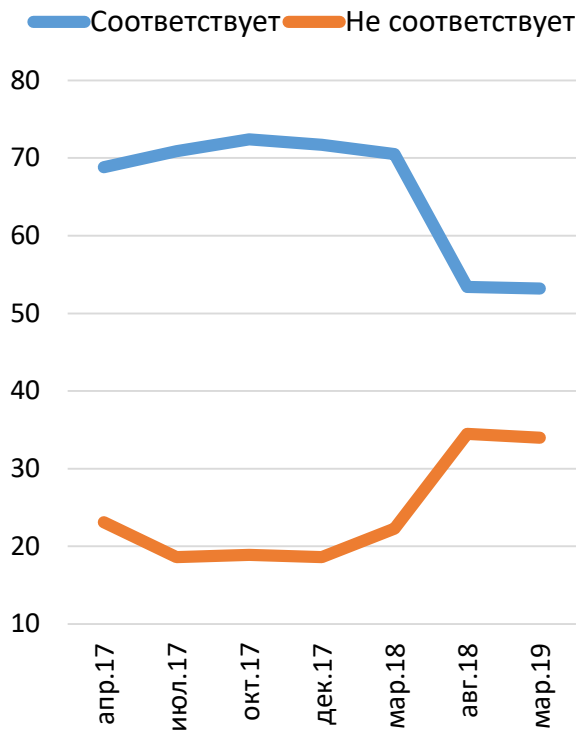
Доверие основным источникам информации



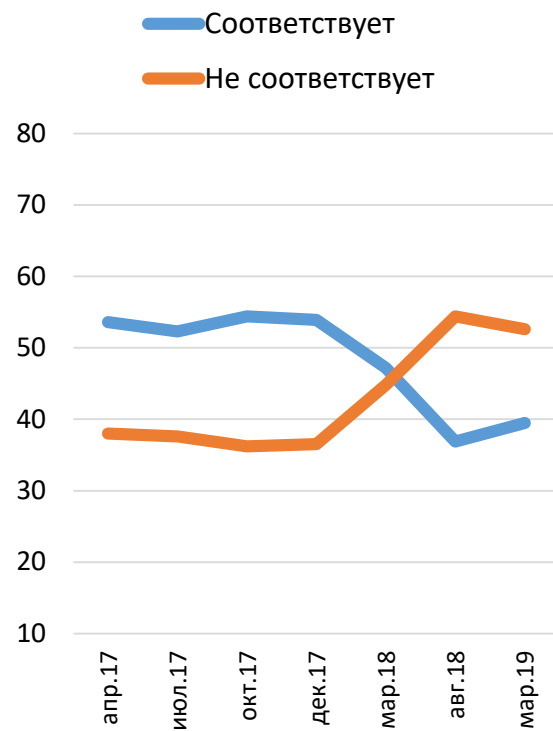
Вопрос: «Каким источникам вы более всего доверяете в освещении событий в стране и в мире?»

Насколько соответствует действительности то, как ТВ в России освещает...

...внешнюю политику



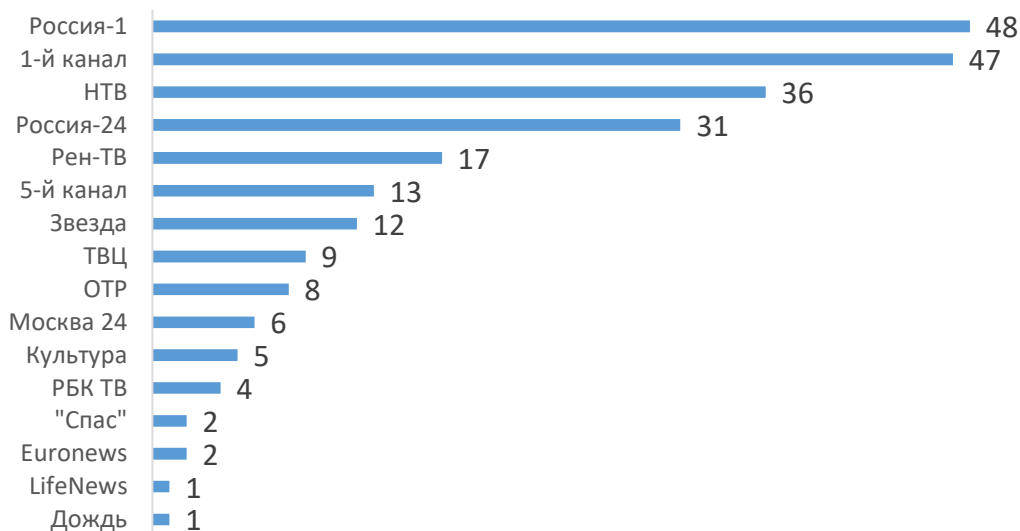
...состояние экономики



Телеканалы, газеты, интернет-сайты.

Среди основных телеканалов, которые являются для россиян источниками новостей, сегодня по-прежнему лидируют Россия-1 (его смотрят 48% россиян) и Первый канал (47%). За ними с некоторым отрывом следуют НТВ (36%) и Россия-24 (31%) и РЕН-ТВ (17%). Небольшую аудиторию имеют телеканал Культура (5%) и РБК-ТВ (4%). Небольшими по размеру своей аудитории являются такие телеканалы как «Спас» (2%), «Euronews» (2%) и «Дождь» (1%).

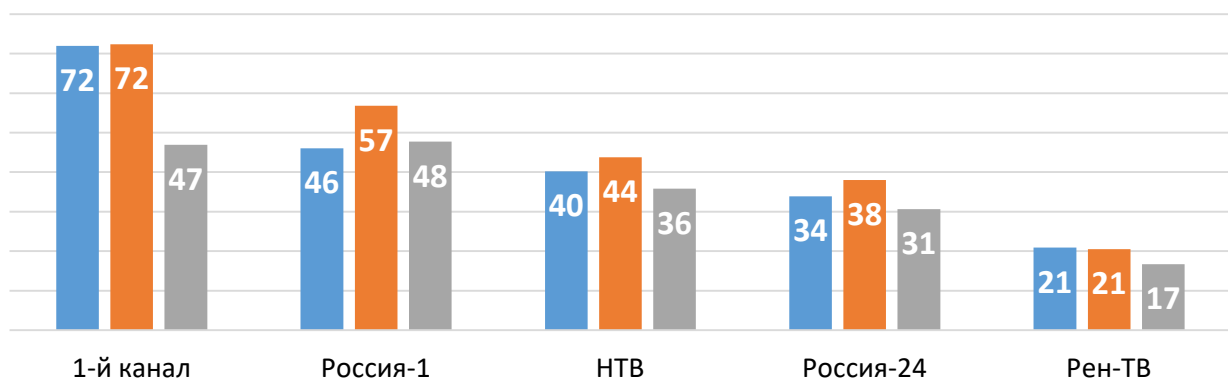
Новости на каких телеканалах смотрят



Вопрос: «Смотрите ли вы новостные передачи следующих телевизионных каналов, и если да, новости каких каналов, вы смотрите более-менее регулярно, в том числе в интернете?», март 2019

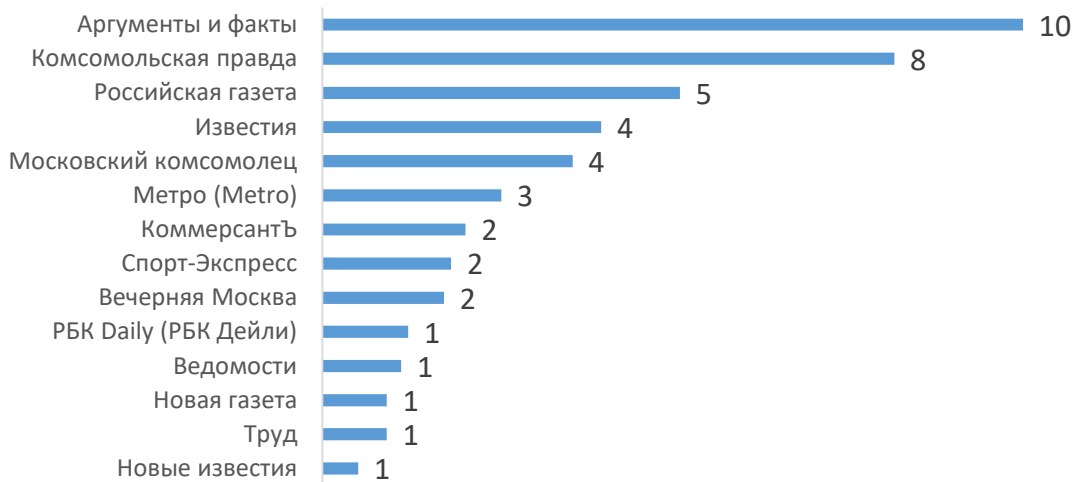
ТОП-5 Телеканалов в динамике

■ мар.17 ■ мар.18 ■ мар.19



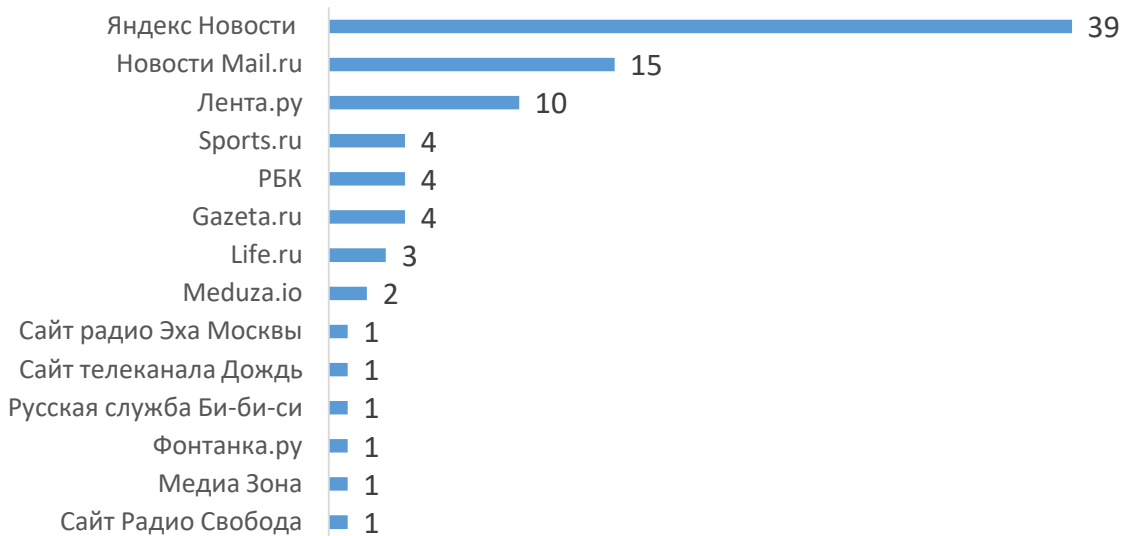
Наиболее заметные изменения произошли в уровне популярности «Первого канала»: за год число респондентов, назвавших его в перечне регулярно просматриваемых, снизилось с 72% до 47%. Снизилась популярность и других наиболее популярных телеканалов. Интерес к «России-1» снизился с 57% до 48%, НТВ – с 44% до 36%, «Россия 24» - с 38% до 31%.

Какие газеты читают



Вопрос: «Какие из следующих газет вы читаете более-менее регулярно, в том числе в интернете и через мобильные приложения?», март 2019

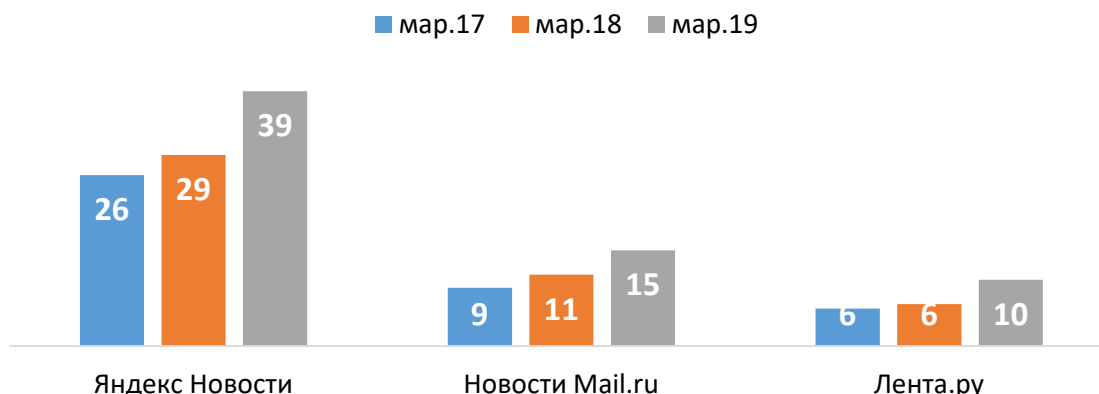
Популярность интернет-изданий



Вопрос: «Посещаете ли вы более-менее регулярно следующие интернет-сайты?», март 2019

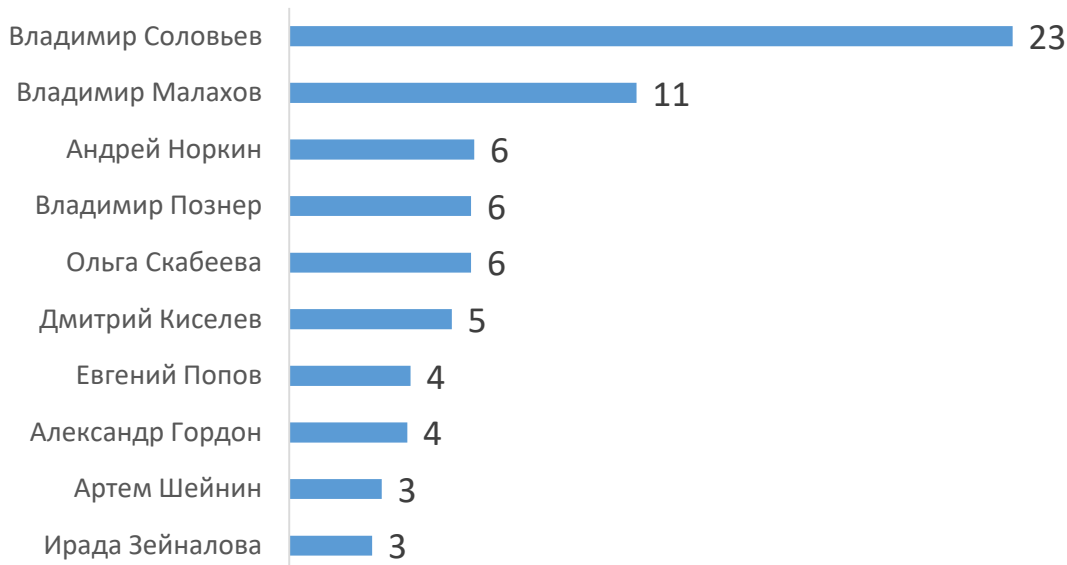
Опросы фиксируют рост популярности интернет-источников новостей: декларируемое использование Яндекс.Новостей выросло с 29% в 2018 году до 39% в марте 2019 года. Схожая динамика и в потреблении других основных источников интернет-новостей.

Посещение популярных интернет-ресурсов



Среди журналистов, наибольшее доверие у россиян вызывают ведущие популярных телевизионных ток-шоу и новостных передач, как наиболее массовых программ: Владимир Соловьев (23%), Андрей Малахов (11%), Владимир Познер, Андрей Норкин, Ольга Скабеева (по 6%) и Дмитрий Киселев (5%) -- таковы ответы на открытый вопрос, в котором респонденты сами называли фамилии журналистов.

Журналисты, вызывающие доверие

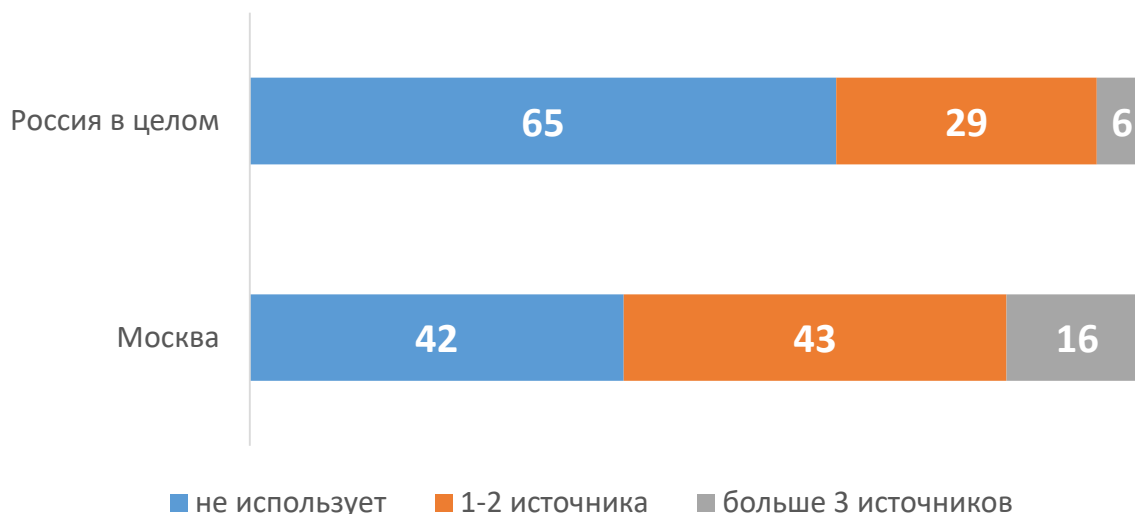


Открытый вопрос, респонденты сами называли фамилии журналистов, которые вызывают наибольшее доверие. Вопрос: «Назовите, пожалуйста, пять российских журналистов, публицистов, обозревателей, ведущих общественно-политические ток-шоу, выступающих на радио, телевидении, в прессе и интернете, за работой и выступлениями которых вы стараетесь следить?», март 2019

Приблизительная совокупная аудитория независимых СМИ, которые регулярно публикуют точки зрения, отличные от официальной позиции, на сегодняшний день составляет порядка 35% россиян (при этом только 6% регулярно использует сразу несколько независимых источников). В крупнейших городах, таких как Москва эти цифры приближаются половине населения (в т.ч. 16% москвичей используют несколько независимых источников). Из

предыдущих исследований мы знаем, что более критический взгляд на происходящее и политическую ситуацию имеют как раз те респонденты, которые пользуются несколькими независимыми источниками информации; те, кто использует лишь один-два, по своим оценкам происходящего и политическим взглядам мало отличаются от среднестатистического российского гражданина.¹

Доля россиян, использующие независимые СМИ



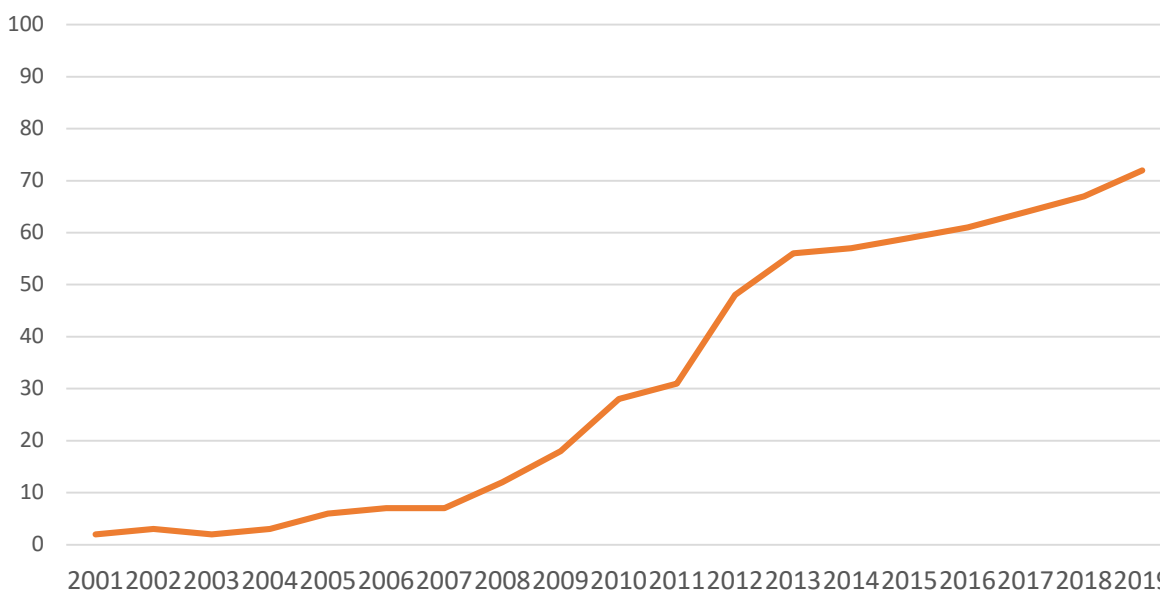
Совокупная аудитория независимых СМИ рассчитывается на основе данных следующих вопросов: «Посещаете ли вы более-менее регулярно следующие интернет-сайты», «Какие из следующих газет вы читаете более-менее регулярно, в том числе в интернете и через мобильные приложения?», «Смотрите ли вы новостные передачи телевизионных каналов, и если да, новости каких каналов, вы смотрите более-менее регулярно, в том числе в интернете?». «Независимыми источниками» в данном случае считаются те ресурсы (телеканалы, газеты, интернет-сайты), на которых хотя бы время от времени звучат мнения, альтернативные официозным. Согласно этой логике к «независимым источникам» были отнесены ресурсы РБК, газеты Коммерсант и Ведомости, телеканалы «Дождь» и «Euronews» и т.д. Такая методология хотя и содержит множество допущений, тем не менее позволяет хотя бы приблизительно оценить аудиторию независимых СМИ в России и знакомство населения страны с альтернативными мнениями.

¹ Волков Д., Гончаров С. Российский медиа-ландшафт: основные тенденции использования СМИ / Вестник общественного мнения, 2017, №1-2.

Интернет, социальные сети, мессенджеры

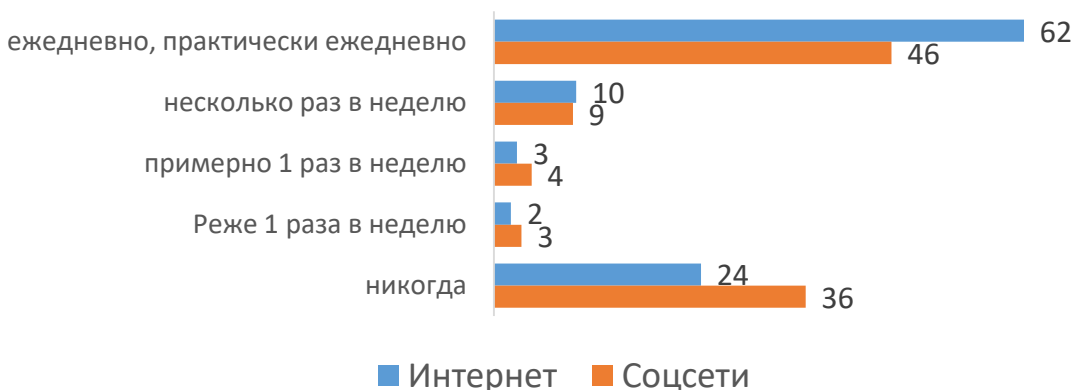
Увеличение влияния интернет-ресурсов происходит благодаря продолжающемуся росту российской интернет аудитории. На сегодняшний день около 72% населения пользуется интернетом “ежедневно, практически ежедневно” и “несколько раз в неделю”; в 2001 году таких было всего 2-3% россиян. При этом порядка 45% граждан выходят в интернет “несколько раз в день”; это прежде всего самые молодые россияне моложе 25 лет, среди них таких 87%. По этому показателю разница между самыми молодыми и самой старшей возрастной группы (65 лет и старше) достигает 14,5 раз: 87% против 6%.

Доля регулярных пользователей Интернета



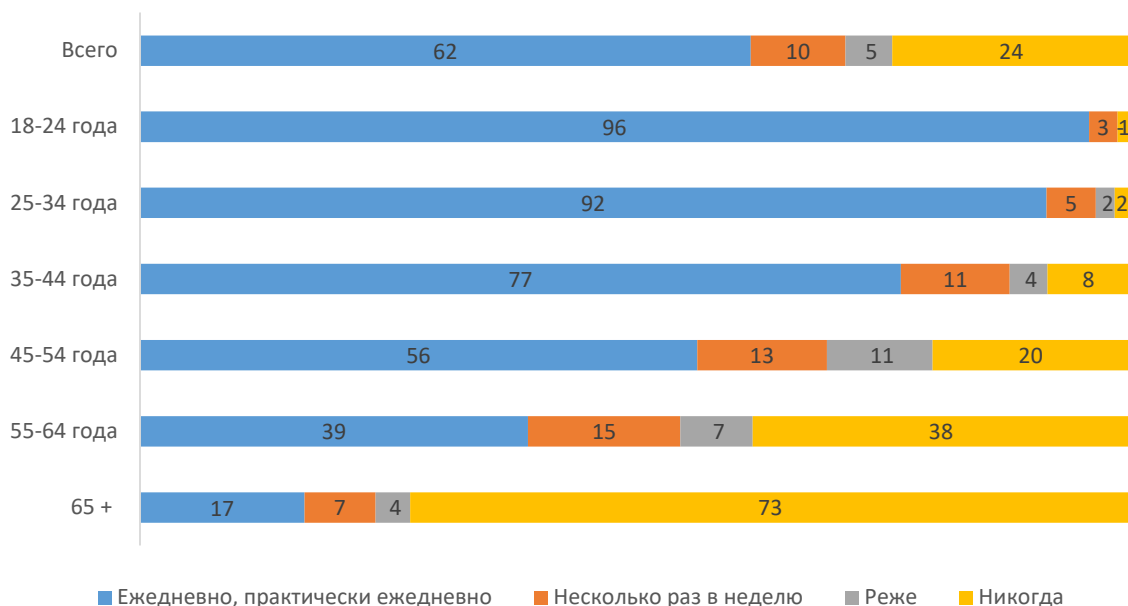
Доля регулярных пользователей интернета определяется как сумма респондентов, которые пользуются интернетом ежедневно или несколько раз в неделю. Вопрос: «Как часто вы, в среднем, выходите в интернет?», последний замер – апрель 2019

Пользование интернетом и социальными сетями



Вопрос: «Как часто вы, в среднем, выходите в интернет?», апрель 2019. Вопрос: «Посещаете ли вы социальные сети в интернете? Если да, то как часто?», март 2019

Пользование интернетом в зависимости от возраста



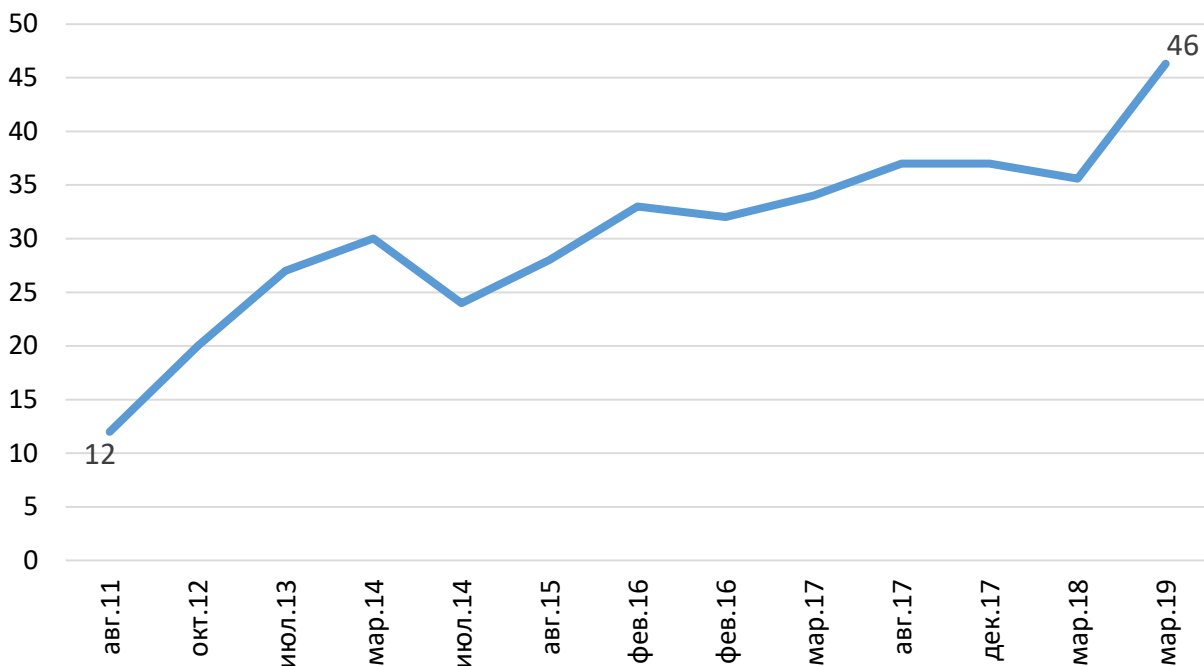
Вопрос: «Как часто вы, в среднем, выходите в интернет?», апрель 2019

Социальными сетями сегодня регулярно (“ежедневно, практически ежедневно” и “несколько раз в неделю”) пользуется порядка 56% россиян. Никогда не пользовались ими около трети населения страны. За 8 лет регулярных наблюдений цифра регулярных пользователей социальных сетей выросла в 2,5 раза (с 22% в 2011 году). Наиболее активными пользователями являются самые молодые россияне -- 85% посещают сети “ежедневно или практически ежедневно”. Среди старшей возрастной группы (65 лет и старше) таких только 8%.

Наиболее популярными социальными сетями в России являются “ВКонтакте” (ими пользуются порядка 42% россиян), “Одноклассники” (33%), YouTube (30%) и Instagram (23%). При этом YouTube, Instagram и ВКонтакте сегодня являются наиболее быстрорастущими сетями. Аудитория Facebook в России насчитывает порядка 9% населения, Twitter - 4%. Согласно опросам аудитория “ВКонтакте” Instagram, Twitter является более молодой, аудитория “Одноклассников” -- более пожилой. YouTube тоже смотрят прежде всего молодые, но аудитория этой сети более равномерно распределена между разными возрастными группами.

Данные исследований Левада-Центра указывают на практически непрерывный рост числа посетителей социальных сетей на протяжении последних 8 лет. В ходе опроса в марте 2019 года 46% респондентов отметили, что посещают социальные сети ежедневно или практически ежедневно. Вместе с тем доля тех, кто не пользуется социальными сетями, сократилась с 65% в 2011 году до 36%. В 2017 году доля тех, кто использовал социальные сети несколько раз в неделю, составляла 19%, а в марте 2019 года – только 9%

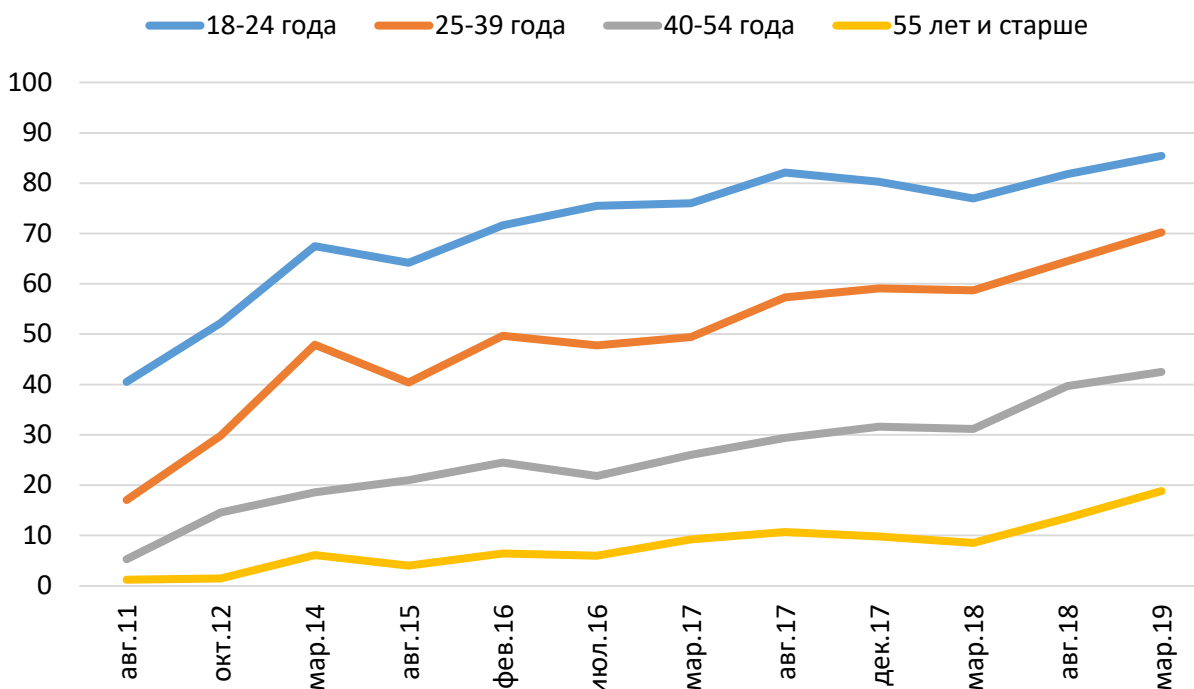
Доля тех, кто посещает социальные сети "ежедневно или практически ежедневно" в динамике



Вопрос: «Посещаете ли вы социальные сети в интернете? Если да, то как часто?»

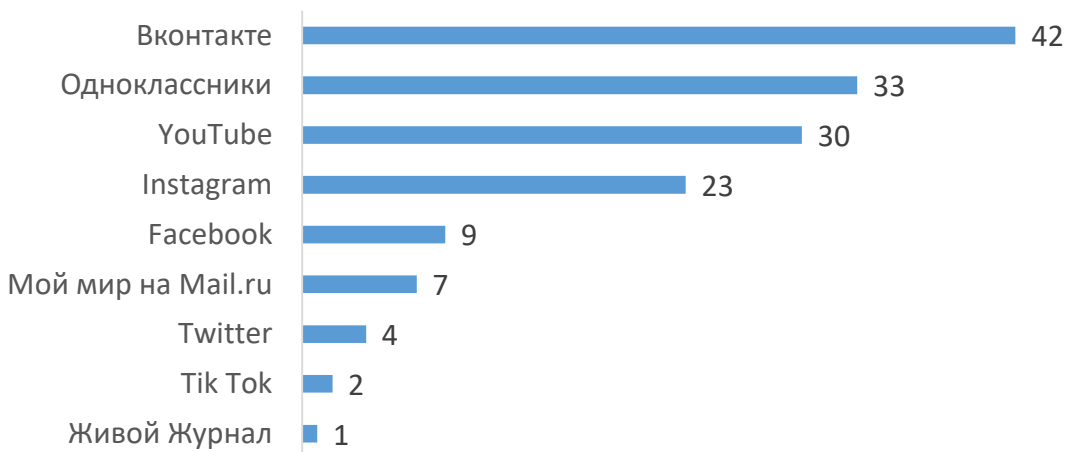
Освоение социальных сетей происходит практически во всех возрастных группах, кроме самой молодой (18-24 года), где произошло насыщение (более 80% используют соцсети ежедневно). При этом разрыв в использовании между возрастными группами за прошедшие несколько лет увеличился с 40% до 66% (доля респондентов в возрасте 18-24 минус доля респондентов в возрасте 55+).

"Ежедневное или практически ежедневное" использование социальных сетей



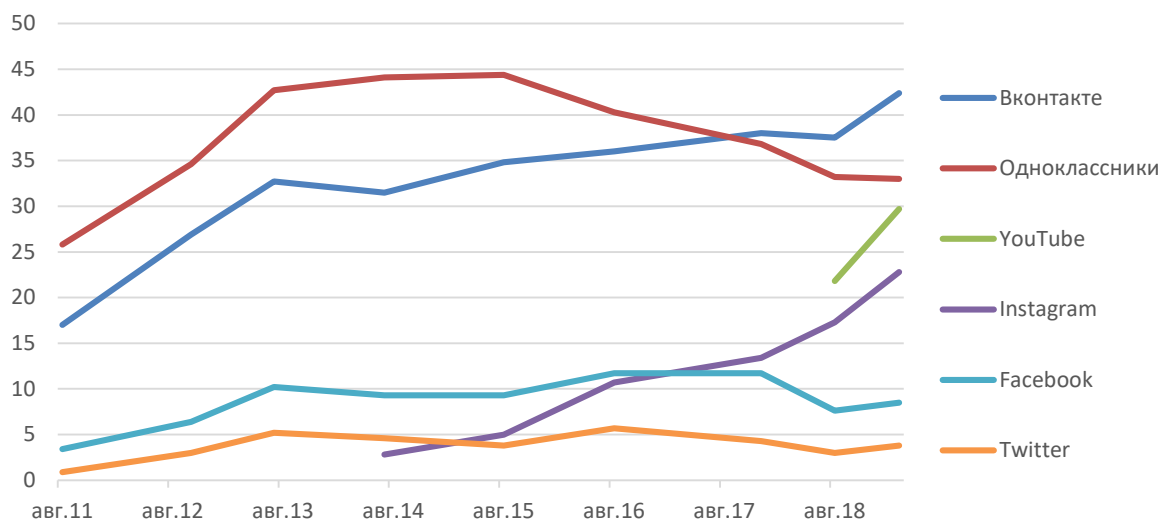
Среди наиболее популярных социальных сетей лидируют «ВКонтакте» (67%) и «Одноклассники» (52%). «ВКонтакте» сохраняет свой уровень популярности, а «Одноклассники» демонстрирует некоторое снижение по сравнению с 2017 годом. Третьей по популярности социальной сетью в России оказывается Youtube, доля которого выросла на 21% по сравнению с прошлым годом (до 2018 года замеры не проводились). Большой рост также демонстрирует Instagram: доля его пользователей выросла на 13% по сравнению с прошлым замером в 2018 году.

Какие социальные сети посещают



Вопрос: «Какие социальные сети Вы посещаете?», март 2019

Аудитория социальных сетей в динамике



Последний замер – март 2019 года. В вопросе данной формулировки подсказка «Instagram» предлагается с 2014 года, подсказка «YouTube» предлагается с 2018 года

Российская аудитория мессенджеров для обмена сообщениями и звонками быстро растет. За три года наблюдений она увеличилась вдвое -- с 31% в 2016 году до 62% в марте 2019 года. Лидерами среди приложений являются WhatsApp (49% россиян) и Viber (31%). Мессенджером ВКонтакте пользуются порядка 17%, Skype -- 14%. Аудитория Telegram, которая заметно выросла в прошлом году на фоне блокировок, на сегодняшний день составляет порядка 8% населения. Мессенджерами пользуется преимущественно молодежь, однако WhatsApp и Viber довольно хорошо распространены и в остальных возрастных группах.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ ДЛЯ ЗВОНКОВ И ОБМЕНА СООБЩЕНИЯМИ

	фев.16	мар.17	апр.18	мар.19
WhatsApp	17	24	36	49
Viber	16	20	29	31
Мессенджер ВКонтакте	-*	15	26	17
Skype	14	12	19	14
Telegram	1	3	8	8
Мессенджер Facebook	2	3	5	3
iMessage / FaceTime	2	3	1	2
Другие	2	2	3	2
Не пользуюсь приложениями для мобильных телефонов для звонков и обмена сообщениями	65	52	43	37
Затруднились ответить	4	5	1	1

* Подсказка не предлагалась; вопрос «Пользуетесь ли Вы приложениями для мобильных телефонов для звонков и обмена сообщениями?»

Пользование онлайн-услугами

Среди распространенных интернет-услуг у россиян наибольшей популярностью пользуются мобильный банк (46% используют “время от времени”), заказ такси (28%), навигационные карты (25%) и покупки в онлайн-магазинах (21%). Еще 15% россиян заказывают еду и покупают билеты онлайн, порядка 10% проходили обучающие онлайн-курсы. Около трети российских граждан продавали сами или покупали у других товары или услуги по интернету. Для этого люди обычно пользуются Avito (25% россиян имели такой опыт) или Юлой (11%). Как и во всем, что связано с интернетом, наиболее активными пользователями интернет-услуг являются молодые россияне.

Услуги онлайн (хотя бы время от времени)

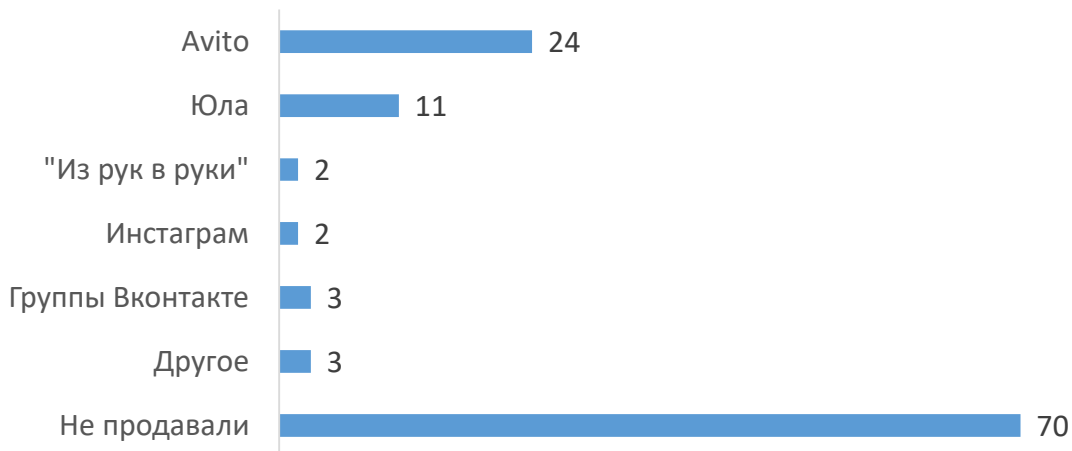


Вопрос: «Используете ли вы интернет или мобильные приложения хотя бы время от времени для следующих целей?», март 2019

Пользование онлайн-услугами в зависимости от возраста

	Всего по стране	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-54 года	55-64 года	65 + лет
мобильный банк	46	72	68	57	45	29	10
заказ такси	28	56	50	32	20	14	4
навигационные карты	25	41	44	27	25	14	2
покупки в онлайн-магазинах	21	42	36	27	13	10	4
заказ и доставка еды	15	42	27	17	8	5	1
покупка билетов	15	27	23	18	12	8	4
обучающие онлайн-курсы	10	21	15	13	8	3	1
ничего из перечисленного	39	10	14	26	42	59	85

Опыт продажи товаров или услуг по интернету



Вопрос: «Вы когда-нибудь продавали вещи или услуги через интернет, и если да, то какими сайтами или приложениями вы для этого пользовались?», март 2019