



Проект «Мир Интернета»

«Интернет в России»

Методика и основные результаты исследования



Выпуск 25
Осень 2008

Бюллетень подготовили:

Ефим Галицкий
Алена Сидорова



1. Методика

Источники данных

■ Два репрезентативных мегаопроса «Георейтинг»

Опросы проводятся в 68 субъектах РФ, в которых суммарно проживает 93% населения страны.

Каждый мегаопрос в целом:

- охватывает 1922 населенных пункта (670 города, 299 поселков городского типа, 953 села);
- суммарный объем выборки – 34 тыс. респондентов.

В каждом субъекте:

- исследуемая совокупность – население в возрасте от 18 лет и старше;
- выборка – случайная территориальная трехступенчатая (административные районы, населенные пункты, домохозяйства) стратифицированная;
- объем выборки – 500 респондентов.

Мегаопросы проводились в период с 18 сентября по 1 октября и с 11 по 25 ноября 2008 г.

■ Общероссийские опросы населения каждые две недели

- Исследуемая совокупность – население России в возрасте от 18 лет и старше;
- Выборка случайная, стратифицированная (по крупным экономико-географическим регионам и городскому / сельскому населению) трехступенчатая (административные районы – избирательные участки – жилища);
- Всего областей и республик – 63; районов – 98; городских и сельских населенных пунктов – 203; избирательных участков – 314;
- Каждые две недели опрашиваются в режиме личного интервью по месту жительства 6000 респондентов от 18 лет;
- В данный выпуск вошли данные шести опросов осени 2008 г. (сентябрь – ноябрь), общий объем выборки – 36 тыс. респондентов.

■ Общероссийский опрос Социо-Интернет-Мониторинг

- Исследуемая совокупность – население России в возрасте от 12 лет и старше;
- Выборка случайная, стратифицированная (по крупным экономико-географическим регионам и городскому / сельскому населению), трехступенчатая (административные районы – избирательные участки – жилища);
- Всего областей и республик – 63; районов – 98; городских и сельских населенных пунктов – 203; избирательных участков – 314;
- Размер выборки – 6000 респондентов;
- Опрос проводился с 24 октября по 10 ноября 2008 года.

Выпуск подготовлен по результатам опроса 110 тыс. респондентов. Приведенные в отчете показатели относятся к населению России в возрасте 18 лет и старше. Ряд показателей относятся к населению России в возрасте 16 лет и старше, 14 лет и старше и 12 лет и старше, что всякий раз оговаривается. К категории «Пользователи Интернета» относятся все респонденты, давшие на вопрос: **«Приходилось ли Вам лично пользоваться Интернетом? Если да, то когда Вы лично пользовались Интернетом в последний раз?»** ответы: **«в последние сутки», «в последнюю неделю», «в последний месяц», «в последние три месяца», «в последние полгода».**

В исследовании применена методика, обеспечивающая возможность сравнения с данными компании Nielsen Online (ранее Nielsen//NetRatings Inc.), что позволяет сопоставлять данные по России с данными по другим странам мира.

Отчет «Интернет в России» выпускается четыре раза в год (Весна, Лето, Осень, Зима).

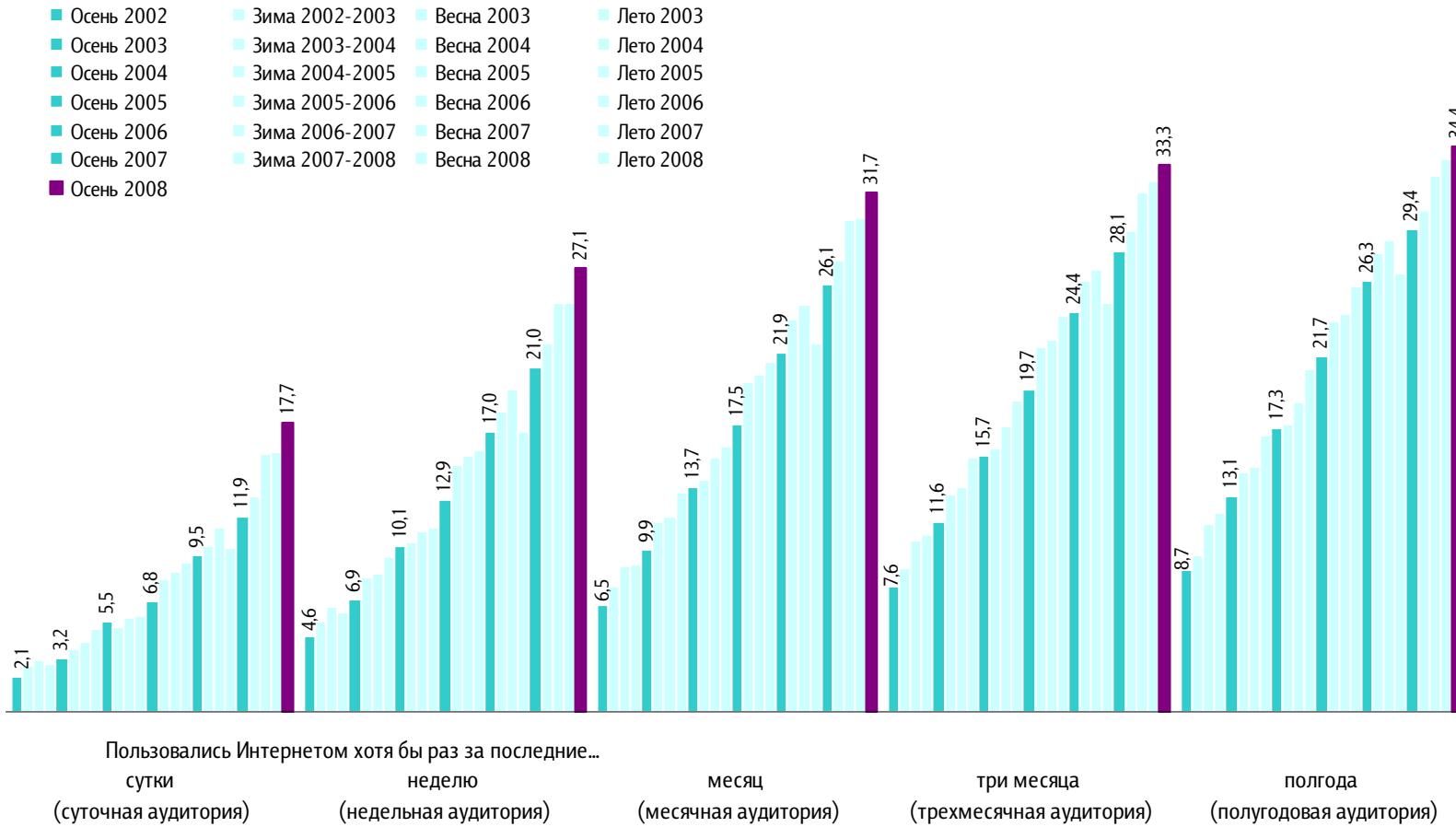
2. Основные результаты

Динамика активности пользования Интернетом. Россия (нарастающим итогом)*

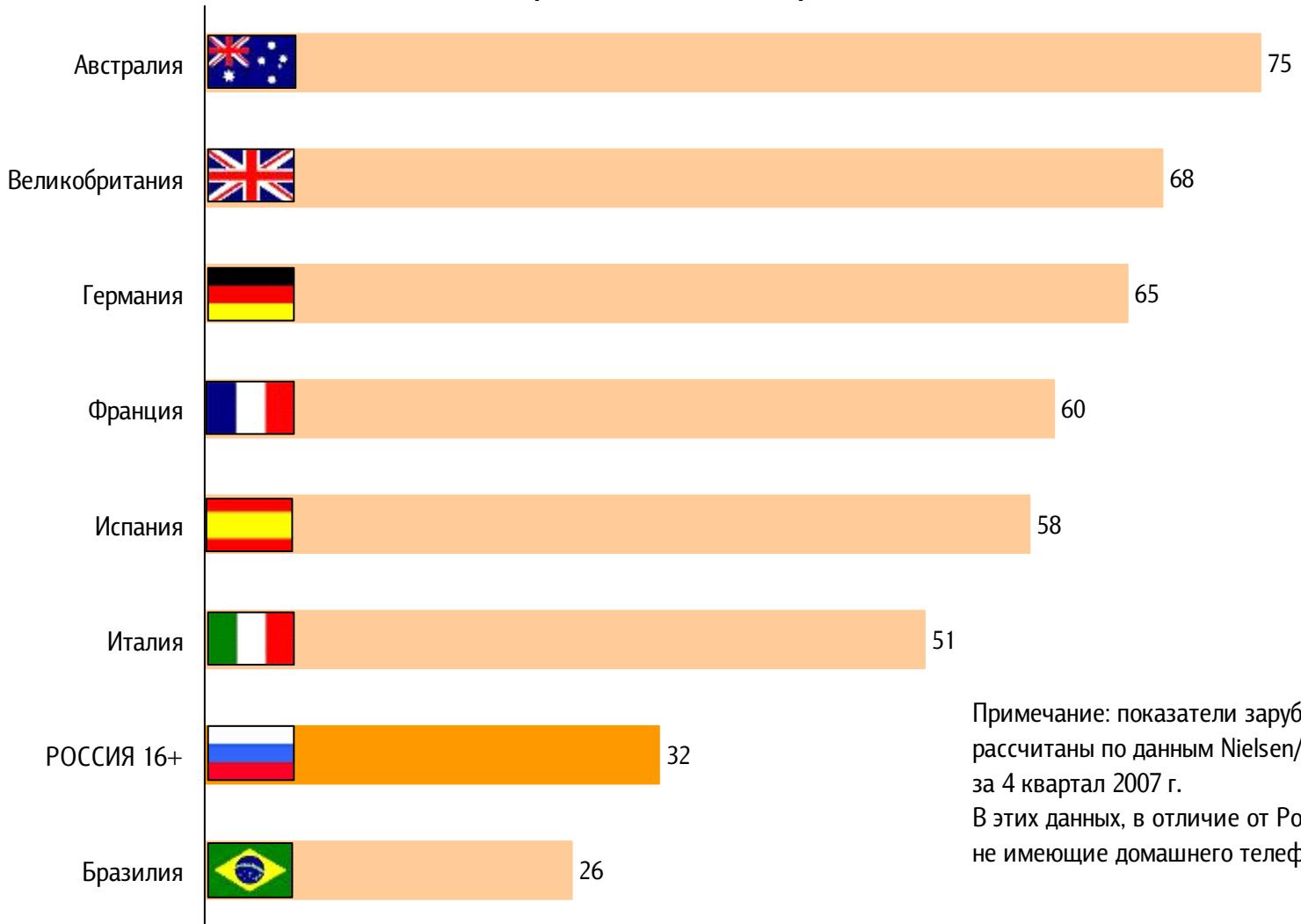
	Те, кто пользовался Интернетом хотя бы раз за последние:									
	6 месяцев (шестимесячная аудитория) - пользователи Интернета		3 месяца (трехмесячная аудитория)		1 месяц (месячная аудитория)		неделю (недельная аудитория)		сутки (суточная аудитория)	
	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.	%	млн. чел.
Осень 2002	8	8,7	7	7,6	6	6,5	4	4,6	2	2,1
Зима 2002-2003	9	9,6	8	8,7	7	7,7	5	5,5	3	2,8
Весна 2003	10	11,5	9	10,5	8	8,9	6	6,4	3	3,2
Лето 2003	11	12,1	10	10,8	8	9,0	6	6,1	3	3,0
Осень 2003	12	13,1	10	11,6	9	9,9	6	6,9	3	3,2
Зима 2003-2004	13	14,6	12	13,3	10	11,6	7	8,2	3	3,8
Весна 2004	14	14,9	12	13,7	11	12,0	8	8,5	4	3,3
Лето 2004	15	16,9	14	15,5	12	13,4	9	9,5	5	5,0
Осень 2004	16	17,3	14	15,7	12	13,7	9	10,1	5	5,5
Зима 2004-2005	16	17,6	15	16,0	13	14,2	9	10,3	5	5,2
Весна 2005	17	18,9	16	17,5	14	15,5	10	11,0	5	5,7
Лето 2005	19	20,9	17	18,9	15	16,1	10	11,2	5	5,9
Осень 2005	20	21,7	18	19,7	16	17,5	12	12,9	6	6,8
Зима 2005-2006	21	23,8	20	22,2	18	20,1	13	15,1	7	8,0
Весна 2006	21	24,3	20	22,7	18	20,6	14	15,6	7	8,5
Лето 2006	23	26,0	21	24,2	19	21,4	14	16,0	8	9,1
Осень 2006	23	26,3	21	24,4	19	21,9	15	17,0	8	9,5
Зима 2006-2007	25	28,0	23	26,3	21	23,9	16	18,4	9	10,1
Весна 2007	25	28,7	24	27,0	22	24,8	17	19,6	10	11,2
Лето 2007	24	26,8	22	24,9	20	22,4	15	17,1	9	10,0
Осень 2007	26	29,4	25	28,1	23	26,1	18	21,0	10	11,9
Зима 2007-2008	27	30,6	26	29,4	24	27,5	20	22,5	12	13,1
Весна 2008	29	32,7	28	31,7	26	30,0	22	25,0	14	15,7
Лето 2008 (18+)	30	33,7	28	32,4	26	30,1	22	24,9	14	15,9
Лето 2008 (16+)	31	36,9	30	35,4	27	32,4	23	26,7	15	17,1
Лето 2008 (14+)	33	39,6	31	37,8	28	34,4	23	28,1	15	18,0
Осень 2008 (18+)	30	34,4	29	33,3	28	31,7	24	27,1	16	17,7
Осень 2008 (16+)	32	37,9	31	36,6	29	34,8	25	29,7	16	19,2

*См. <http://www.fom.ru/projects/23.htm>

Динамика активности пользования Интернетом. Россия, 18 лет и старше, млн. чел. (нарастающим итогом)

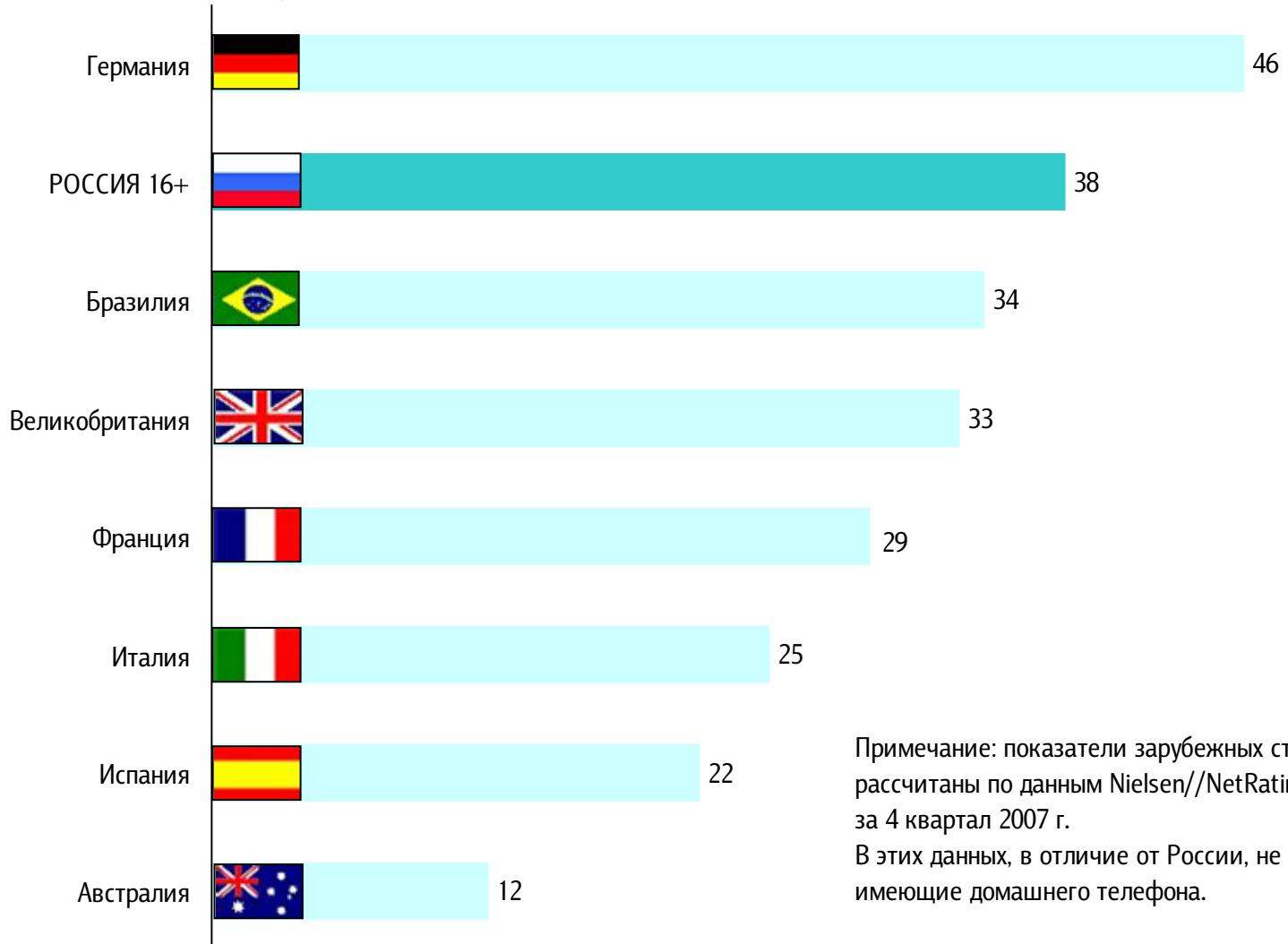


Доли пользователей Интернета в странах,
% от населения в возрасте 16 лет и старше



Примечание: показатели зарубежных стран
рассчитаны по данным Nielsen//NetRatings
за 4 квартал 2007 г.
В этих данных, в отличие от России, не учтены
не имеющие домашнего телефона.

Число пользователей Интернета в возрасте 16 лет и старше
в странах, млн. чел.



Примечание: показатели зарубежных стран
рассчитаны по данным Nielsen//NetRatings
за 4 квартал 2007 г.
В этих данных, в отличие от России, не учтены не
имеющие домашнего телефона.