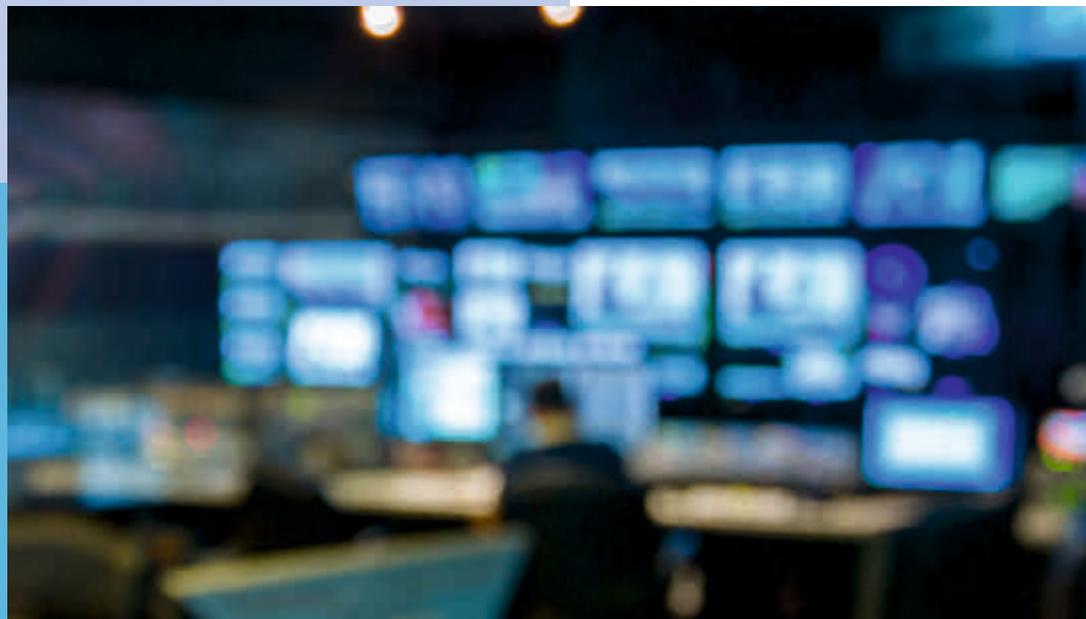




# ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ОЦЕНКЕ УРОВНЯ МЕДИАГРАМОТНОСТИ КЫРГЫЗСТАНА



## ПАРТНЕРЫ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА



ИНСТИТУТ  
МЕДИА ПОЛИСИ



ФОНД  
«СОРОС-КЫРГЫЗСТАН»



ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКО-КОНСАЛТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ  
«RICHRESEARCH»

## ПРЕЗЕНТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ



## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

### ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ:

Определить исходные позиции через количественный и качественный замеры уровня медиаграмотности различных групп населения

### ЗАДАЧИ:



- Оценить степень развития медиаграмотности у разных групп населения
- Изучить состояние медиаграмотности в стране
- Разработать вопросники для фокус-групп и интервью
- Разработать опросник для опроса
- Разработать методологию исследования



## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

### КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ



ОПРОС СРЕДИ

**1200** РЕСПОНДЕНТОВ

### КАЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ



**13**

ФОКУС-ГРУПП



**24**

ГЛУБИННЫХ ИНТЕРВЬЮ



**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:** население Кыргызской Республики от 16 лет и старше

**ЯЗЫК ОПРОСА:** кыргызский, русский и узбекский

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ:** личный/живой опрос методом «face-to-face» в домохозяйстве

**ПЕРИОД ПРОЕКТА:** с сентября 2017г. по ноябрь 2017г.

**РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ:** ошибка выборки +/- 3% Доверительный интервал: 95%

**ВЫБОРКА:** многоступенчатый кластерный отбор со стратификацией. Рамка выборки для ПЕВ была основана на результатах последней переписи населения.

## ВЫБОР РЕСПОНДЕНТА

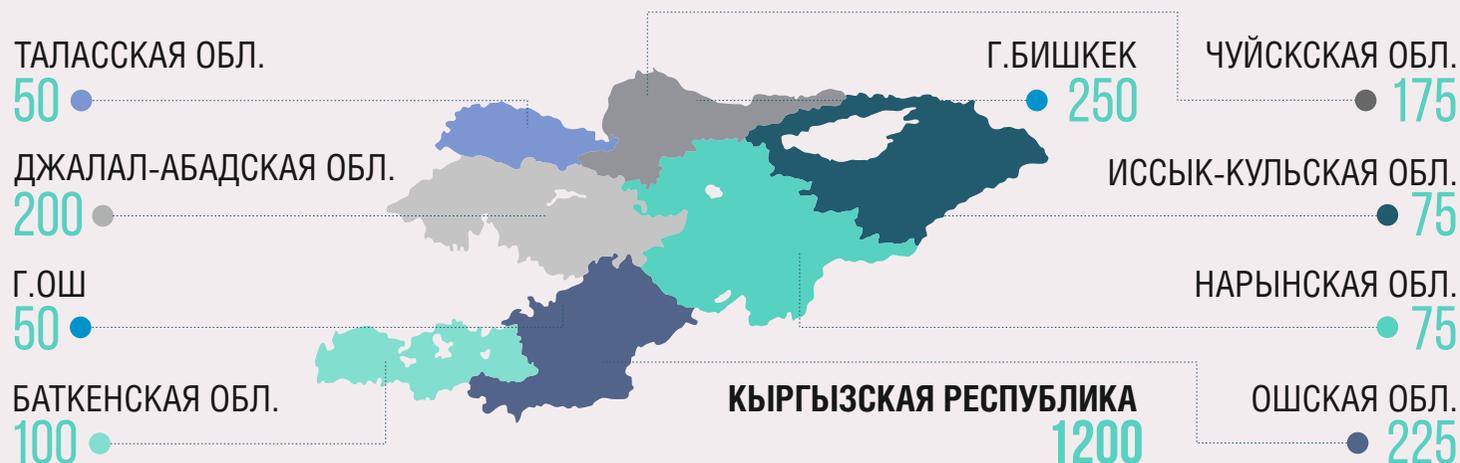
Для выбора респондентов для опроса была применена **таблица/сетка Киша**. Таблица/сетка Киша предполагает участие любого члена домохозяйства, который попадает под критерии опроса.

Количество людей в домохозяйстве	Последняя цифра номера анкеты									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1
4	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
5	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
6	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1
7	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4
8	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6
9	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7
10	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7
11	8	9	10	11	1	2	3	4	5	6
12	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4

## ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Численность постоянного населения от 16 лет и старше: **4 011 583**

### Количество домохозяйств



### ДИЗАЙН ВЫБОРКИ

Дизайн выборки основан на данных Национального статистического Комитета Кыргызской Республики

Области	Количество первичных единиц выборки			Количество респондентов		
	село	город	всего	село	город	всего
Баткенская обл.	1	3	4	25	75	100
Джалал-Абадская обл.	2	6	8	50	150	200
Иссык-Кульская обл.	1	2	3	25	50	75
Нарынская обл.	1	2	3	25	50	75
Ошская обл.	1	8	9	25	200	225
Таласская обл.	1	1	2	25	25	50
Чуйская обл.	2	5	7	50	125	175
г.Бишкек	10	-	10	250	-	250
г.Ош	2	-	2	50	-	50
<b>Всего</b>	<b>21</b>	<b>27</b>	<b>48</b>	<b>525</b>	<b>675</b>	<b>1200</b>

## СБОР И ОБРАБОТКА ДАННЫХ

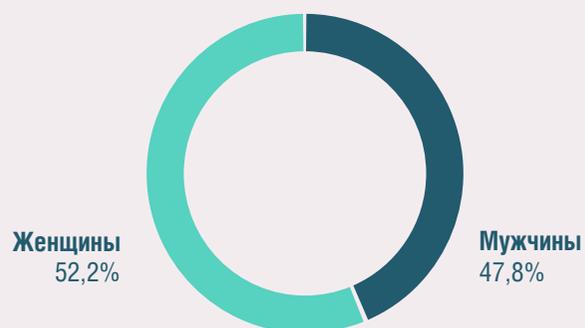
Тренинг/инструктаж для супервайзеров и интервьюеров



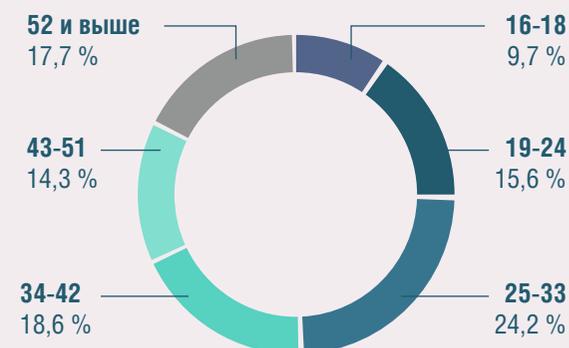
## ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ



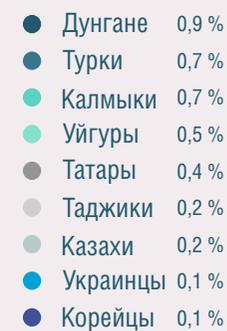
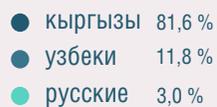
Количество опрошенных в разрезе местности (N=1200)



Количество опрошенных в гендерном разрезе (N=1200)



Возраст респондентов (N=1200)



Национальный состав респондентов (N=1200)

## ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СОСТАВ



Уровень образования респондентов  
(N=1200)



Род деятельности респондентов  
(N=1200)

## ПОТРЕБЛЕНИЕ КОНТЕНТА



**94,5 %** РЕСПОНДЕНТОВ ИМЕЮТ В НАЛИЧИИ  
**ТЕЛЕВИЗОР**



**67,7 %** РЕСПОНДЕНТОВ ВЛАДЕЮТ  
**СМАРТФОНАМИ**



**40,5 %** РЕСПОНДЕНТОВ ИСПОЛЬЗУЮТ  
**КНОПЧНЫЙ ТЕЛЕФОН**



**23,7 %** РЕСПОНДЕНТОВ ИМЕЮТ ДОМА  
**КОМПЬЮТЕР/НОУТБУК/ПЛАНШЕТ**



**0,3 %** РЕСПОНДЕНТОВ ИМЕЮТ В НАЛИЧИИ  
**БУКРИДЕР**

Потребление контента респондентами с помощью медиаустройств  
(N=3060)



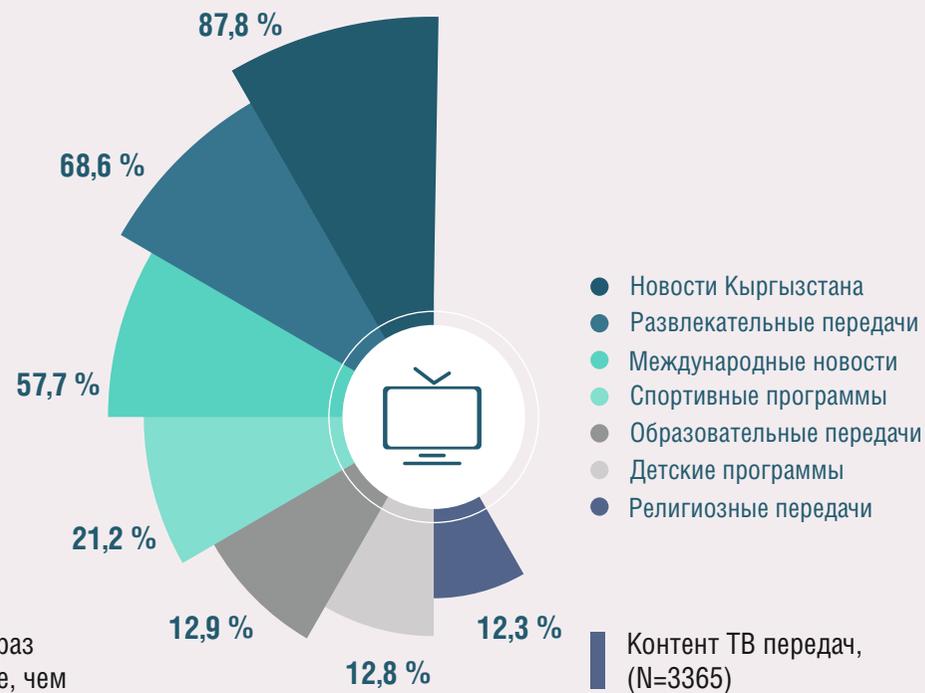
## ТЕЛЕВИДЕНИЕ



Ежедневный просмотр ТВ, % (N=1200)



Смотрят ТВ (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



- Новости Кыргызстана
- Развлекательные передачи
- Международные новости
- Спортивные программы
- Образовательные передачи
- Детские программы
- Религиозные передачи

Контент ТВ передач, (N=3365)



Язык, на котором респонденты смотрят ТВ (N=1160)



Язык, на котором респонденты хотели бы смотреть ТВ, (N=1200)

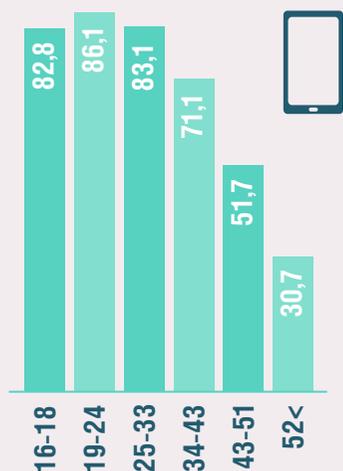


## ИНТЕРНЕТ



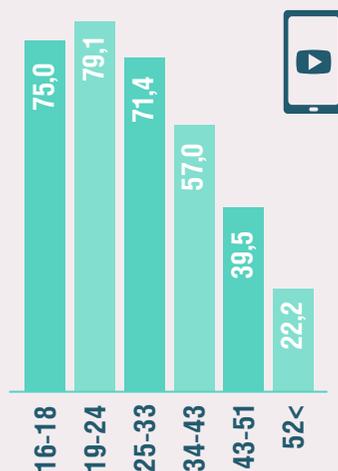
**71,8 %** ИЗ 1200 РЕСПОНДЕНТОВ  
ИМЕЮТ ДОСТУП К СЕТИ  
**ИНТЕРНЕТ**

67,7% РЕСПОНДЕНТОВ  
ИСПОЛЬЗУЕТ СМАРТФОН ЕЖЕДНЕВНО



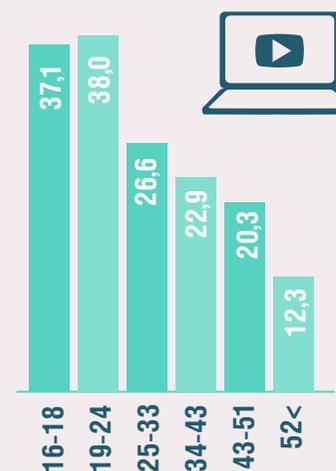
Использование смартфона каждый день,  
% (N=3060)

ЛИЦА ДО 33 ЛЕТ ДОВОЛЬНО АКТИВНО  
ИСПОЛЬЗУЮТ СМАРТФОН ДЛЯ ПРОСМОТРА  
КОНТЕНТА



Просмотр телепередач/фильмов/сериалов  
через смартфон (каждый день, несколько раз  
в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем  
раз в месяц), % (N=1200)

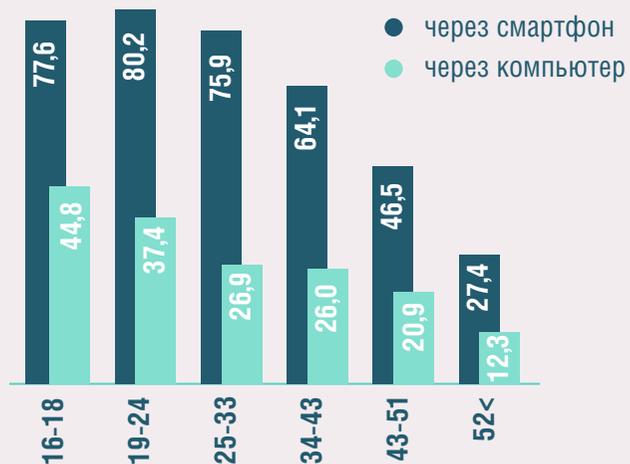
25,3% ОПРОШЕННЫХ ЭПИЗОДИЧЕСКИ СМОТРЯТ  
КОНТЕНТ В КОМПЬЮТЕРЕ/ПЛАНШЕТЕ



Просмотр телепередач/фильмов/сериалов  
через компьютер/планшет (каждый день,  
несколько раз в неделю, несколько раз в месяц,  
реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



## ИНТЕРНЕТ-САЙТЫ



Просмотр интернет-сайтов, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц)  
% (N=1200)



Язык, на котором респонденты читают информацию на сайтах информагентств, (N=634)

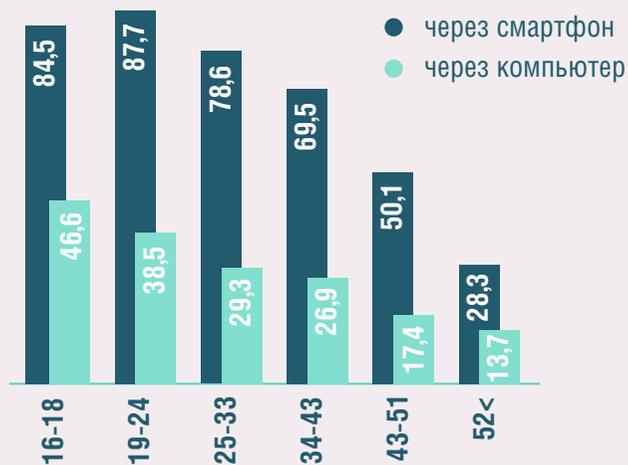


Язык, на котором респонденты хотели бы читать информацию на сайтах информагентств (N=1200)

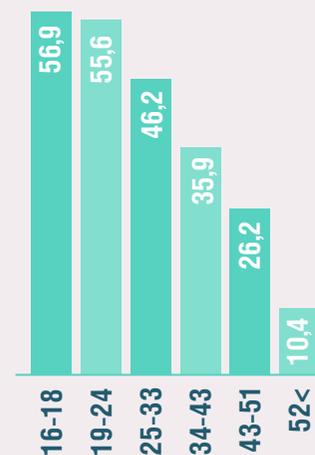


## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

65,9% респондентов заходят в социальные сети посредством смартфона.  
Посредством компьютера/планшета в социальные сети заходят в два раза меньше респондентов.

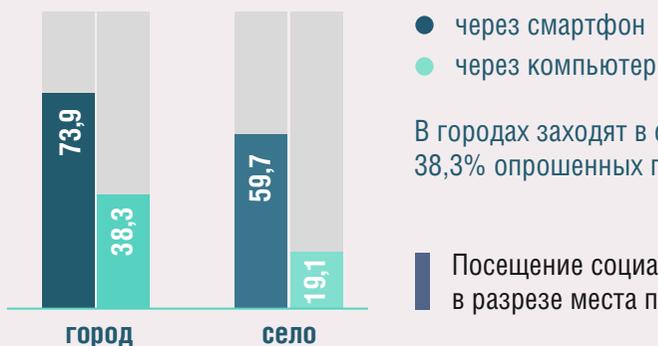


Посещение социальных сетей, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) % (N=1200)



Посещение социальных сетей каждый день, % (N=1200)

37,6% респондентов во всех возрастных категориях ежедневно заходят в соцсети через смартфон.  
В городах заходят в соцсети – 54,5%,  
в селах – 24,4%



В городах заходят в соцсети через смартфон - 73,9%, в селах - 59,7%  
38,3% опрошенных горожан заходили в соцсети с помощью компьютера. В селах - 19,1%

Посещение социальных сетей (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) в разрезе места проживания, % (N=1200)



## МЕССЕНДЖЕРЫ

В среднем по стране 70,4% респондентов заходят в мессенджеры (WhatsApp, Viber, Facebook Messenger).



Использование мессенджеров (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) через смартфон, % (N=1200)



Использование мессенджеров каждый день через смартфон, % (N=1200)

Все возрастные категории заходят в мессенджеры посредством телефона в 1,5 раз чаще, чем в социальные сети.

### В разрезе по месту жительства:

В городах 79,8% опрошенных заходили (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) в мессенджеры  
В селах - 63,1%

В городах 70,1% опрошенных заходили каждый день в мессенджеры.  
В селах – 56,3%



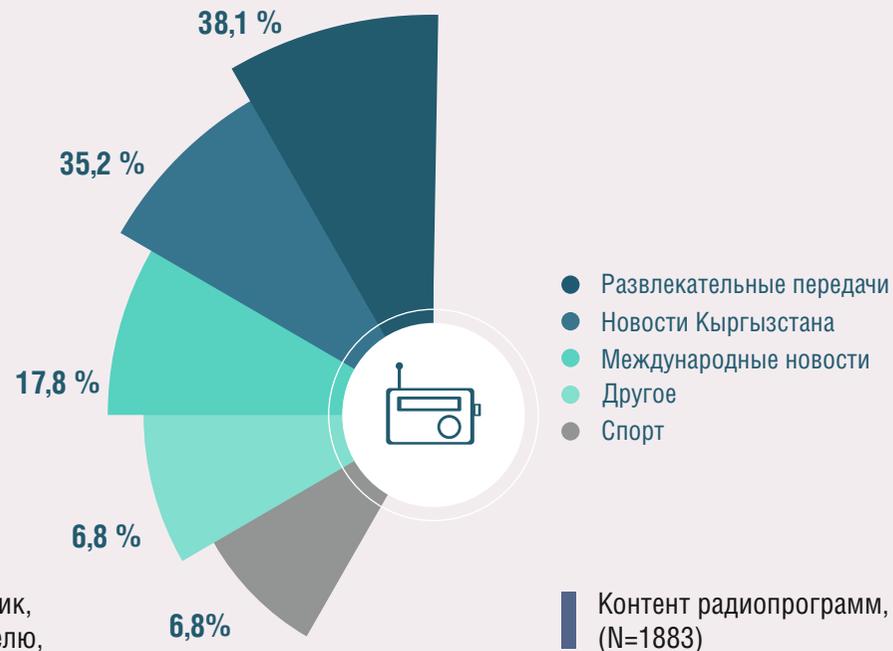
## РАДИО



Респонденты, слушающие радио каждый день через радиоприемник, % (N=1200)



Слушают радио через радиоприемник, (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц) % (N=1200)



- Развлекательные передачи
- Новости Кыргызстана
- Международные новости
- Другое
- Спорт

Контент радиопрограмм, (N=1883)



Язык, на котором респонденты слушают радио (N=573)



Язык, на котором респонденты хотели бы слушать радио (N=1200)

Прослушивание радио со смартфона не пользуется популярностью (**26,4%**).

Слушают радио в компьютере / планшете лишь **9,2%**.

(Проценты прослушивания радио указаны в сумме ответов по всем возрастам по стране (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц))

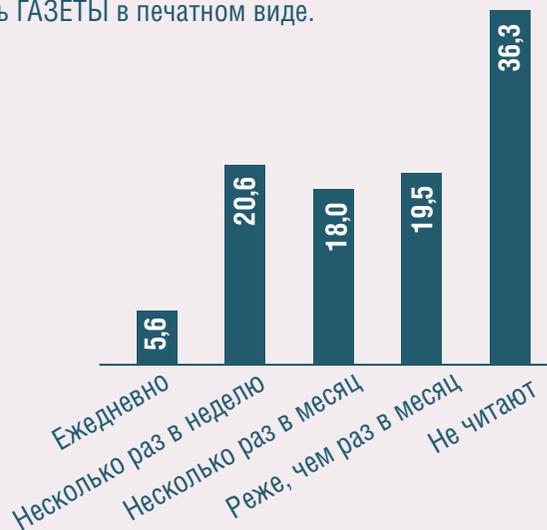


## ГАЗЕТЫ

63,7% респондентов предпочитают читать ГАЗЕТЫ в печатном виде.



Респонденты читающие газеты (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



Периодичность чтения газет, % (N=1200)



Контент газет N=2151)



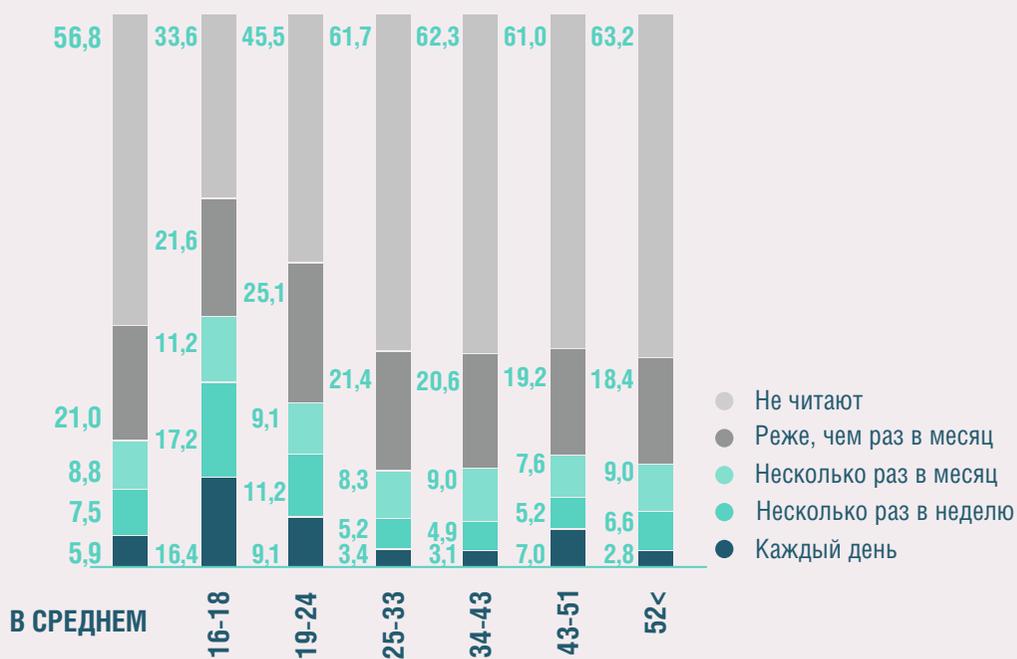
Язык, на котором респонденты читают газеты (N=738)



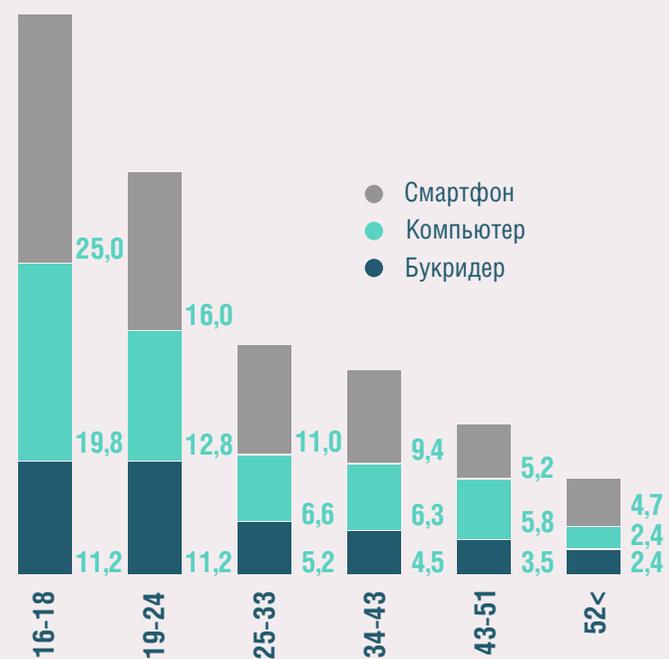
Язык, на котором респонденты хотели бы читать газеты (N=1200)



## КНИГИ



■ Респонденты, читающие книги (печатную версию) (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



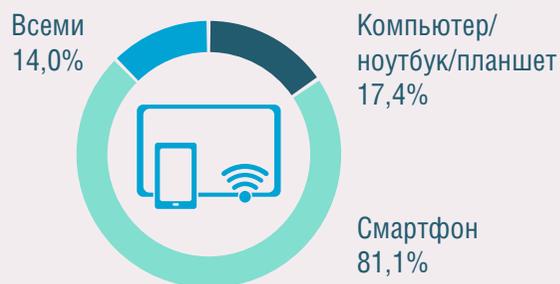
■ Респонденты, читающие книги в электронном виде (каждый день, несколько раз в неделю, несколько раз в месяц, реже, чем раз в месяц), % (N=1200)



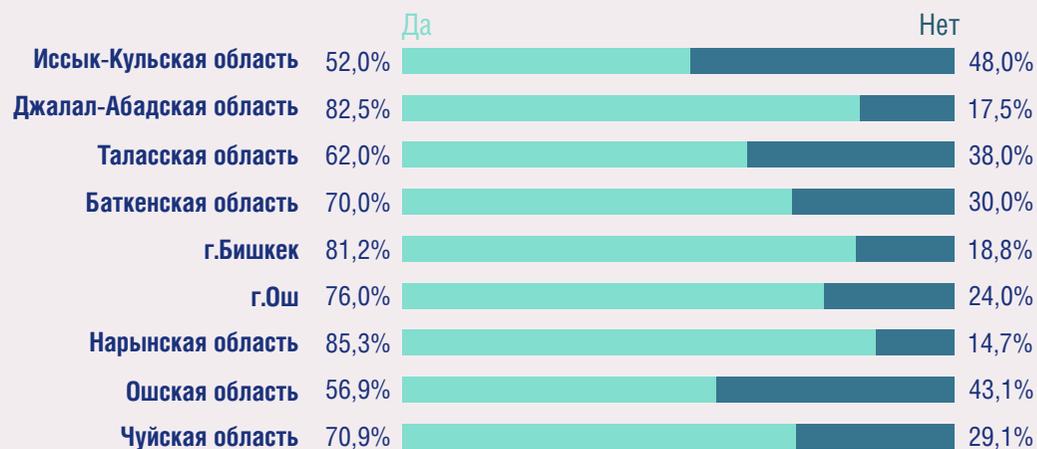
## ДОСТУП К ИНТЕРНЕТУ



Доступ к интернету  
(N=1200)



Устройства, которые используют респонденты для выхода в интернет  
(N=970)



Доступ к интернету в разрезе регионов  
(N=1200)



Доступ к интернету в разрезе разных возрастных групп  
(N=1200)



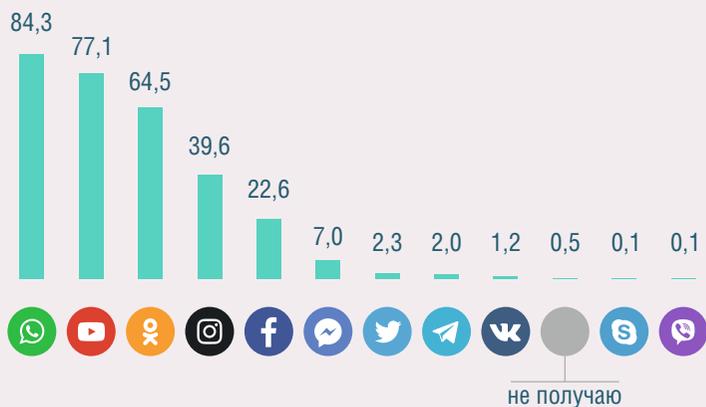
## МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ



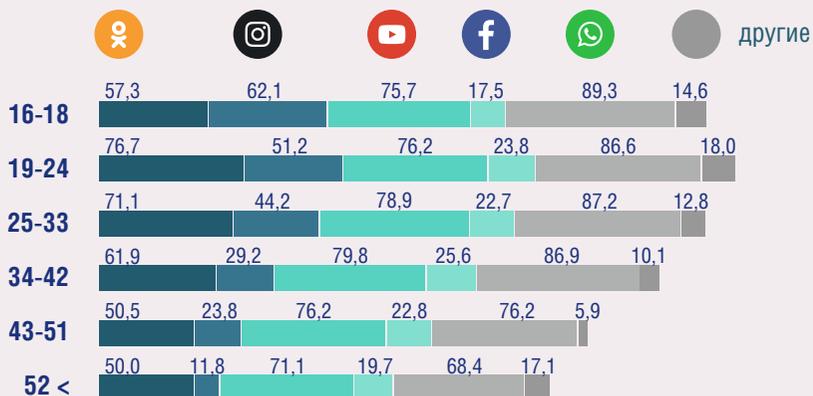
За последние 3 месяца для каких целей Вы заходили в сеть Интернет?  
(N=3625)



## МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ



Из каких социальных сетей и/или мессенджеров Вы получаете информацию (новостную)? % (N=2597)



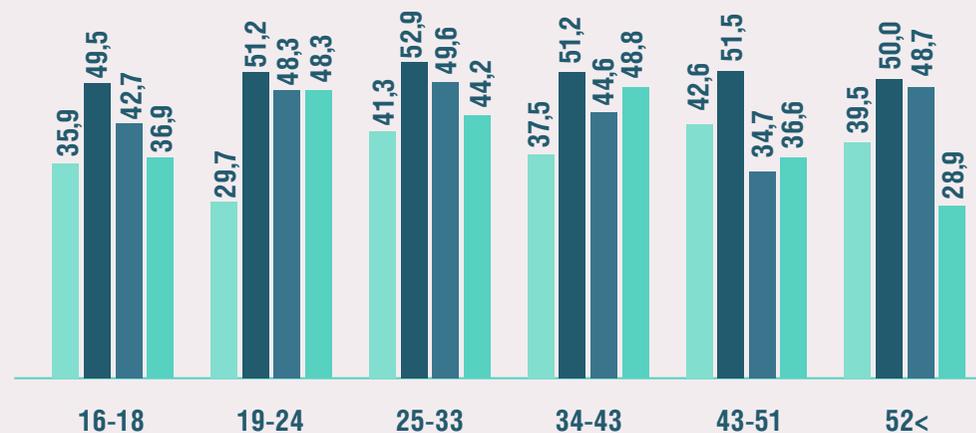
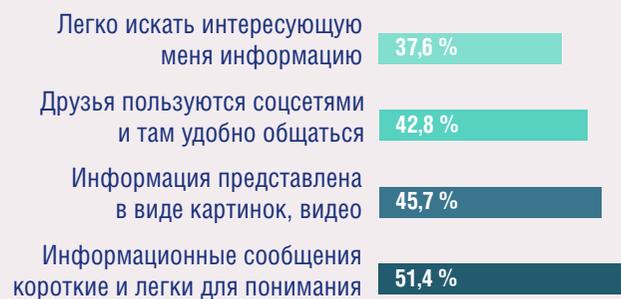
Получение (новостной) информации из социальных сетей и/или мессенджеров, по возрасту респондентов, % (N=2597)



Получение (новостной) информации из социальных сетей и/или мессенджеров, по регионам, % (N=2597)



## МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ

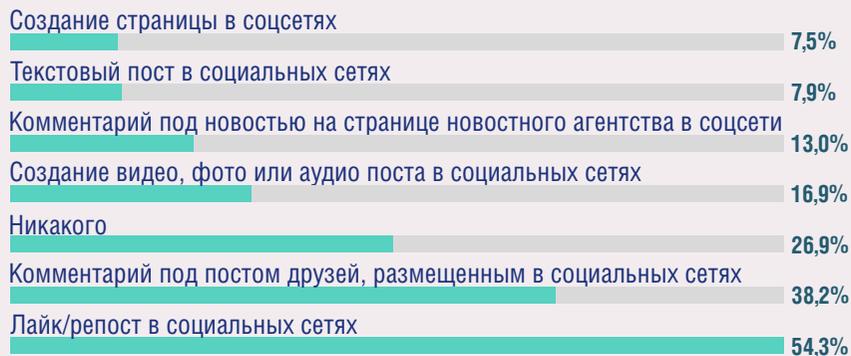


А. Если Вы получаете информацию из соцсетей и мессенджеров, то почему? (N=1540)

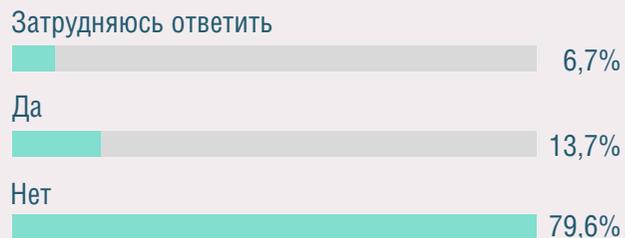
Б. Если Вы получаете информацию из соцсетей и мессенджеров, то почему?, Ответы по возрасту, % (N=1540)



## ДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРНЕТЕ



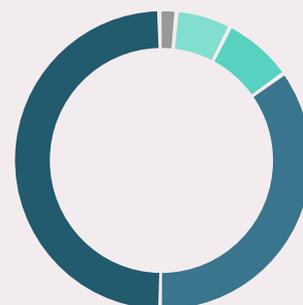
За последние 3 месяца совершали ли Вы какое-нибудь действие в социальных сетях? (N=1420)



За последние 3 месяца совершали ли Вы какое-нибудь действие в соцсетях, чтобы обратить внимание на гражданский, политический или любой значимый вопрос? (N=862)



- 81,1% Никаким
- 13,8% Оставил комментарий в отношении любой значимой для меня инициативы в блоге, соцсети или мессенджере
- 6,8% Связывался с политиком/полит партией
- 7,3% Другое

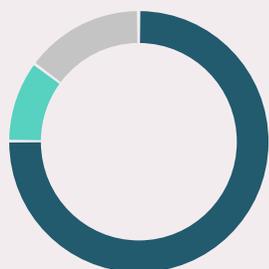


- 3,6% Подписал петицию в поддержку гражданской или политической инициативы
- 2,6% Связывался с НПО
- 0,6% Голосовал на выборах президента Кыргызстана
- 0,5% Перечислил деньги в поддержку гражданской или политической инициативы
- 0,1% Принял участие в публичной мирной демонстрации

Каким из способов за последние 3 месяца Вы выражали свое мнение по поводу общественно-значимой проблемы? (N=939)



## ПОТОК ИНФОРМАЦИИ

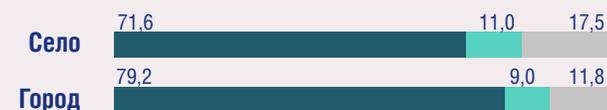


- 74,9% Да, информации слишком много
- 10,1% Нет, информации недостаточно
- 15,0% Затрудняюсь ответить

А. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? (N=1200)



Б. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? Ответы по возрастным категориям, (N=1200)



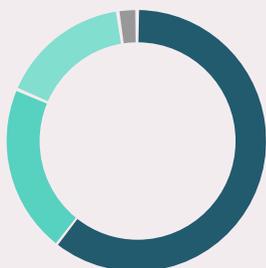
В. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? Ответы в разрезе по месту жительства, % (N=1200)



Г. Большой ли на сегодня объем доступной информации в СМИ? Ответы в региональном разрезе, % (N=1200)

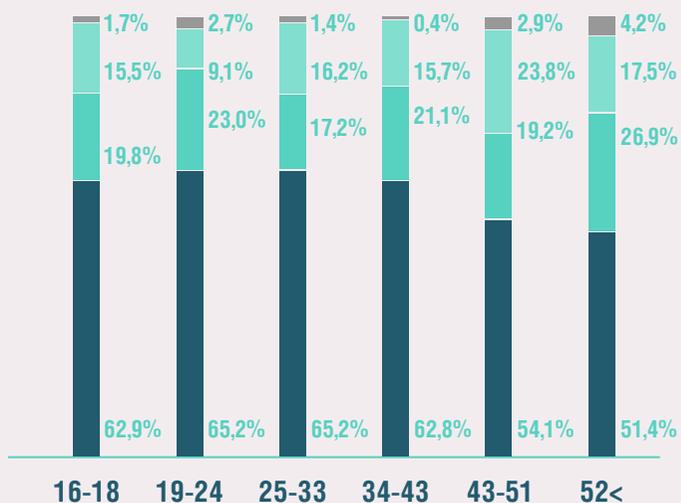


## ПОИСК ИНФОРМАЦИИ



- 60,5% Я легко нахожу важную информацию
- 21,1% Мне сложно найти важную информацию
- 16,2% Затрудняюсь ответить
- 2,2% Я не ищу информацию

А. Легко ли Вы находите важную для Вас информацию в потоке новостей?  
(N=1200)



Б. Легко ли Вы находите важную для Вас информацию в потоке новостей?  
Ответы по возрастным категориям, (N=1200)



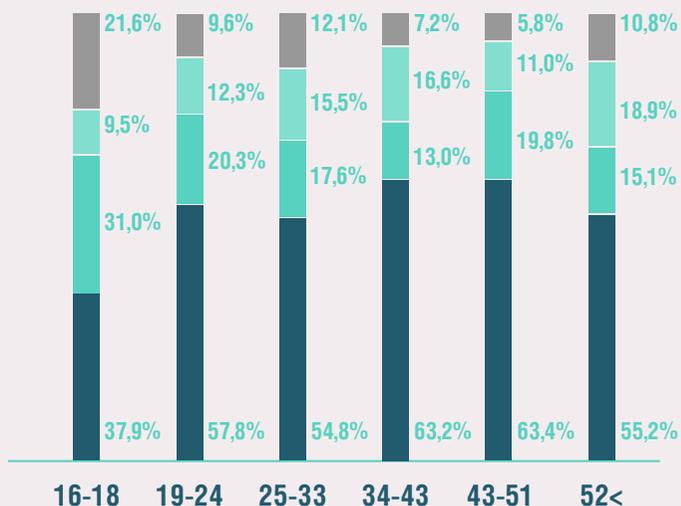
В. Легко ли Вы находите важную для Вас информацию в потоке новостей?  
Ответы в региональном разрезе, % (N=1200)



## ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ



А. Как часто при просмотре телепередач, радио, газет, информагентств у Вас складывалось ощущение, что Вам дают ложную, непроверенную информацию? (N=1200)



Б. Как часто при просмотре телепередач, радио, газет, информагентств у Вас складывалось ощущение, что Вам дают ложную, непроверенную информацию? (Ответы респондентов по возрасту) (N=1200)



В. Как часто при просмотре телепередач, радио, газет, информагентств у Вас складывалось ощущение, что Вам дают ложную, непроверенную информацию? (Ответы респондентов по регионам, %) (N=1200)



## ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ



А. Как часто при прочтении сообществ в социальных сетях у Вас складывалось ощущение, что Вас обманывают? (N=1200)



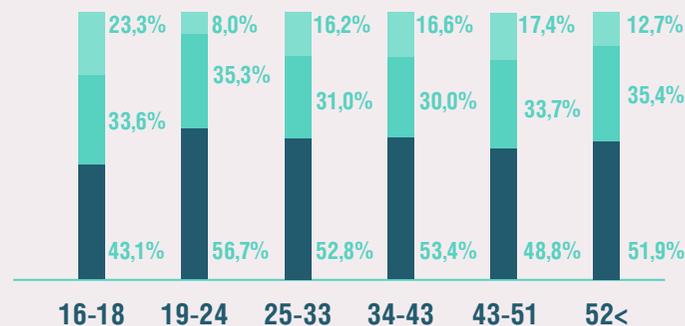
Б. Как часто при прочтении сообществ в социальных сетях у Вас складывалось ощущение, что Вас обманывают? (Ответы респондентов по возрасту) (N=1200)



## ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ



А. Сталкивались ли Вы со случаями, когда одно и то же политическое событие по-разному освещалось в разных медиа источниках? (N=1200)



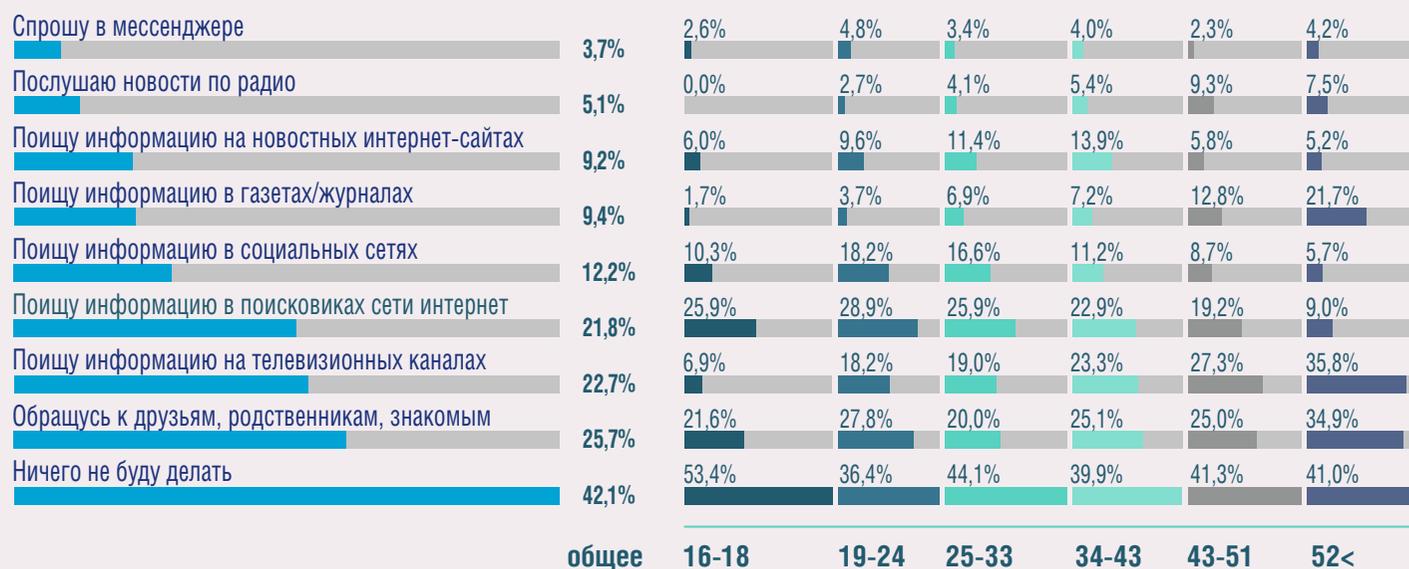
Б. Сталкивались ли Вы со случаями, когда одно и то же политическое событие по-разному освещалось в разных медиа источниках? (Ответы респондентов по возрасту) (N=1200)

Что Вы делаете, когда замечаете разницу в освещении событий?	общее	16-18	19-24	25-33	34-43	43-51	52<
Пишу комментарий	0,5%		0,9%		1,3%		
Остаюсь при своем мнении	0,8%	2,0%			0,7%		2,4%
Делюсь своими наблюдениями в соцсетях, чтобы услышать мнение авторитетных для меня друзей	1,1%				1,3%	1,7%	1,2%
Делюсь своими наблюдениями в соцсетях, чтобы услышать мнение других и делаю свой вывод	1,3%	2,0%	2,8%	0,7%	1,7%		0,9%
Я обычно получаю информацию только из одного источника и поэтому не замечаю разницы	2,1%				2,0%	2,5%	3,6%
Я верю только тому источнику, которому доверяю (газеты, сайты, мессенджеры и т.д.)	5,5%	4,0%	4,7%	5,9%	5,0%	8,3%	4,5%
Спрашиваю мнение друзей, членов семьи, других людей, которым доверяю	5,6%	10,0%	8,5%	3,3%	6,7%	7,1%	1,8%
Сравниваю информацию с тем, что написано/показано в других медиа источниках и делаю свой вывод	10,5%	8,0%	14,2%	11,8%	10,9%	8,3%	7,3%
Спрашиваю мнение друзей, членов семьи, других людей и делаю свой вывод	12,5%	14,0%	10,4%	13,7%	10,9%	14,3%	12,7%
Ничего не делаю	60,1%	60,0%	58,5%	59,5%	60,5%	54,8%	66,4%

Что Вы делаете, когда замечаете разницу в освещении событий?  
 Ответы респондентов по возрасту (N=1200)



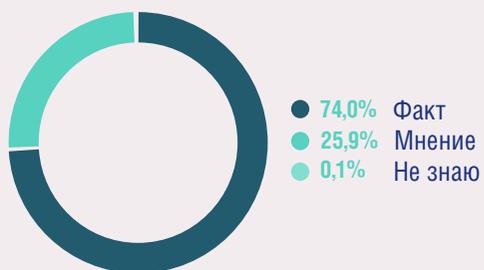
## ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ



Представьте себе, что в одном из СМИ Вы услышали/увидели важную для Вас новость, куда Вы обратитесь в первую очередь, чтобы уточнить или проверить эту информацию? Ответы респондентов в обобщенном виде а также по возрастным категориям. (N=1821)



## ПРОВЕРКА ИНФОРМАЦИИ



А. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg"), (N=1200)



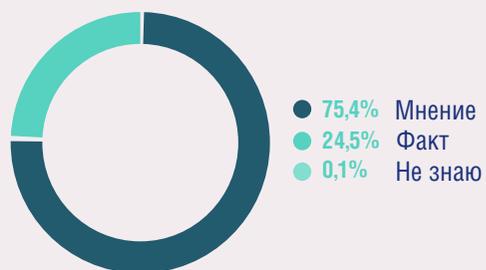
Б. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg"). Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)

В. Нацстатком: За пять лет число туристов, посетивших Кыргызстан, увеличилось на 6,2 процента (11 марта 2017, Бишкек - ИА "24.kg") Ответы респондентов по регионам, (N=1200)

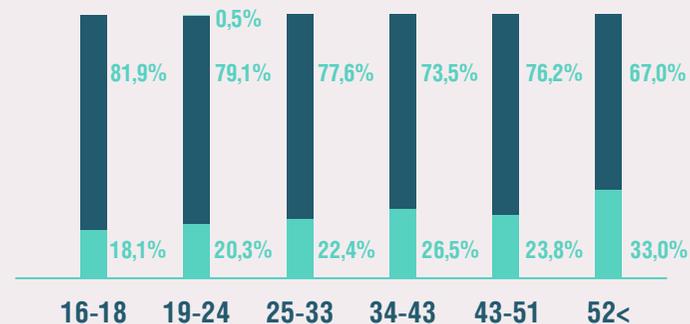




## ПРОВЕРКА ИНФОРМАЦИИ



А. Некоторые депутаты считают некорректной методику Нацстаткома по подсчету туристов (08 мая 2015, Бишкек - ИА "24.kg"). (N=1200)



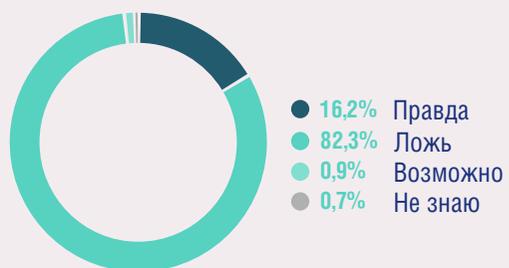
Б. Некоторые депутаты считают некорректной методику Нацстаткома по подсчету туристов (08 мая 2015, Бишкек - ИА "24.kg"). Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)

В. Некоторые депутаты считают некорректной методику Нацстаткома по подсчету туристов (08 мая 2015, Бишкек - ИА "24.kg") Ответы респондентов по регионам. (N=1200)





## ПРОВЕРКА ИНФОРМАЦИИ



А. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg), (N=1200)



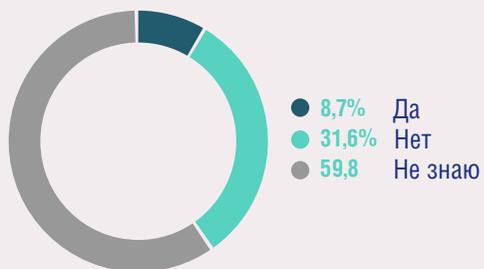
Б. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg). Ответы респондентов по возрасту, (N=1200)

В. В Кыргызстане начнут производить дешевые малолитражки в конце 2017 года (08.09.2017г. Бишкек, Jorgonews.kg). Ответы респондентов по регионам, (N=1200)



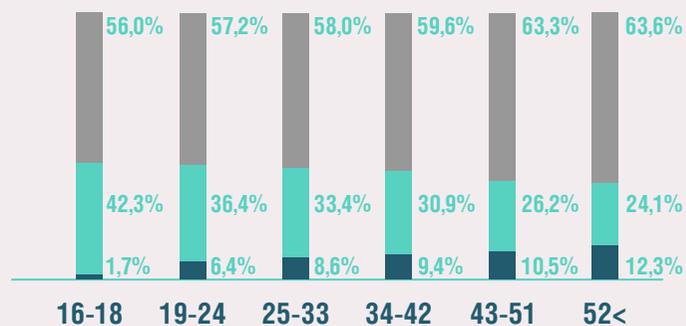
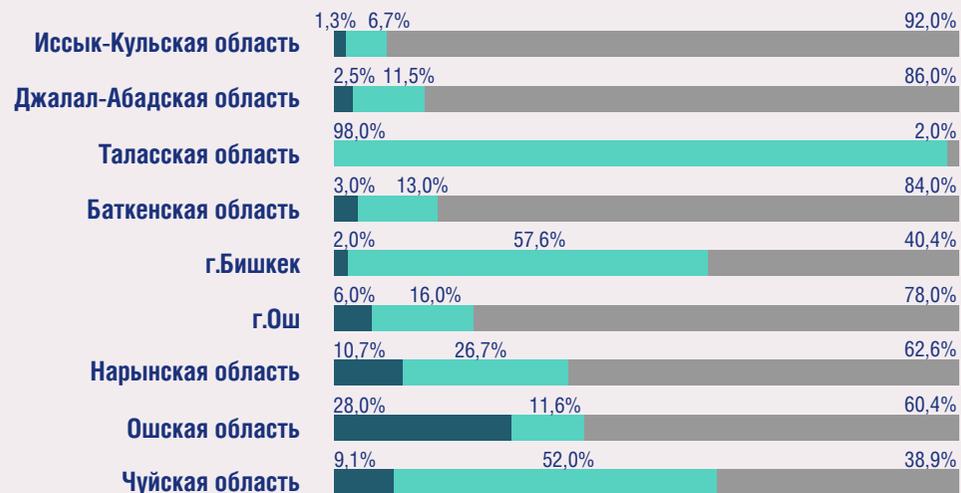


## ПРАВОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ



А. Как вы думаете, есть ли законы КР, которые регулируют распространение информации? (N=1200)

Б. Как вы думаете, есть ли законы КР, которые регулируют распространение информации? Ответы респондентов по регионам. (N=1200)



В. Как вы думаете, есть ли законы КР, которые регулируют распространение информации? Ответы респондентов по возрасту. (N=1200)

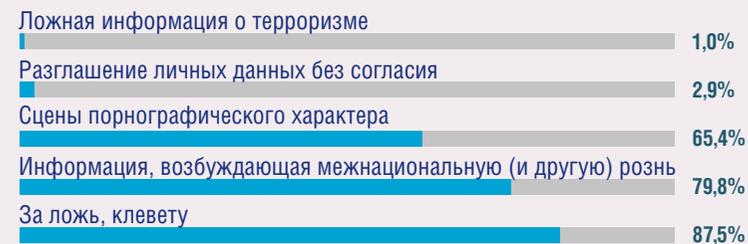
Назовите хотя бы три закона. (N=104)



## ПРАВОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ



■ Считаете ли Вы, что законы, которые регулируют распространение информации, действуют только в отношении телевидения, радио, газет, информагентств или также в отношении социальных сетей? (N=104)



■ За распространение какой информации или сведений можно понести ответственность в соответствии с законами КР? (N=246)



## ПРАВОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ



А. Слышали ли Вы когда-нибудь об угрозах со стороны интернет-пользователей за действие (лайк, перепост, комментарий) в соцсети? (N=1200)



Знаете ли Вы, что делать и куда обращаться в таком случае? (N=216)



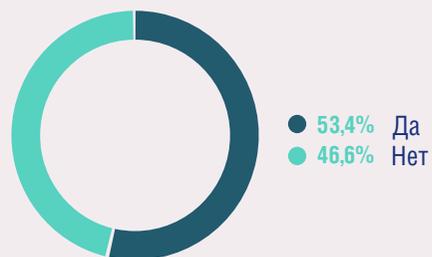
Б. Слышали ли Вы когда-нибудь об угрозах со стороны интернет-пользователей за действие (лайк, перепост, комментарий) в соцсети? Ответы респондентов по возрасту (N=1200)



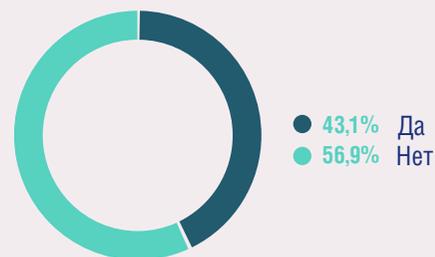
Скажите, пожалуйста, как Вы находите новые вебсайты? (N=1200)



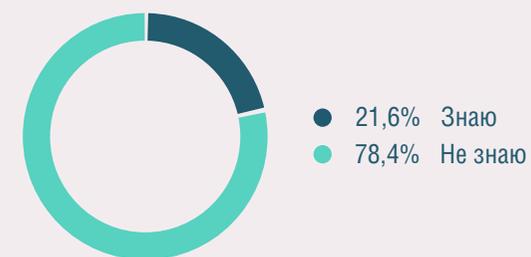
## ЦИФРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



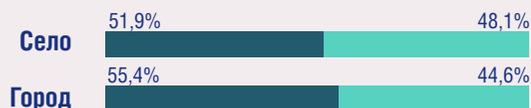
А. Удалять «историю» своих действий в интернете (N=1200)



А. Изменять настройки доступа к своей информации в социальных сетях (N=1200)



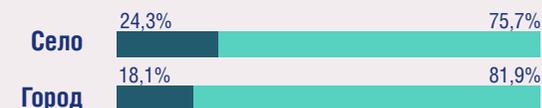
А. Новости в социальных сетях подбираются так, чтобы совпадать с вашими интересами (N=1200)



Б. Удалять «историю» своих действий в интернете. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



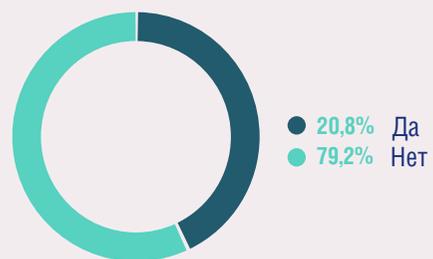
Б. Изменять настройки доступа к своей информации в социальных сетях. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



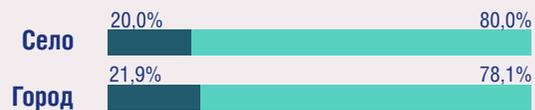
Б. Новости в социальных сетях подбираются так, чтобы совпадать с вашими интересами. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



## ЦИФРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ



А. Распознавать ситуацию вымогательства информации в сети интернет (N=1200)



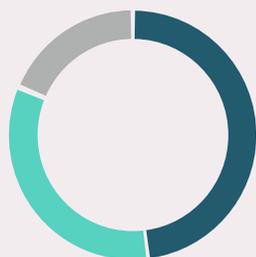
В. Распознавать ситуацию вымогательства информации в сети интернет. Ответы в разрезе места жительства (N=1200)



Б. Распознавать ситуацию вымогательства информации в сети интернет. Ответы респондентов по возрастным категориям (N=1200)

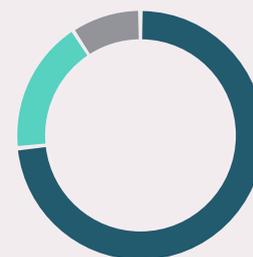


## ДОВЕРИЕ МЕДИА



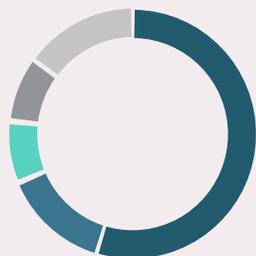
- 48,2% Да
- 33,3% Нет
- 18,6% Затрудняюсь

Вам интересно, чьи интересы представляют СМИ?  
(N=1200)



- 73,4% Знаю
- 17,3% Не знаю
- 9,3% Затрудняюсь

Знание форм собственности СМИ,  
(N=1200)



- 54,9% Государственным
- 13,7% Частным
- 8,1% Никаким
- 8,4% Всем вышеперечисленным
- 14,9% Затрудняюсь ответить

Доверие СМИ по формам собственности,  
(N=1200)



## ДОВЕРИЕ МЕДИА

### ТЕЛЕКАНАЛЫ



### РАДИО



1. Уровень доверия медиа (телеканалы и радио)  
(N=7122)



## ДОВЕРИЕ МЕДИА

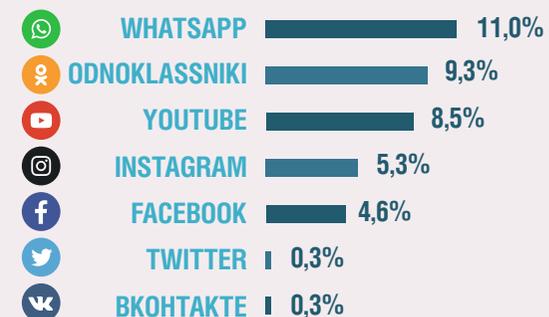
### ГАЗЕТЫ



### САЙТЫ ИНФОРМАГЕНТСТВ



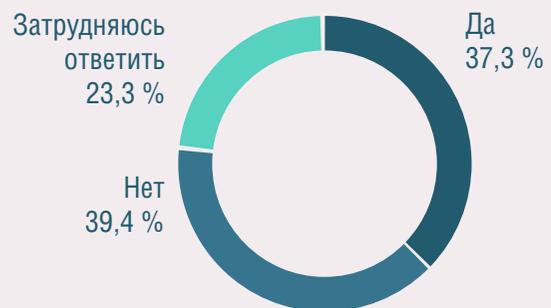
### СОЦСЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ



2. Уровень доверия медиа (газеты, сайты новостных агентств, соцсети и мессенджеры)  
(N=7122)



## ДОВЕРИЕ МЕДИА



■ Доверяете ли Вы зарубежным телеканалам?  
(N=1200)



■ Доверяете ли Вы зарубежным новостным агентствам?  
(N=1200)

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ МОЖЕТ БЫТЬ ОПРЕДЕЛЕНА\* КАК СПОСОБНОСТЬ ПОЛУЧАТЬ, АНАЛИЗИРОВАТЬ И ОЦЕНИВАТЬ ИЗОБРАЖЕНИЯ, ЗВУКИ И СООБЩЕНИЯ, С КОТОРЫМИ МЫ СТАЛКИВАЕМСЯ ЕЖЕДНЕВНО, И КОТОРЫЕ СОСТАВЛЯЮТ ВАЖНУЮ ЧАСТЬ НАШЕЙ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ, А ТАКЖЕ СПОСОБНОСТЬ ОТВЕТСТВЕННО ОБЩАТЬСЯ В ДОСТУПНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И СОЗДАВАТЬ МЕДИА КОНТЕНТ.**

**МЕДИАГРАМОТНОСТЬ ОТНОСИТСЯ КО ВСЕМ СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ ТЕЛЕВИДЕНИЕ И КИНО, РАДИО И МУЗЫКУ, ПЕЧАТНЫЕ СМИ, ИНТЕРНЕТ И ДРУГИЕ НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЦИФРОВОЙ СВЯЗИ.**

\*Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe  
Final Report, (2011), European Commission, page 32





ТЕЛЕФОН 0 312 961 960  
WWW.MEDIA.KG  
E-MAIL: MPI@MEDIA.KG

Данный отчет опубликован Общественным Фондом «Институт Медиа Полиси» в рамках проекта «Исследование по оценке уровня медиаграмотности населения Кыргызстана» при поддержке Фонда «Сорос-Кыргызстан». Мнения, выраженные в публикации, не обязательно отражают точку зрения Фонда «Сорос-Кыргызстан».

