



# Бумага vs цифра: меняется ли культура чтения в России?

Кирилл Родин  
Директор по работе  
с органами государственной власти  
ВЦИОМ

# ИСТОЧНИК ДАННЫХ: ОПРОС «ВЦИОМ-ОНЛАЙН»

## ВЫБОРКА

### ОБЪЕМ ВЫБОРКИ



**1600**  
респондентов  
(11-12 мая 2022 года)

### РЕПРЕЗЕНТИРУЕТ

**18+**

**Взрослое население РФ** (18+), пользующееся на территории РФ мобильной связью и интернетом, репрезентируется по полу, возрасту, типу населенного пункта и региону проживания

### ТИП ВЫБОРКИ



**стратифицированная случайная выборка из вероятностной панели**, Участники панели рекрутируются в ходе ежедневного всероссийского телефонного (CATI) опроса «Спутник», реализуемого по случайной выборке.

### ПРЕДЕЛЬНАЯ ПОГРЕШНОСТЬ



**2,5%**  
( $p < 0,05$ )



Это **интернет-панель**, в которой зарегистрировались **более 60 000 россиян** из всех регионов страны. Мы продолжаем приглашать респондентов в ходе опросов, реализуемых по случайным выборкам, и с каждым днем панель растет.

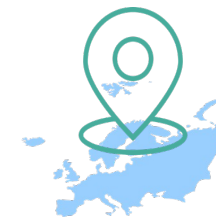
## МЕТОД

### ТИП ОПРОСА



**интернет-опрос**, для участия в котором случайно отобраным по стратам панелистам рассылаются адресные приглашения

### ОХВАТ



Не менее **80** регионов,  
**500** городов и ПГТ,  
**100** сел

# ВЦИОМ-Онлайн – **НОВЫЙ** **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТРУМЕНТ**

Первая в России вероятностная интернет-панель «ВЦИОМ-онлайн» позволяет:

- репрезентировать пользующееся мобильной связью и интернетом население по полу, возрасту, типу населенного пункта и федеральному округу — а это более 80% всего населения РФ;
- изучать любые темы и проводить репрезентативные опросы узких целевых аудиторий;
- корректно рассчитать ошибку выборки в отличие от интернет-панелей, которые не являются вероятностными

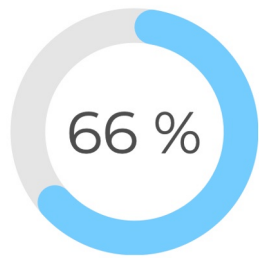
ВЫБОРКА

МЕТОД

# 92% опрошенных сегодня говорят, что читают книги

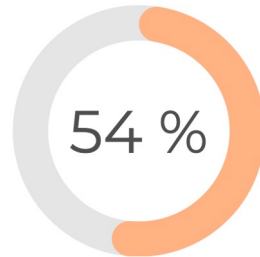
Поговорим о книгах. Скажите, пожалуйста, для чего Вы чаще всего читаете книги? Вы можете дать до 2-х ответов (закрытый вопрос, два ответа, в % от всех респондентов)

Для саморазвития,  
чтобы узнать новое



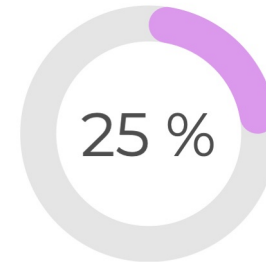
**75%**  
Среди читателей из Москвы и Санкт-Петербурга

Для удовольствия,  
развлечения



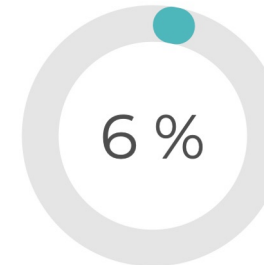
**65%**  
Среди любителей обычных бумажных книг

По работе или учёбе



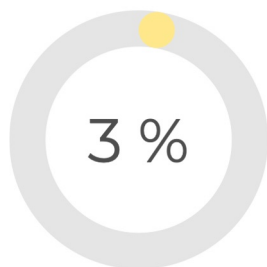
**33%**  
Среди тех, кто не пользуется ни интернетом, ни телевидением

Чтобы чем-то  
заполнить время



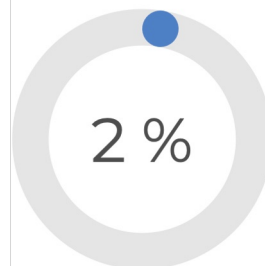
**12%**  
Среди читателей из Сибирского федерального округа

Чтобы быстрее  
уснуть

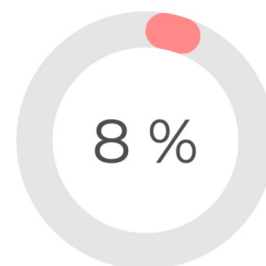


**4%**  
Среди тех, кто предпочитает читать в телефоне

Другое

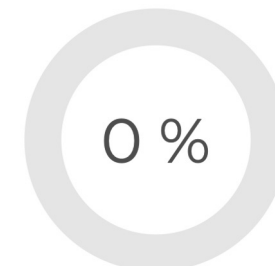


Книг не читаю



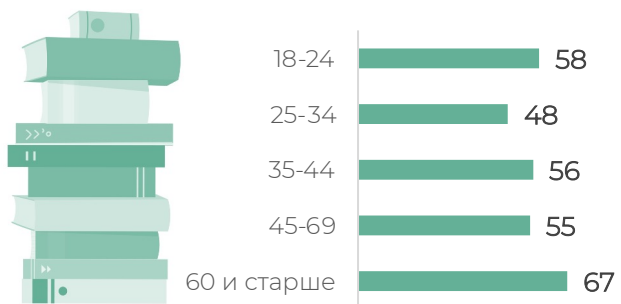
**13%**  
Среди респондентов 25-34 лет

Затрудняюсь  
ответить

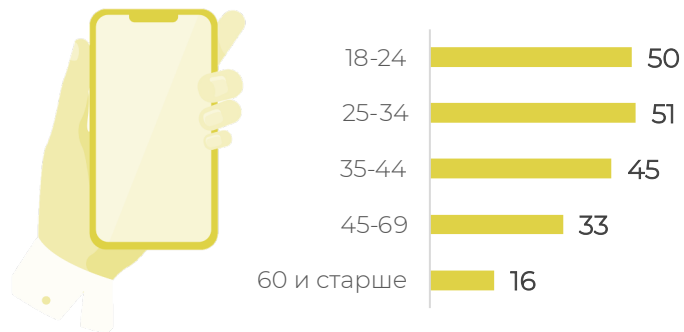


# Бумага vs цифра: распределение по возрастным группам

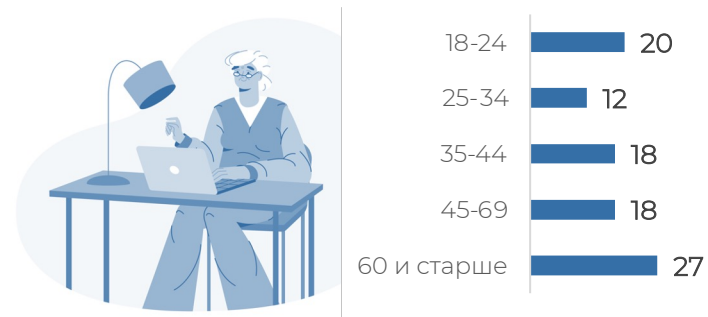
На каком носителе Вы читали книги этой весной, начиная с 1 марта? Вы можете дать до 2-х ответов (закрытый вопрос, два ответа, в % от всех респондентов)



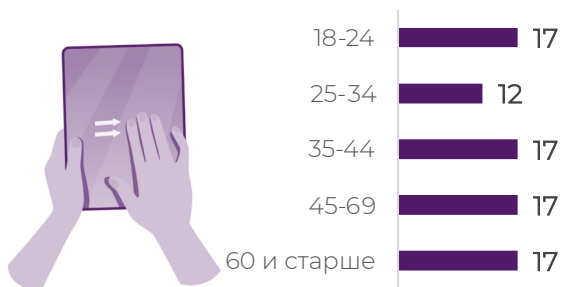
Обычные бумажные книги **58%**



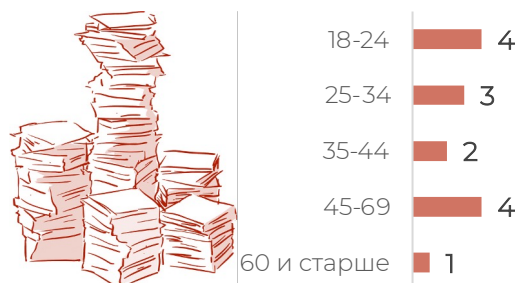
В телефоне **35%**



В компьютере **20%**



В электронной книге, планшете **16%**



В распечатке на принтере **2%**

Другое 2%  
Затрудняюсь ответить 1%  
Нет ответа 8%

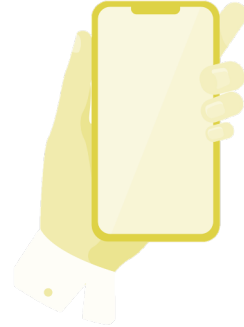
# Бумага vs цифра: портрет читателя

На каком носителе Вы читали книги этой весной, начиная с 1 марта? Вы можете дать до 2-х ответов (закрытый вопрос, два ответа, в % от всех респондентов)



Традиционные медиапотребители: ежедневные телезрители (63%); пользующие Интернетом несколько раз в неделю или месяц (64%)

Обычные бумажные книги **58%**



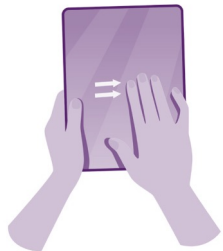
Молодые люди, люди активного трудоспособного возраста (18-44 лет – 45-51%); активные пользователи Интернета, которые не смотрят или редко смотрят телевизор (50%)

В телефоне **35%**



Среди мужчин 25% предпочитают чтение в компьютере, а среди женщин – всего 15%

В компьютере **20%**



Респонденты с высшим образованием (19%); с высокими потребительскими возможностями (22%); жителей Москвы и Санкт-Петербурга (27%)

В электронной книге, планшете **16%**



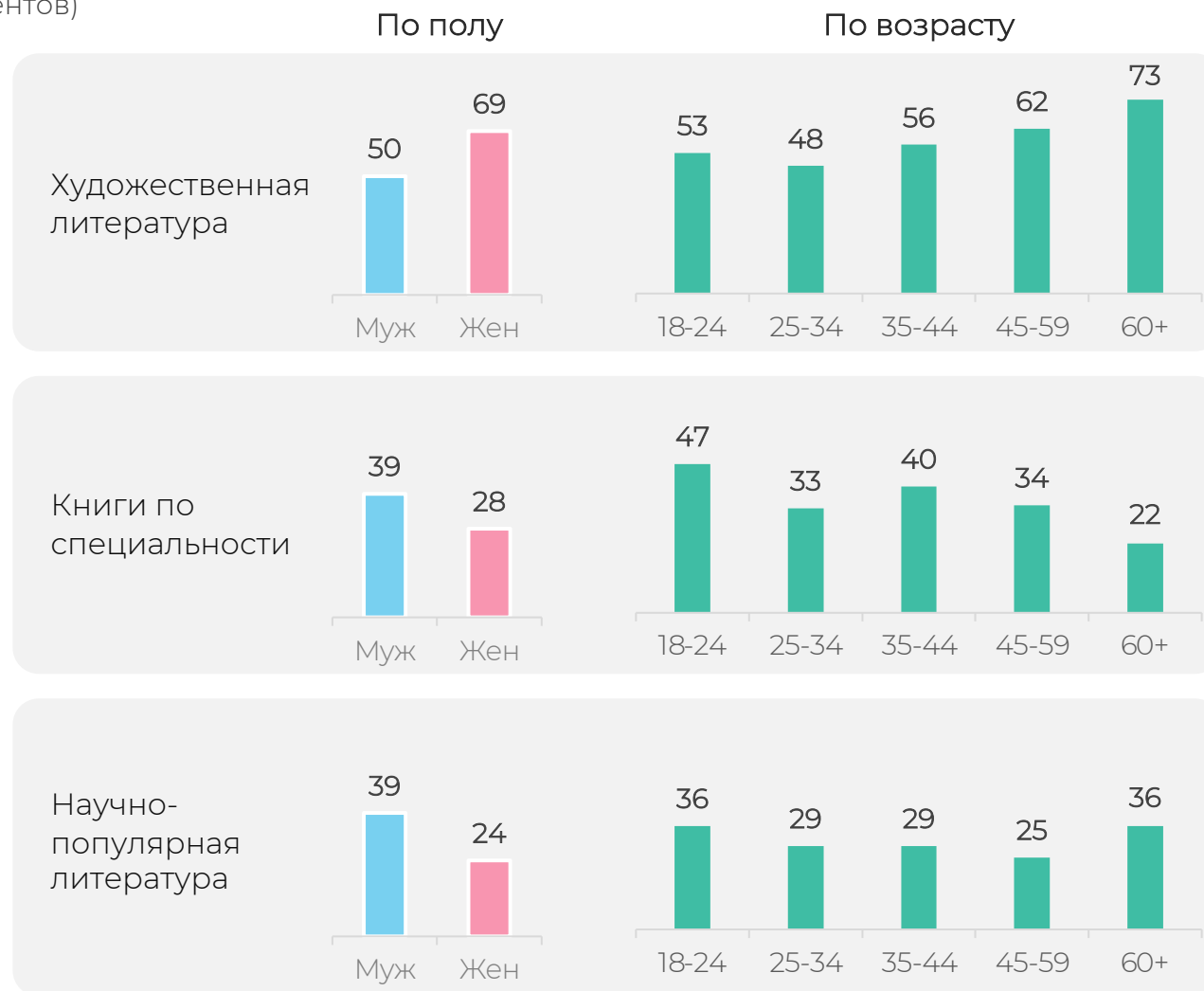
Респонденты, которые не пользуются интернетом и телевидением

В распечатке на принтере **2%**

Другое 2%  
Затрудняюсь ответить 1%  
Нет ответа 8%

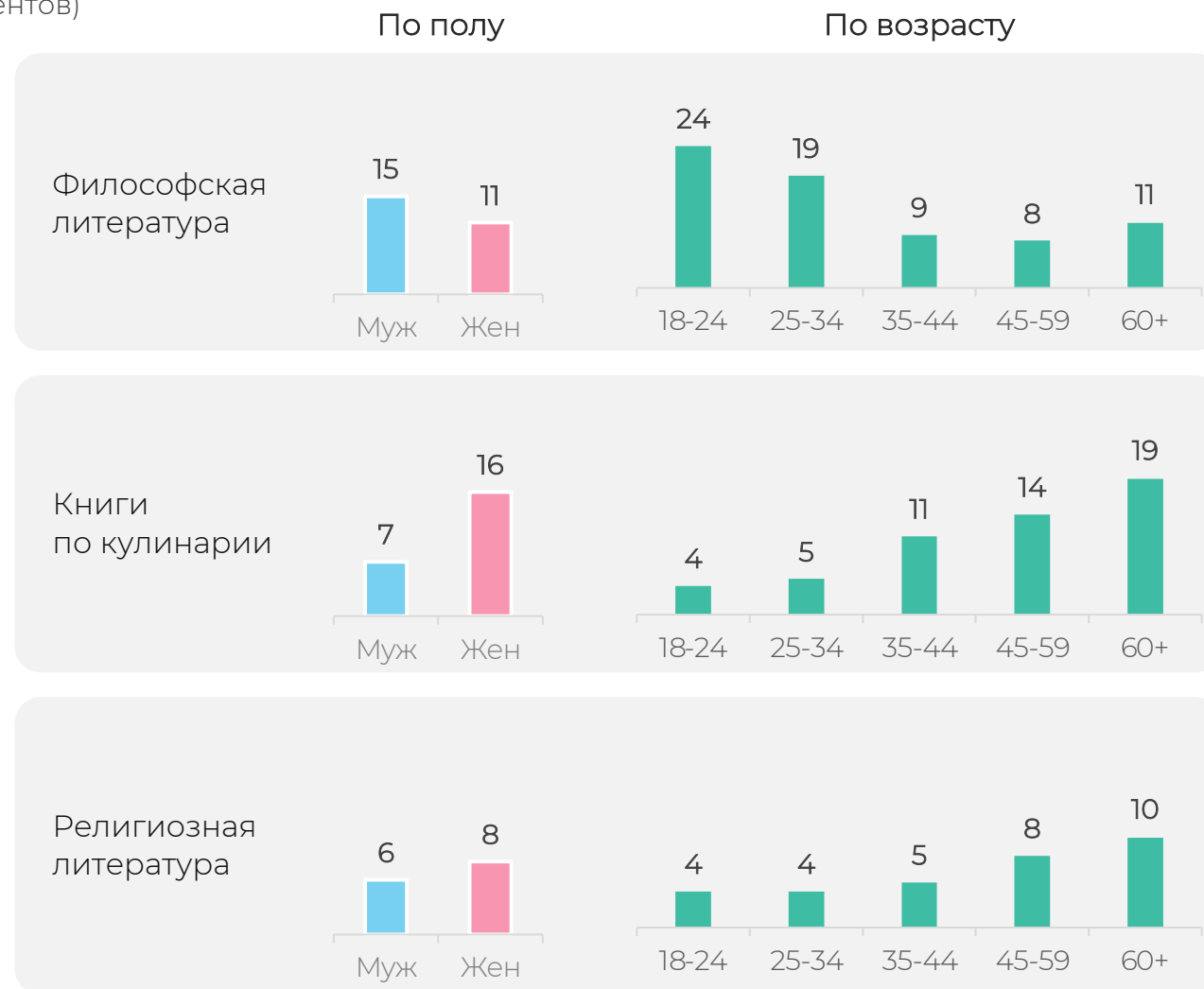
# Что читают россияне?

Какого содержания литературу Вы читали этой весной, начиная с 1 марта? Выберите все подходящие ответы, а при необходимости напишите свой ответ (закрытый вопрос, любое число ответов, в % от всех респондентов)



# Что читают россияне?

Какого содержания литературу Вы читали этой весной, начиная с 1 марта? Выберите все подходящие ответы, а при необходимости напишите свой ответ  
(закрытый вопрос, любое число ответов, в % от всех респондентов)



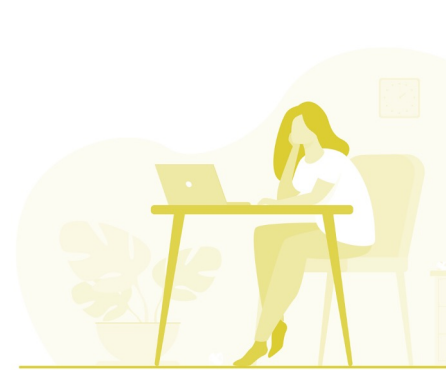


# Чтение как досуг и самообразование

В какой ситуации Вы чаще всего читаете книги? Выберите один ответ или при необходимости напишите свой (закрытый вопрос, любое число ответов, в % от всех респондентов)



Чтение на досуге в большей степени популярно у пенсионеров (78%); тех, кто читает бумажные книги (77%) или электронные книги (76%)



Респонденты активного трудоспособного возраста (35-44 года) чаще других читают книги на работе или учёбе – 15%

В часы досуга

**67%**

На работе / на учебе

**10%**

Другое

5%

Затрудняюсь ответить

1%

Нет ответа

8%



Чтение в транспорте заметно более распространенная практика в Москве и Санкт-Петербурге – 25%, что легко объясняется продолжительностью и интенсивностью поездок. Чаще в транспорте читают и те, кто делает это с телефона (14%).



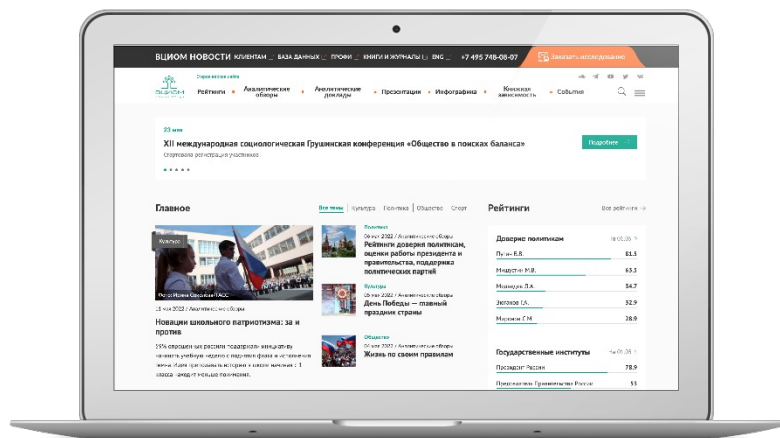
В транспорте

**8%**

Когда не здоров

**2%**

# ВЦИОМ на расстоянии одного клика



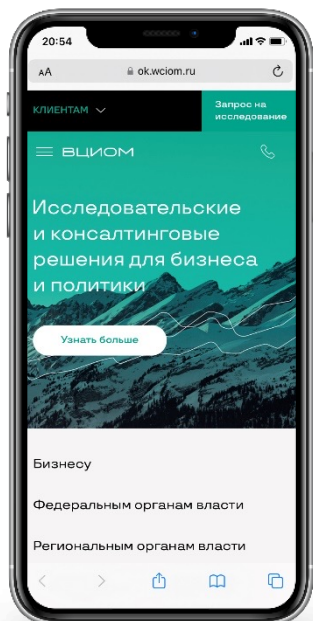
Новостной сайт:

[wciom.ru](http://wciom.ru)



Почта:

[research@wciom.com](mailto:research@wciom.com)



Наши услуги и решения:

[ok.wciom.ru](http://ok.wciom.ru)



@wciom



@vciom



@wciompage