

«Индекс цифровой грамотности»: методика и практическое применение



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Ольга Логунова
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

Уровень цифровой грамотности в регионах РФ



Цифровое потребление

Цифровые компетенции

Цифровая безопасность

Источники данных???

Потенциальные источники

- **Статистические данные**

Федеральная служба государственной статистики и ее региональные представительства

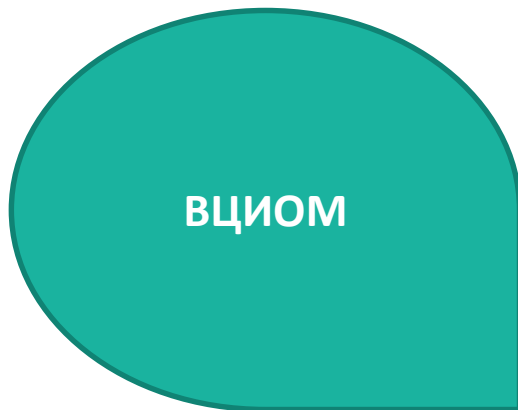
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям

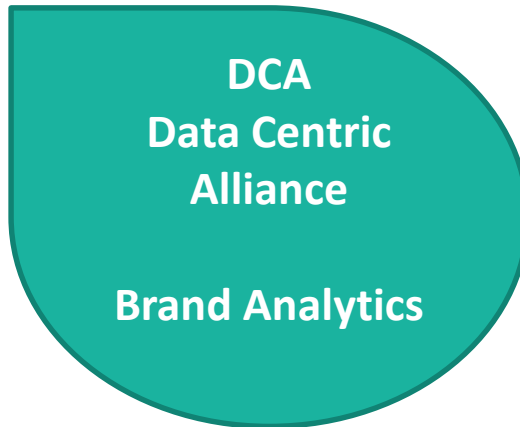
- **Отраслевые данные**

Исследовательские и консалтинговые компании TNS Россия, GfKRus, Фонд «Общественное мнение», Аналитический центр Vi

Источники данных



РОСКОМНАДЗОР



ИЦГ. Северо-Западный ФО

- 1 место – цифровое потребление и цифровые компетенции
- 6 место – цифровая безопасность

9 телефонов
5 ноутбуков
4 компьютера
3 планшета
2 цифровых
фотоаппарата
3 электронная книга



44% оплата услуг ЖКХ,
телефонной связи
33% запись ко врачу
18% оплата налогов
17% оплата штрафов, другие
услуги ГИБДД



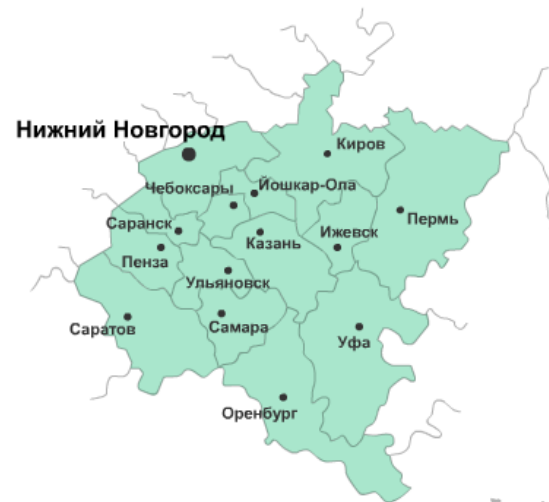
ИЦГ. Приволжский ФО

- 5 место – цифровое потребление и цифровые компетенции
- 4 место – цифровая безопасность

9 телефонов
4 компьютера
3 ноутбука
2 планшета
2 цифровых
фотоаппарата
1 электронная книга



50% оплата услуг ЖКХ,
телефонной связи
39% мобильный банк
28% штрафы, пошлины онлайн
18% онлайн-банкинг
10% электронный кошелек



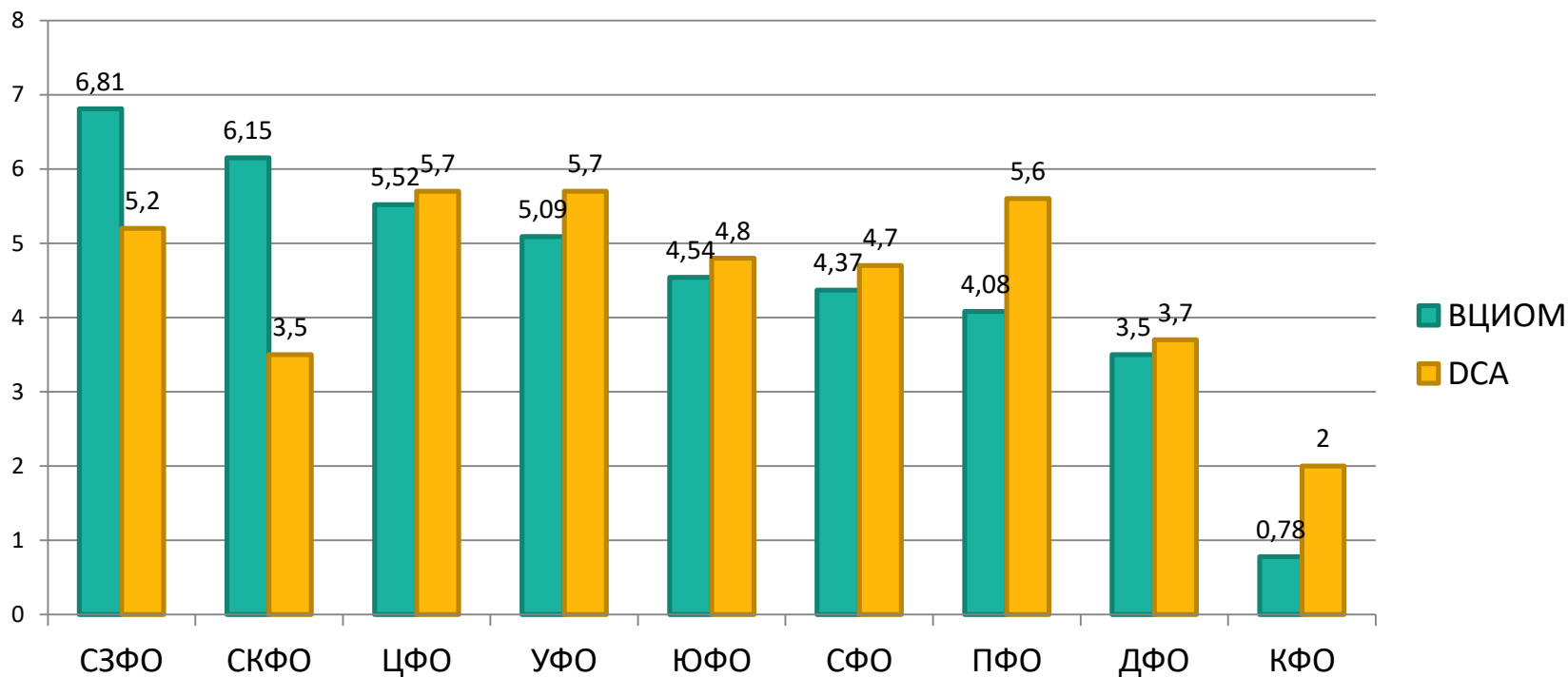
Методология сбора

- Две случайные выборки cookie, 25 млн. каждая
- Наборы фактов за период 29.07.2016 – 14.09.2016
- Определен город проживания для cookie
- Посещение новостного сайта

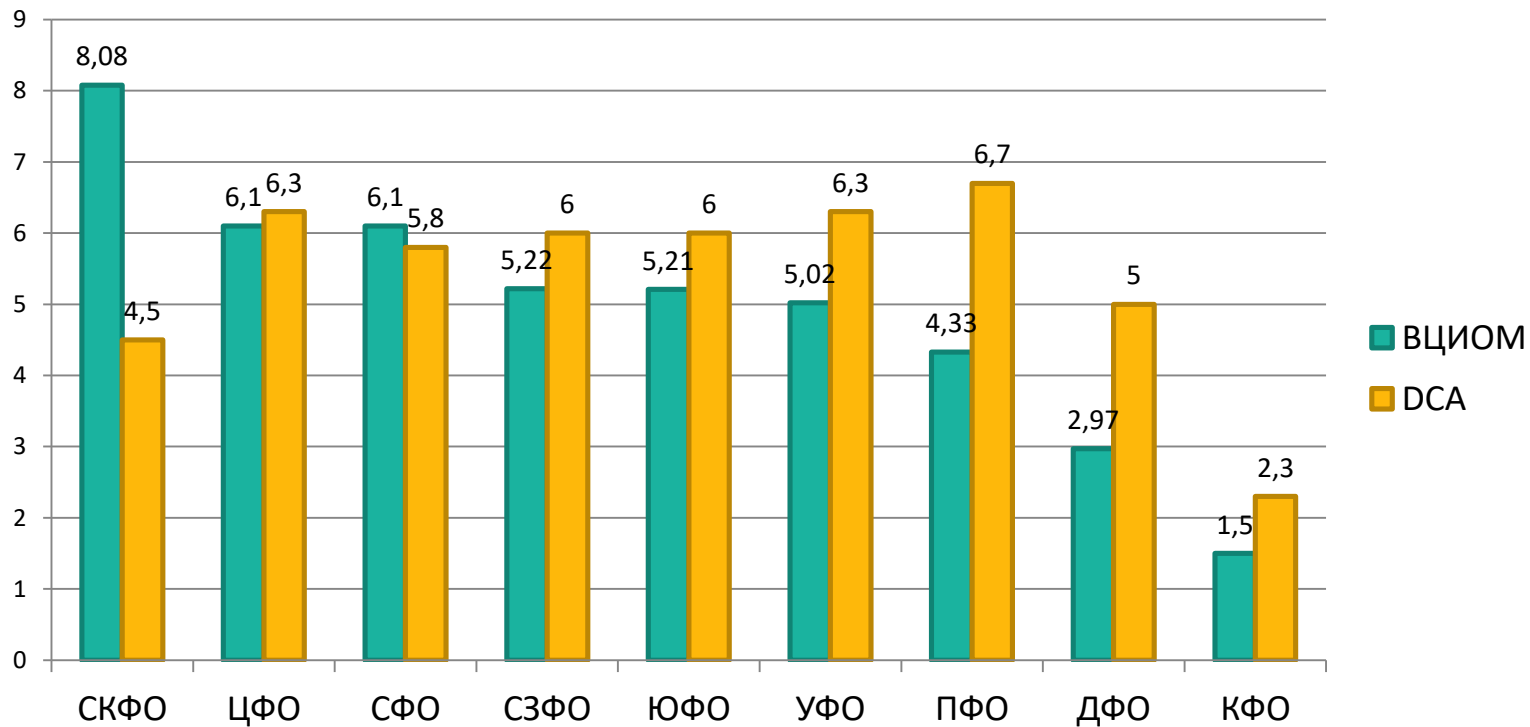
- Отобрано 1000 новостных сайтов на основе рейтинга LiveInternet
- Данные переходов на сайты поисковых систем



Уровень потребления новостной информации в интернете



Компетентность в области поиска информации в интернете



Ограничения

- Смещения в сторону активных пользователей Интернета
- Смещение в сторону людей, которые разрешают использование cookie в настройках браузера
- Смещение в сторону исключения информации о поведении людей в социальных сетях
- Совместное использование cookie пользователями одного ПК

Преимущества и недостатки

- Вопросы репрезентативности
- Стихийность выборки
- Охват аудитории
- Прерывание опроса (ошибки неответов)
- Технические и коммуникационные сбои
- Возможность конструирования выборки по определенному профилю – география, интересы
- Отсутствие «эффекта интервьюера»
- Скорость опроса
- Возможность получать новые метрики, основанные на считывании поведения индивидов

Спасибо за
внимание

Логунова Ольга
ologunova@hse.ru