



Наш город
Сургут

**ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ АВТОНОМНЫЙ
ОКРУГ – ЮГРА
АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА СУРГУТА
МУНИЦИПАЛЬНОЕ КАЗЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НАШ ГОРОД»**

ОТЧЕТ

о результатах социологического исследования на тему:

**«Мониторинг информационного пространства
города Сургута»**

Руководитель проекта:

О.В. СЕМЕНОВА – директор МКУ «Наш город»

Составители:

Р.Р. ВАЛИЕВА – начальник информационно-аналитического отдела МКУ «Наш город»

Ю.О. МАСЛОВА – эксперт информационно-аналитического отдела МКУ «Наш город»

Сургут, 2018 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
1. Методологический раздел.....	3
1.1. Методико-процедурный раздел.....	4
2. Информация о респондентах.....	7
3. Приоритетные источники получения информации.....	9
4. Рейтинг средств массовой информации по мнению участников опроса	15
4.1. Телевидение.....	15
4.2. Пресса.....	21
4.3. Радио.....	23
4.4. Интернет.....	27
Заключение	40
Приложение 1. Таблицы линейных распределений.....	42
Приложение 2. Кодификатор «открытых» и «полузакрытых» вопросов....	49
Приложение 3. Таблицы сопряженности.....	58

1. Методологический раздел

Социологическое исследование, посвящённое анализу информационного пространства города Сургута, проведено во исполнение распоряжения Администрации города от 15.02.2018 № 225 «Об утверждении плана-графика социологических исследований на 2018 год» (с изменениями) муниципальным казённым учреждением «Наш город» в период с апреля по май 2018 года¹.

Актуальность работы обусловлена влиянием средств массовой информации (далее СМИ) на современное общество, на сознание, эмоции и мнения людей. Современная аудитория включена во всю систему общественных отношений, поэтому для реализации целей своей деятельности средствами массовой информации необходимо учитывать потребности, интересы, мотивы, установки и соответствующие им характеристики аудитории.

Целью настоящего исследования выступило определение предпочтений в выборе средств массовой информации населением города Сургута.

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- выявить предпочтения сургутян в выборе источников получения информации;
- определить уровень доверия основным источникам информации;
- изучить предпочтения сургутян в выбор телевизионных каналов, печатных изданий, радиостанций, интернет-ресурсов;
- проанализировать степень объективности основных источников информации в оценках сургутян;
- выявить основания выбора респондентами просмотра определённых региональных/городских телекомпаний/телерадиокомпаний;
- определить степень вовлеченности сургутян в социальные сети и основные причины использования соцсетей;
- определить отношение сургутян к интернет-активности Главы города.

Объект исследования – население от 18 лет и старше, постоянно проживающее на территории города Сургута.

Предмет исследования – предпочтения в выборе средств массовой информации и основания выбора тех или иных СМИ в оценках сургутян.

Гипотезы исследования:

1. Наиболее предпочтительными источниками получения информации для всего населения, вне зависимости от половозрастных признаков и рода деятельности, являются телевидение и интернет.
2. Жители города предпочитают прессу в электронном виде, а печатные издания теряют свою актуальность.
3. Социальные сети являются наиболее востребованным источником СМИ для молодежи.

¹ Полевой этап: апрель – май 2018 года, выполнен обществом с ограниченной ответственностью Научно-технический центр «Перспектива» в рамках муниципального контракта № 08/18 от 23.04.2018 по заказу муниципального казенного учреждения «Наш город».

4. Интернет-активность Главы города в социальных сетях воспринимается населением позитивно, так как на страничке размещается вся актуальная и необходимая информация по городу.

1.1. Методико-процедурный раздел

Объем и формирование выборки

В ходе исследования был осуществлен сбор информации путем опроса респондентов методом формализованного интервью по месту жительства.

Тип выборочной совокупности: стратифицированная, территориальная, случайная выборка (квотирование по полу, возрасту, территории проживания респондентов). Шаг выборки составляет 3/5 домохозяйств, в зависимости от количества этажей многоквартирного дома.

Опрошено 500 респондентов – жителей города Сургута от 18 лет и старше. Выборочная совокупность учитывала особенности демографического состава генеральной совокупности, а также территориальных границ проживания горожан. Структура объема выборки основывается на статистических данных половозрастной структуры населения города Сургута по состоянию на 01.01.2017 (табл. 1, 2).

Таблица 1. Структура генеральной совокупности²

Возраст	Мужчины	Женщины
18-24	12 061	13 290
25-34	35 900	37 812
35-44	29 238	30 756
45-54	22 098	25 234
55 и старше	23 882	34 122
Итого	123 179	141 214

Таблица 2. Структура выборочной совокупности

Возраст	Мужчины	Женщины
18-24	22	26
25-34	65	74
35-44	53	61
45-54	42	48
55 и старше	51	59
Итого	233	267

Пропорциональное распределение выборки опроса по территории города Сургута осуществлялось в соответствии с численностью жителей, проживающих в границах 25 одномандатных избирательных округов. Распределение численности населения в районах города сформировано исходя из численности граждан, проживающих в границах избирательных округов (табл. 3).

² По данным Федеральной службы государственной статистики на 01.01.2017.

Таблица 3. Распределение выборочной совокупности по избирательным округам

Избирательный округ	Численность избирателей ³	%	Количество человек
№1	10 252	3,975369153	20
№2	9 651	3,742322248	19
№3	10 382	4,025778633	20
№4	9 586	3,717117508	19
№5	10 050	3,897040576	19
№6	11 188	4,338317409	22
№7	9 583	3,715954213	19
№8	10 501	4,071922695	20
№9	9 788	3,795446085	19
№10	11 270	4,370114158	22
№11	10 232	3,967613848	20
№12	9 583	3,715954213	19
№13	10 931	4,238661745	20
№14	9 862	3,824140712	19
№15	9 649	3,741546718	19
№16	11 362	4,405788559	22
№17	9 873	3,82840613	19
№18	10 388	4,028105224	20
№19	9 823	3,809017868	19
№20	9 805	3,802038094	19
№21	10 219	3,9625729	20
№22	11 388	4,415870455	22
№23	11 288	4,377093932	22
№24	11 300	4,381747115	22
№25	9 934	3,852059809	19

Ошибка выборки не превышает 5% на 97% доверительном интервале. Формулировки вопросов в отчете соответствуют формулировкам вопросов анкеты. Следует обратить внимание, что по ряду вопросов респонденты имели возможность дать несколько ответов, по этой причине сумма ответов может превышать 100%.

Методы обработки информации

Результаты, выводы и заключения исследования обоснованы с использованием качественных методов обработки данных⁴. Статистический анализ произведен в прикладной программе социологической обработки информации SPSS Statistics 21.

³ Решение Думы города Сургута от 28.03.2016 № 841-V ДГ «Об утверждении схемы одномандатных избирательных округов для проведения выборов депутатов Думы города Сургута».

⁴ Качественный метод предусматривает анализ и синтез полученных данных, их систематизацию и сравнение с результатами других исследований.

Рабочий план социологического исследования

Таблица 4. Этапы выполнения исследования

№	Название этапа	Срок реализации
1. Подготовительный этап		
1.1	Изучение материалов по указанной теме, расчет выборки исследования	Март – апрель 2018
1.2	Создание и согласование диагностического инструментария	
2. Организационный этап		
2.1	Проведение опроса среди жителей города ⁵ , контроль качества полевых работ (<i>телефонный контроль подлинности проведения опроса – до 30% от выборочной совокупности; 100% визуальный и аудиоконтроль качества и объема заполнения анкет</i>)	Апрель – май 2018
3. Завершающий этап		
3.1	Обработка и кодировка результатов опроса	Май – июнь 2018
3.2	Анализ, в том числе, динамики данных прошлых лет, подготовка и оформление отчета	
3.3	Тиражирование и предоставление отчета в адрес заказчика	

⁵ Полевой этап: апрель – май 2018 года, выполнен обществом с ограниченной ответственностью Научно-технический центр «Перспектива» по заказу муниципального казенного учреждения «Наш город».

2. Информация о респондентах

Среди 500 опрошенных респондентов 52,2% женщин и 47,8% мужчин. Половозрастные характеристики участников опроса представлены в диаграмме (рис. 1).

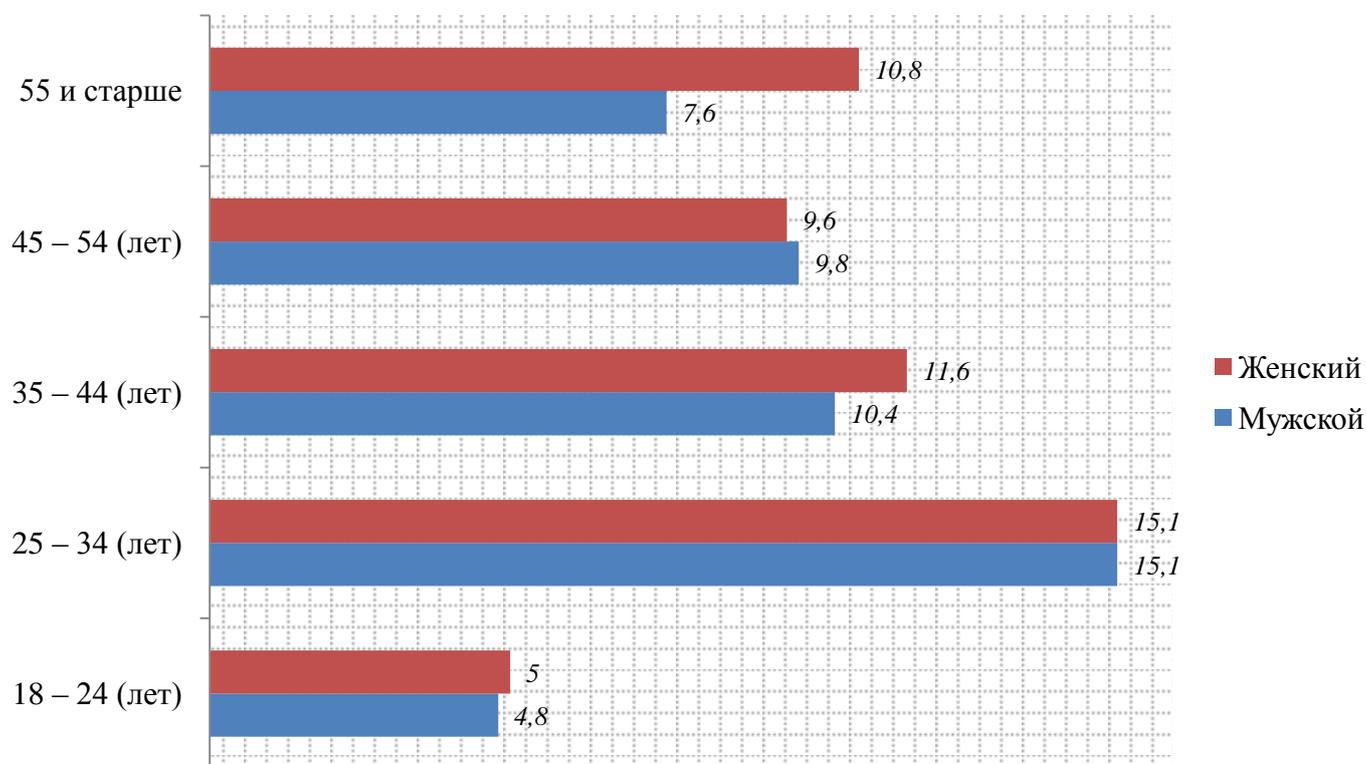


Рис. 1. Половозрастные характеристики респондентов, %

В отношении возрастных категорий данные распределились следующим образом: наибольший процент опрошиваемых приходится на возрастной диапазон от 45 до 54 лет и 55 лет и старше – 38% (в совокупности). Далее следуют респонденты в возрасте 25-34 лет – 30,2%, опрошиваемые в возрасте 35-44 лет – 22%; наименьшее количество опрошенных составляют представители молодежи, горожане в возрасте 18-24 лет.

Учитывая преобладающее большинство участников опроса возрастной категории от 45 лет, большую часть опрошиваемых составляют пенсионеры – 18,3%. Среди работающих респондентов основными сферами занятости были названы нефтедобыча, переработка, геология – 11,9%, сфера услуг, торговля – 11,3%, работники культуры, науки, образования, здравоохранения – 9,9%. Наименьшее число принявших участие в опросе составляют представители средств массовой информации и работники сельского и лесного хозяйства – 0,4% и 0,2% соответственно.



Рис. 2. В какой сфере Вы работаете?, %

В отношении территорий 37,7% адресов, указанных респондентами в качестве своего места жительства, относятся к Центральному району города, 30,3% – к Северному жилому району, 20,0% – к Восточному району, 12,0% – к Северо-Восточному району (рис. 3).

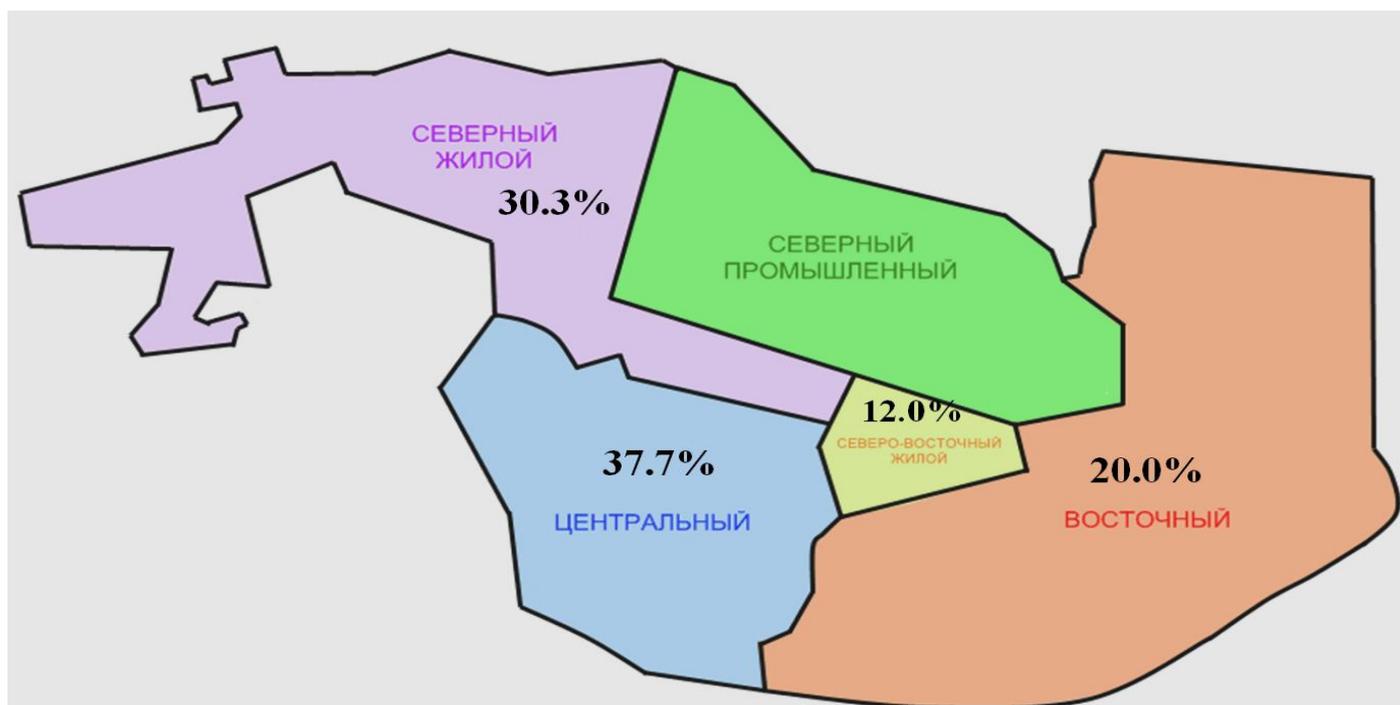


Рис. 3. Территориальные границы районов г. Сургу́та

3. Приоритетные источники получения информации

Один из первых и значимых этапов исследования – это определение предпочтений горожан в выборе того или иного источника получения информации, а также определение уровня доверия к данным источникам. Для достижения поставленных задач были заданы соответствующие вопросы (рис. 4).

Аналогично предыдущим годам, наиболее часто используемыми СМИ для получения информации об основных событиях, произошедших как в городе, так и в стране, большинство опрошенных называют центральное/местное телевидение и интернет. При этом стоит отметить, что по данным исследований последних трех лет интернет как основной источник получения новостной информации становится наиболее популярным.

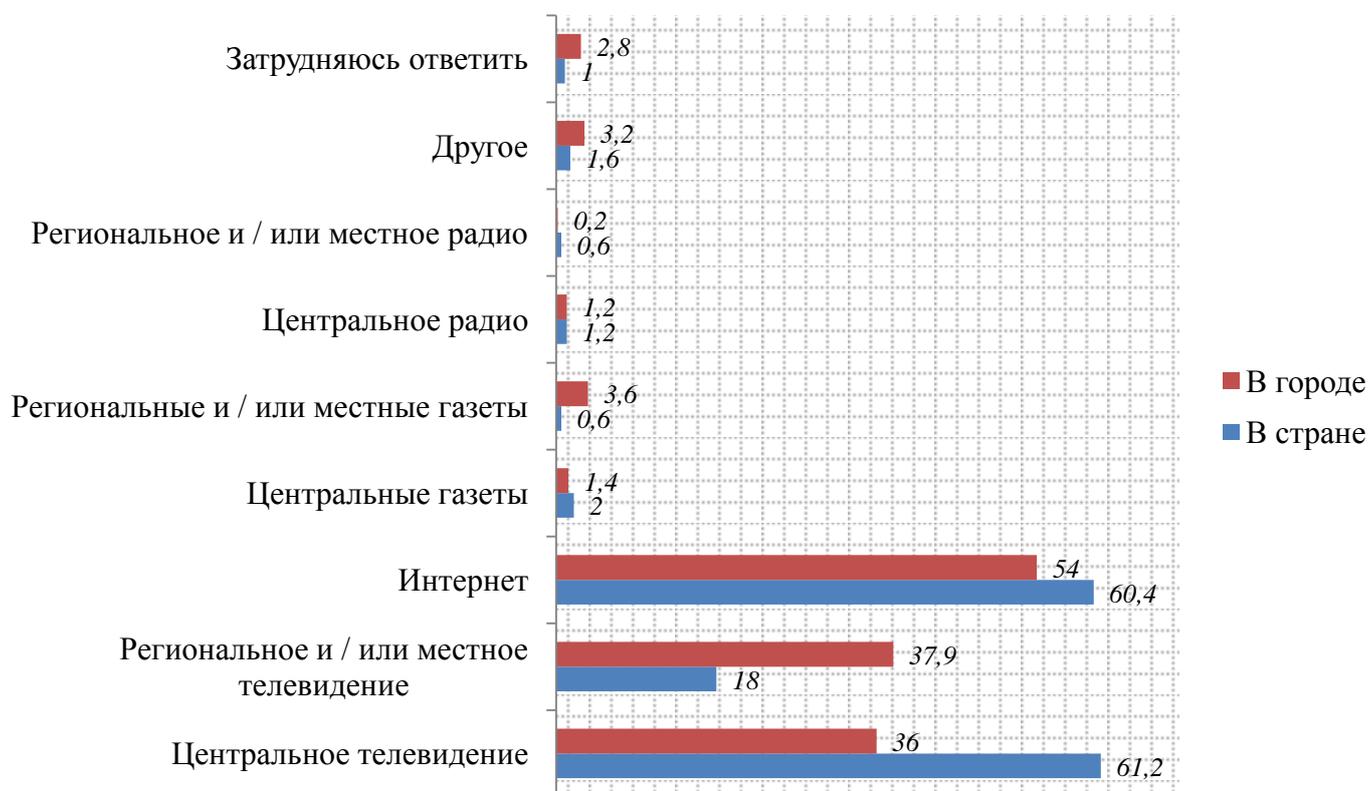


Рис. 4. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации Вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?, %

Если в 2015 году для получения информации о событиях в городе к «всемирной паутине» обращались только 44,5% респондентов, то к 2018 году количество человек, отметивших интернет как наиболее удобный источник получения информации, выросло до 54% (рис. 5). При этом стоит отметить, что число опрошенных, выбравших центральное или местное телевидение основным каналом коммуникации по информированию о городских событиях и новостях, практически в два раза меньше. Аналогичные данные получены по результатам ответов на вопрос об информировании о событиях в стране.

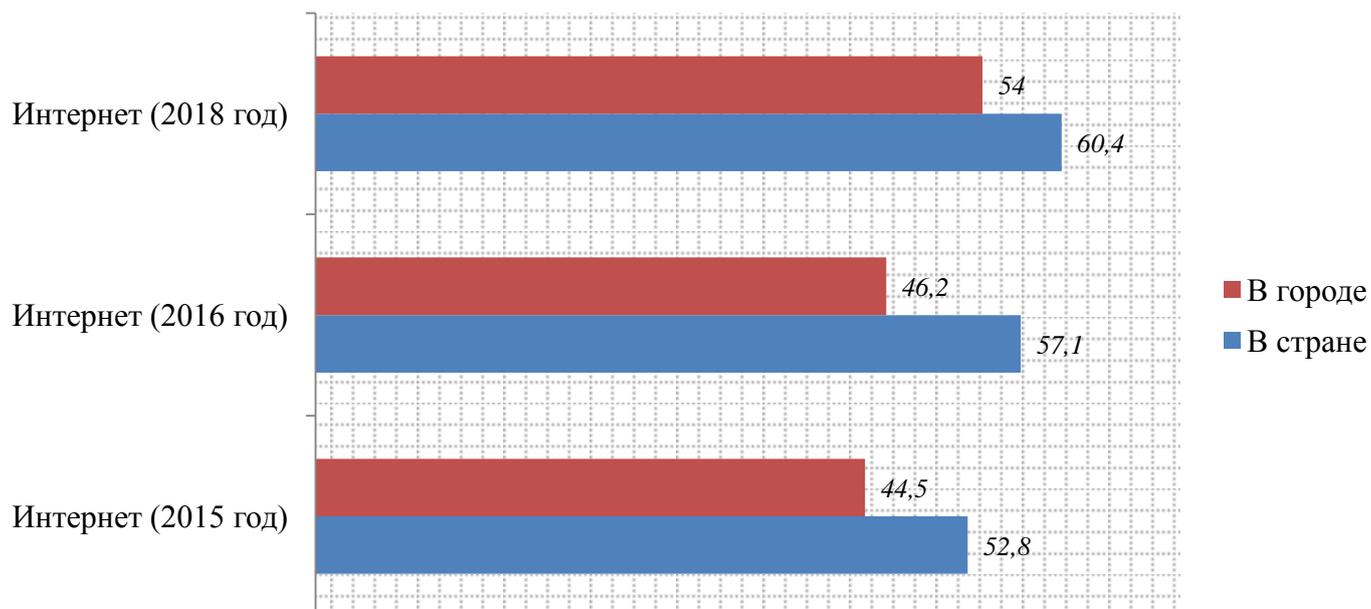


Рис. 5. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации Вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе? (Интернет), в динамике 2015 – 2018 гг., %⁶

Отметим, что позиции сургутян при выборе предпочитаемых СМИ укладываются и в общероссийскую тенденцию, что подтверждается результатами, выявленными при проведении опросов общественного мнения ВЦИОМ⁷ в 2017 году.

Данные исследования показывают, что граждане России все больше используют интернет в качестве основного источника информации. Доля таких россиян увеличилась за год с 40% до 46%. Тогда как доля тех, кто предпочитает смотреть телевизор, падает – с 78% до 69% в случае центральных каналов и с 52% до 44% в случае местных каналов.

Таким образом, в 2017 году интернет-сайты сместили в этом рейтинге региональные каналы и оказались на втором месте после федерального телевидения по уровню интереса аудитории.

Стоит предположить, что возрастающая популярность такого средства массовой информации как интернет может быть связана со стремительным развитием технологий, обеспечивающим быстрый доступ к сети, что, соответственно, позволяет получать новостную информацию за максимально короткое время посредством смартфона или компьютера.

По результатам исследования 2018 года, интернет также опережает другие средства массовой информации по частоте использования. Всемирную сеть используют каждый день 81,5% участников опроса, при том что телевидение ежедневно используют только 61,1% ответивших (рис. 6). К средствам массовой

⁶ Отсутствие информации о данных опроса в 2017 году связано с тем, что исследование по данной теме в прошлом году не проводилось.

⁷ Всероссийский центр изучения общественного мнения, данные исследования о том, какими СМИ россияне пользуются в качестве источников информации, 2017 г. <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116341>

информации, которые респонденты не используют, большинство отнесли радио (51%) и прессу (49,5%).

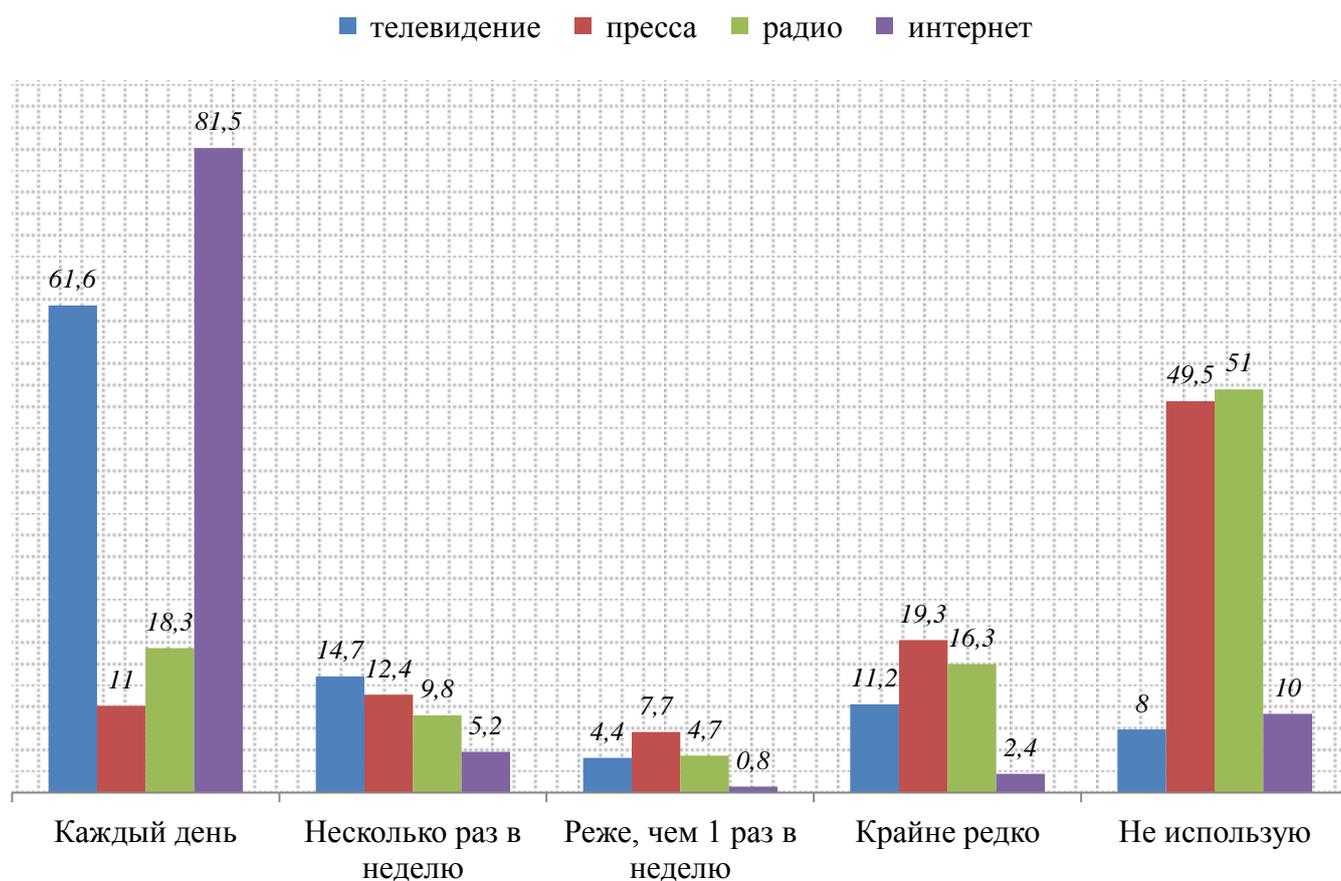


Рис. 6. Как часто Вы используете следующие источники информации?, %

В большей степени интернет предпочтителен для людей в возрасте от 18 до 24 лет. 100% респондентов в возрасте 18-24 лет отметили, что заходят в интернет ежедневно. Респонденты возрастной категории от 25 до 34 лет также являются активными пользователями сети – 94% участников опроса отметили обязательное нахождение на просторах интернета каждый день. При этом такие средства массовой информации, как периодические печатные издания, используют ежедневно, в основном, респонденты в возрасте 55 лет и старше (17,4%).

В настоящее время большую популярность набирает электронный формат печатных изданий. Более половины опрошенных сургутян отдают предпочтение именно электронным версиям публикаций (рис. 7). Всего 19,7% респондентов отметили, что читают прессу в печатном виде. В большинстве случаев так ответили женщины, жители города в возрасте от 55 лет и старше, а также респонденты, проживающие в Центральном и Северо-Восточном районах города.

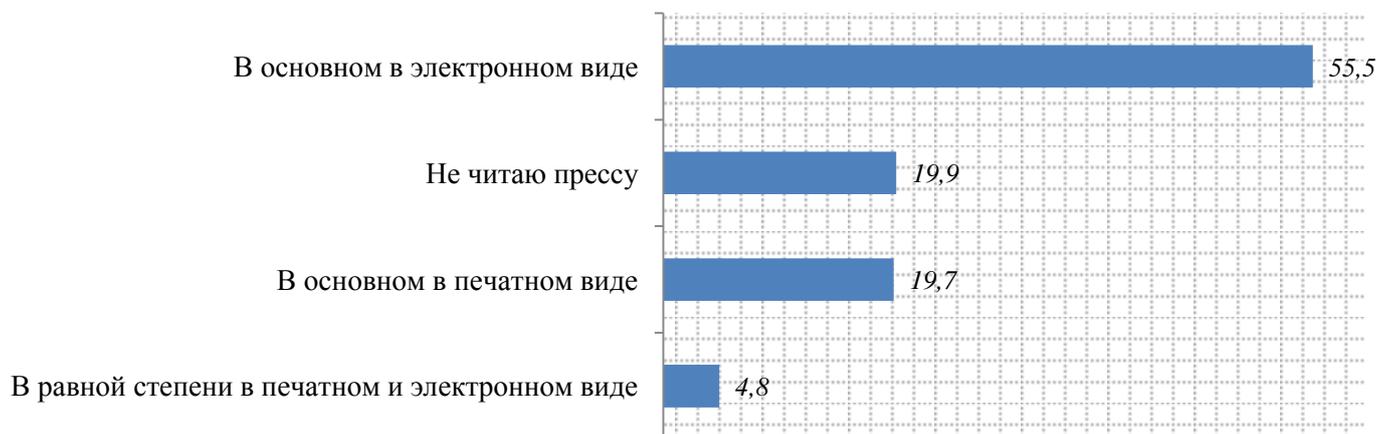


Рис. 7. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?, %

Следующим этапом исследования являлось определение уровня доверия сургутян по отношению к основным источникам СМИ (рис. 8).

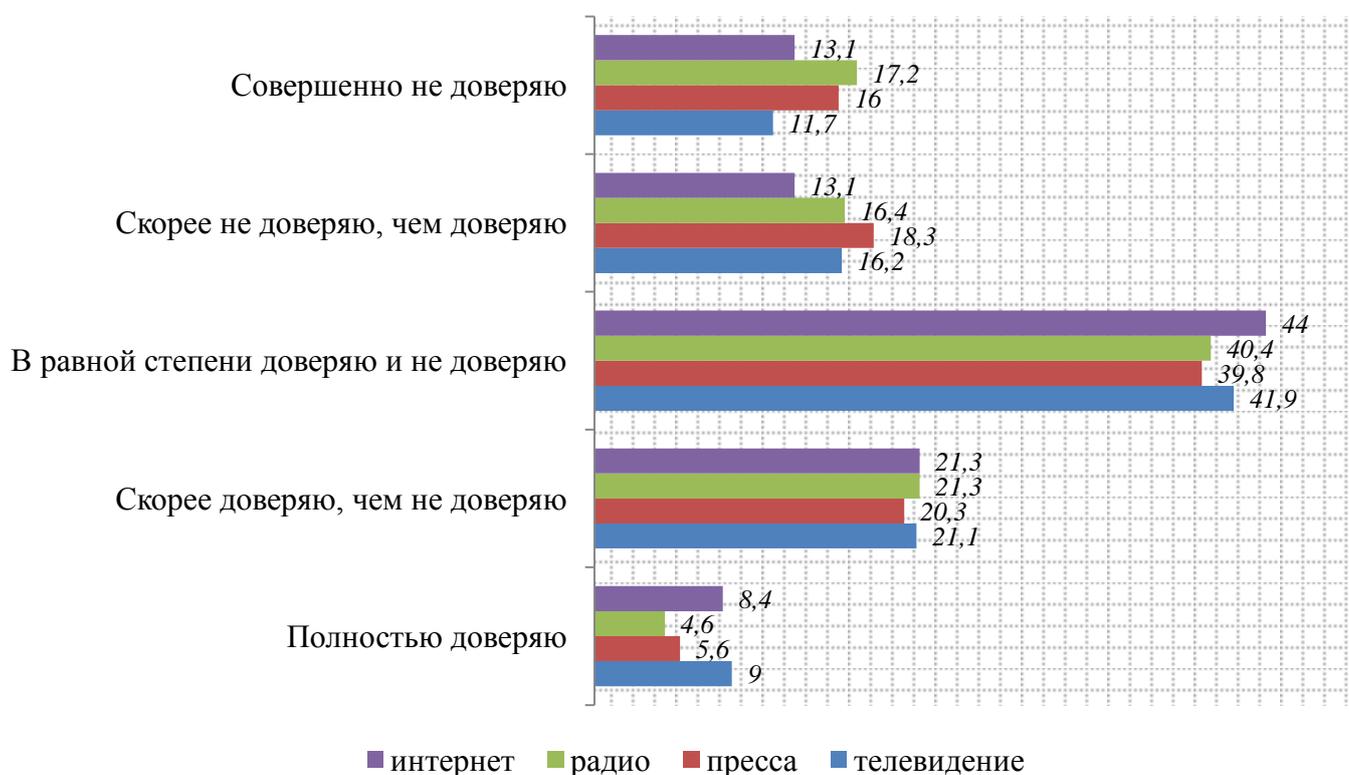


Рис. 8. Насколько Вы доверяете следующим СМИ?, %

Полученные данные показывают, что в целом ни один из предложенных источников информации не вызывает у респондентов однозначного доверия.

Исключив варианты, когда респондент затрудняется определить степень доверия к определенным средствам массовой информации, и сравнив показатели с исследованием 2016 года, можно отметить значительное снижение уровня доверия к информации, транслируемой на телевидении. Если в исследовании 2016 года большинство респондентов озвучивали полное доверие к телевизионным средствам массовой информации (25,3%), то в 2018 году только 9% опрошенных верят

данному СМИ. Полное недоверие участники опроса 2016 года в своем большинстве выразили печатным средствам массовой информации – 14% и радио – 13,8%. Согласно проведенному опросу в 2018 году мнение горожан на этот счет практически не изменилось. Не доверяют информации публикуемой в прессе 16% опрошенных, а озвученной на радио – 17,2% (рис. 9).

Полное доверие к информации, транслируемой на ТВ, хоть и уменьшилось, но все же остается на лидирующих позициях наряду с интернетом, в частности которого, согласно опросу 2018 года, не сомневаются 8,4% участников опроса. Наиболее доверительное отношение к данным средствам массовой информации выразили женщины, жители Восточного жилого района города. По возрастной категории телевидению склонны доверять в большей степени представители старшего поколения – от 55 лет, а информации «глобальной сети» больше доверяют молодые люди в возрасте 18-24 лет.

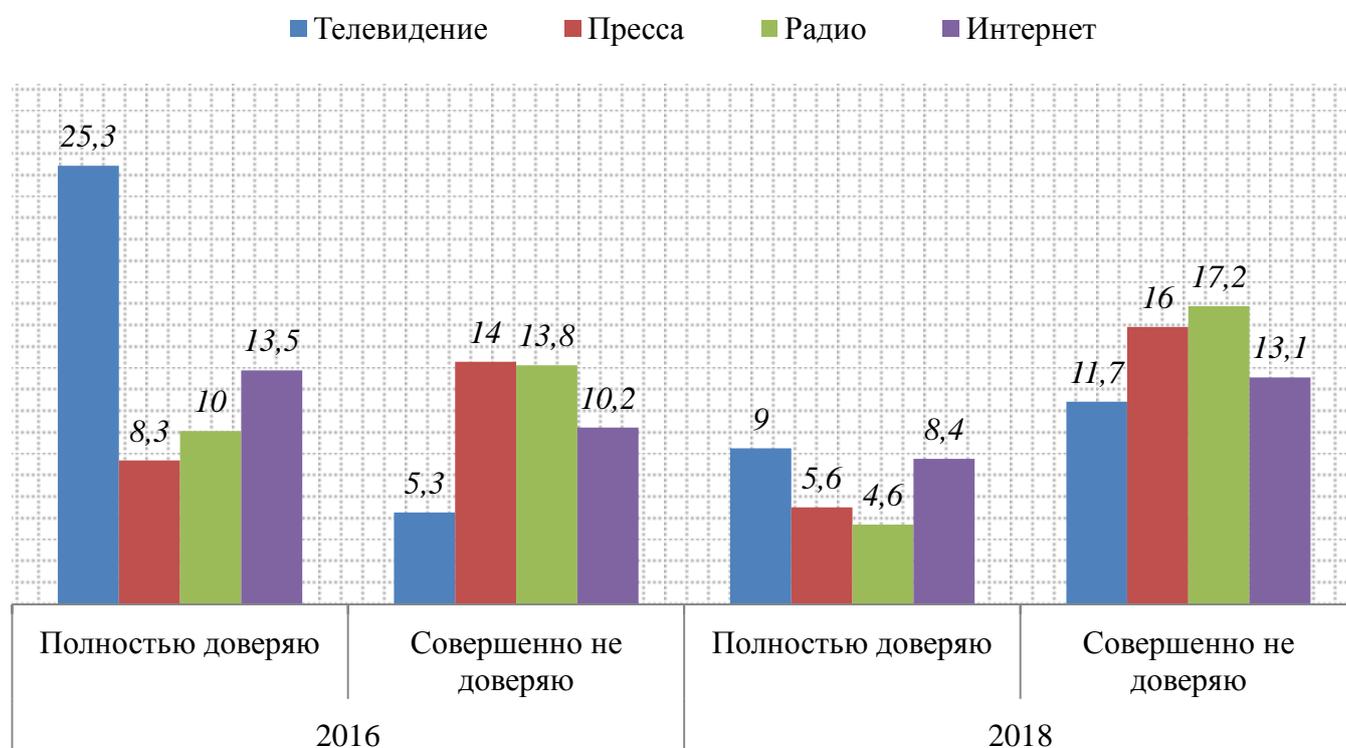


Рис. 9. Парное распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы доверяете следующим СМИ?», в зависимости от периода проведения опроса (2016 и 2018 годы), %

Анализируя оценку объективности освещения событий средствами массовой информации, необходимо отметить тот факт, что оказанное доверие таким СМИ как телевидение и интернет, так или иначе вызывает двойное мнение о достоверности информации, передаваемой через данные каналы.

Наличие некоторого скепсиса, недоверия сургутян фактически ко всем СМИ, несмотря на то, что некоторые из них являются весьма популярными у горожан (телевидение и интернет), представляется вполне логичным в современных условиях информационного противостояния, фальсификации информации для создания сенсаций, искажения фактов. Около половины участников опроса считают наиболее

объективными средствами массовой информации телевидение (45,9%), но при этом 18,3% утверждают о необъективности получаемой информации с телеэкранов. В отношении местных СМИ мнения жителей разделились практически поровну (рис. 10). Достоверность передачи информации через телевидение отмечают женщины и жители города в возрасте 55 и старше, аналогично ответам о степени доверия. Мужчины и представители молодого поколения от 18 до 24 лет склонны в большей степени доверять информации из интернета, а также событиям, освещаемым местными СМИ. Субъективной информацией, передаваемую посредством телевидения, считают в основном представители молодежи 18-24 лет (28,6%) и жители города в возрасте 25-34 лет (21,2%), называя при этом центральные каналы «Первый», «РЕН ТВ» и «НТВ» как вызывающие наибольшее недоверие⁸.

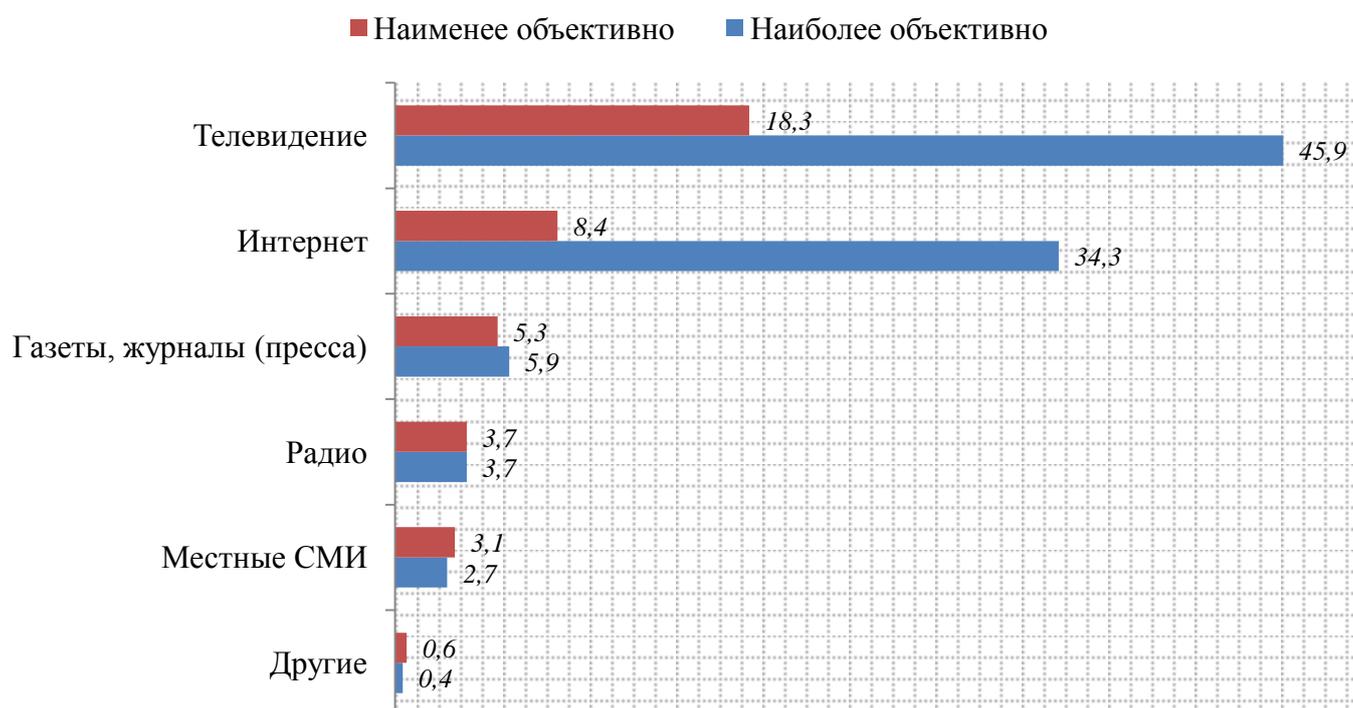


Рис. 10. На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события **НАИБОЛЕЕ / НАИМЕНЕЕ** объективно?, %⁹

Таким образом, можно заключить, что предпочтения жителей города в выборе источников информации практически не изменились. Даже учитывая тот факт, что интернет с каждым годом набирает лидирующие позиции, а доверие к информации, транслируемой на ТВ, снижается, данные СМИ находятся на первом месте. Наименее популярными среди средств массовой информации остаются пресса и радио. Пресса в печатном виде также теряет свою актуальность с развитием технологий. Сургутяне, в частности молодые люди от 18 до 34 лет, отдают предпочтение электронным СМИ, в то время как печатные издания остаются приоритетными в основном для жителей города старше 55 лет.

⁸ Полный перечень ответов респондентов на данный вопрос представлен в Приложении 2 к отчету.

⁹ Для получения наиболее объективной оценки СМИ по мнению участников опроса из рис. 10 исключены такие варианты ответов, как: «Все, многие», «Нет таких» и «Затрудняюсь ответить».

4. Рейтинг средств массовой информации по мнению участников опроса

Одной из ключевых задач опроса является формирование рейтинга наиболее предпочитаемых респондентами СМИ. Для определения предпочтений сургутян в выборе телевизионных каналов, печатных изданий, радиостанций, Интернет-ресурсов был задан ряд открытых вопросов, позволивших составить рейтинг популярности по каждому из средств массовой информации.

4.1. Телевидение

При выборе региональных и городских каналов большинство респондентов отдавали предпочтение ТК «СургутИнформТВ» (33,1%) и ТРК «Сургутинтерновости» (23,4%). Аналогично исследованиям предыдущих лет, данные телекомпании являются лидерами опросов по мнению большинства горожан, участвовавших в исследовании (Табл. 5).

Таблица 5. Каким телеканалом Вы отдаете предпочтение? (Региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании), в динамике 2015 – 2018 гг., в %

2015 год	%	2016 год	%	2018 год	%
ТК «СургутИнформТВ»	80,5	ТК «СургутИнформТВ»	73,2	ТК «СургутИнформТВ»	33,1
ТРК «Сургутинтерновости»	58,1	ТРК «Сургутинтерновости»	54,0	ТРК «Сургутинтерновости»	23,4
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	10,7	ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	10,9	ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	5,4
ТРК Сургутского района «Север»	9,1	ТРК Сургутского района «Север»	9,0	Сургут – 24	17,5
ТРК «ТВК»	2,9	ТРК «ТВК»	1,7	ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	4,0
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	14,1	ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	5,8	ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	4,4
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	9,4	ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	3,2	Другое	19,8
Другое	3,4	СибТВ	3,4	Затрудняюсь ответить / Никаким не отдаю предпочтение	4,6
		Другое	0,4	Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	23,0
		Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	13,1		

Несмотря на первые строчки рейтинга, занимаемые телекомпаниями ТК «СургутИнформТВ» и ТРК «Сургутинтерновости», стоит все же отметить, что их популярность, по результатам опроса, с каждым годом снижается, а вариант ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании», находящийся на третьем месте рейтинга в 2016 и 2018 годах, отмечается респондентами все чаще (13,1% в 2016 году, 23,0% в 2018 году).

Среди участников опроса, считающих телевидение тем средством массовой информации, которое наиболее эффективно освещает события, большинство указали именно телекомпания ТК «СургутИнформТВ» (40,8%) и ТРК «Сургутинтерновости» (26,0%) как наиболее предпочтительные. Можно предположить, что их предпочтения связаны именно с доверием к информации, освещаемой данными телекомпаниями.

Анализируя ответы респондентов, выбравших в данном вопросе вариант «другое»¹⁰, можно еще раз обратить внимание на первое место в рейтинге телеканалов, принадлежащее «СургутИнформТВ». Согласно ответам респондентов о предпочтениях в выборе телекомпаний/телерадиокомпаний, большинство указали канал «С1» как наиболее приоритетный, тогда как «С1» является каналом вещания ТК «СургутИнформТВ».

В соотношении выбора приоритетных каналов с возрастом респондентов получены следующие данные (рис. 11):

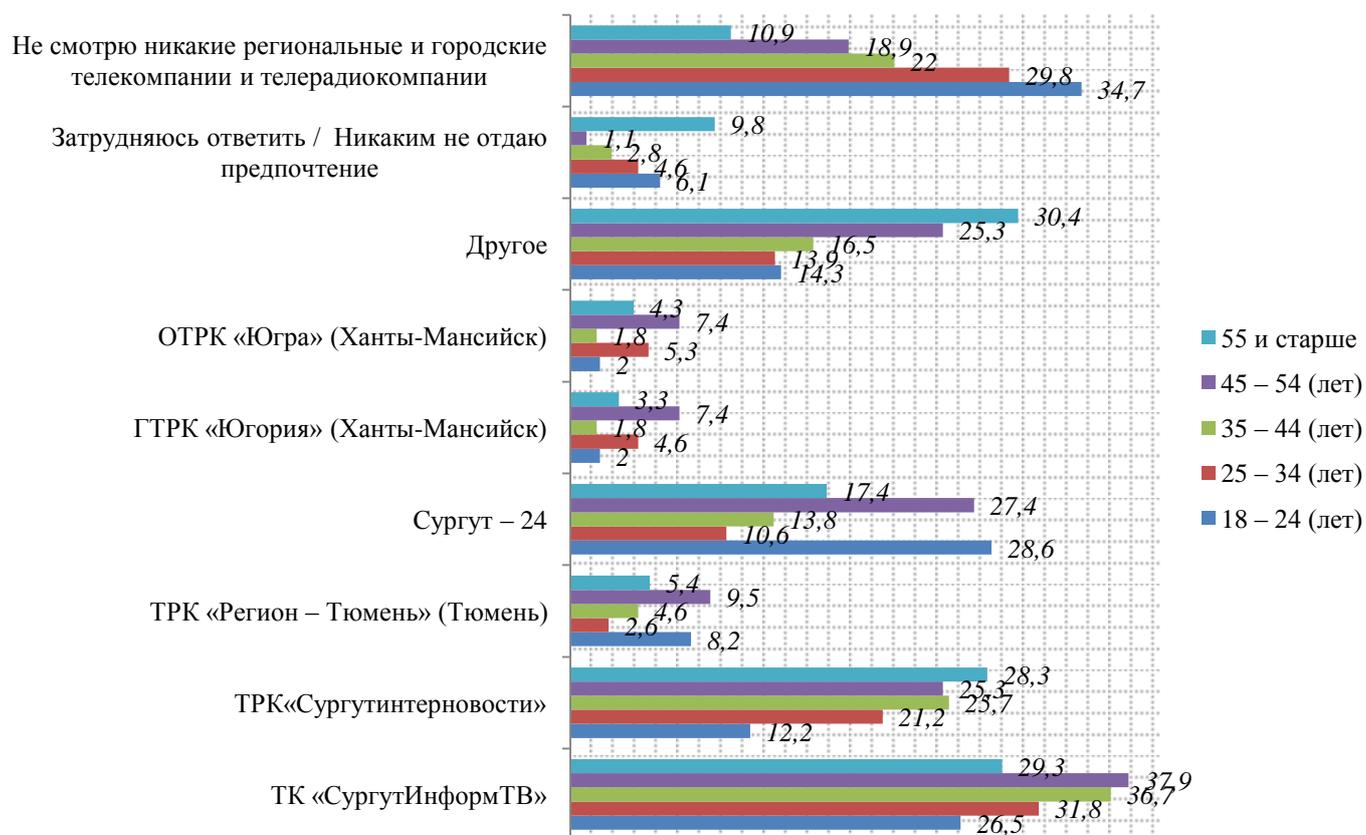


Рис. 11. Парные распределения ответов на вопрос: «Каким телеканалом Вы отдаете предпочтение? (Региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании)» с возрастными характеристиками респондентов, %

¹⁰ Подробнее с ответами респондентов на открытый вопрос можно ознакомиться в Приложении 2 к отчету.

Телекомпания «СургутИнформТВ» лидирует у горожан в возрасте от 35 до 54 лет. Программы ТРК «Сургутинтерновости» предпочитают, в основном, граждане пенсионного возраста – 55 лет и старше, а участники опроса в возрасте 18-24 лет в большинстве отметили вариант ответа: «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании».

Согласно парным корреляциям района проживания респондентов с вопросом выбора предпочтений в отношении региональных и городских телекомпаний и телерадиокомпаний было выявлено, что жители Восточного жилого района отдают наибольшее предпочтение ТК «СургутИнформТВ» (46,0%). Телерадиокомпанию «Сургутинтерновости» в большинстве отметили респонденты, проживающие в Центральном жилом районе города, а горожане из Северо-Восточного жилого района преимущественно отметили телеканал «Сургут-24» (24,1%).

На вопрос о том, почему они предпочитают ту или иную телекомпанию / телерадиокомпанию, большинство отметили такие варианты ответа, как: «Всегда актуальная и свежая информация» – 57,1%, «Удобное время выхода передач и новостных блоков» – 25,9%, а 19% указали, что выбор данных телеканалов объясняется банальной «привычкой» (рис. 12).



Рис. 12. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?, %

Парное распределение ответов на вопросы о приоритетных для респондентов телекомпаниях/телерадиокомпаниях с причинами, по которым данные компании были

выбраны, показали, что большая роль в оценках сургутян отводится адекватным, приятным и интересным ведущим телепрограмм (табл. 6). Лидеров голосования – телеканал «СургутИнформТВ» и ТРК «Сургутинтерновости» респонденты отметили за технические характеристики и всегда актуальную и свежую информацию соответственно.

Таблица 6. Парные распределения ответов на вопрос: «Каким телеканалам Вы отдаете предпочтение?» с вопросом «Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?», %

	Всегда актуальная и свежая информация	Удобное время выхода передач и новостных блоков	Привычка	Адекватные, приятные, интересные ведущие	Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)
ТК «СургутИнформТВ»	49,3	54,1	38	66,7	72,5
ТРК «Сургутинтерновости»	38,6	33,7	26,8	42,9	35
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	10,2	12,2	1,4	15,9	10
Сургут – 24	27	31,6	16,9	38,1	25
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	5,1	9,2	7	3,2	12,5
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	5,6	2	2,8	3,2	7,5
Другое ¹¹	23,3	20,4	23,9	22,2	10

Среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, лидирующие строчки рейтинга традиционно занимают новостные блоки. Программа «Новости Сургута» ТК «СургутИнформТВ» и «В центре событий» ТРК «Сургутинтерновости» из года в год являются самыми интересными программами по мнению сургутян (рис. 13). Возможно, ежегодное большинство ответов в пользу новостных телепрограмм объясняется выходом данных передач в эфир в прайм-тайм, то есть в то время, когда наибольшее количество зрителей находится у телеэкранов, или вне рабочее время.

Стоит отметить, что основными зрителями новостных программ «Новости Сургута» и «Новости Югры» являются горожане старше 55 лет. Молодое поколение от 18 до 24 лет отдает наибольшее предпочтение новостным блокам «В центре событий» телерадиокомпаний «Сургутинтерновости».

¹¹ Подробнее с ответами респондентов на открытый вопрос можно ознакомиться в Приложении 2 к отчету.

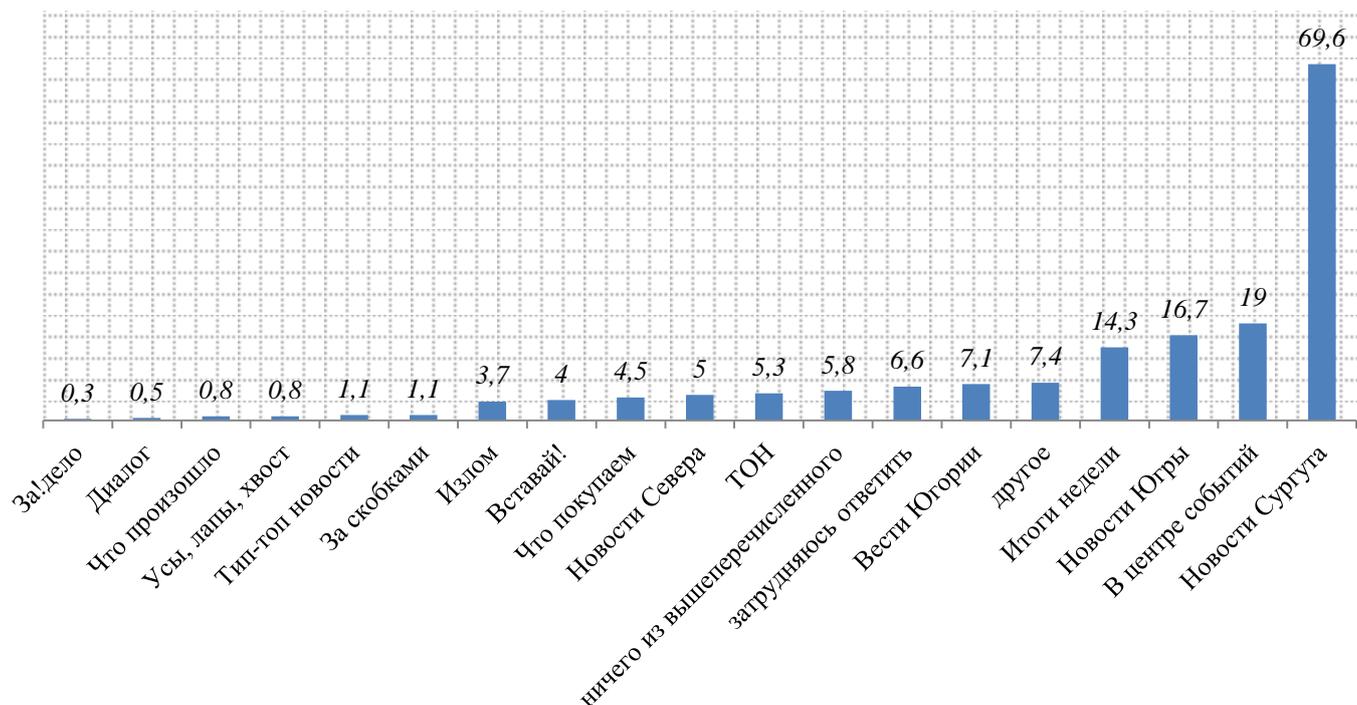


Рис. 13. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?

Стоит отметить, что рейтинг некоторых программ значительно изменился по сравнению с исследованием 2016 года (табл. 7).

Таблица 7. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, в динамике 2016, 2018 гг., %

2016 год		2018 год	
Новости Сургута	82,6	Новости Сургута	69,6
В центре событий	44,3	В центре событий	19,0
Итоги недели	26,7	Новости Югры	16,7
Новости Югры	22,4	Итоги недели	14,3
Вставай!	13,8	Другое	7,4
ТОН	12,9	Вести Югории	7,1
Вести Югории	10,0	затрудняюсь ответить	6,6
Новости Севера	8,8	ничего из вышеперечисленного	5,8
Диалог	5,5	ТОН	5,3
Ничего из вышеперечисленного	3,8	Новости Севера	5,0
Кухня	3,3	Что покупаем	4,5
Тип-топ новости	2,9	Вставай!	4,0
Затрудняюсь ответить	1,4	Излом	3,7
Стройка	1,0	Тип-топ новости	1,1
Эпицентр	0,7	За скобками	1,1
Не все равно	0,2	Что произошло	0,8
За!дело	0,2	Усы, лапы, хвост	0,8
Другое	0,2	Диалог	0,5
Регламент	0,2	За!дело	0,3
Формула событий	0,0		

Например, программа «Итоги недели» за последние два года потеряла свои позиции в рейтинге популярности: количество отметивших данную программу как наиболее интересную для просмотра сократилось на 12,4% по сравнению с исследованием 2016 года. Программы «Вставай!» и «ТОН», находившиеся в пятерке лидеров в 2016 году, потеряли свои позиции в 2018-м. Программу «Вставай!» всего 4% участников опроса считают интересной, что на 9,8% меньше, чем в 2016 году. Программу «ТОН» по результатам опроса 2016 года смотрели 12,9% респондентов, а в 2018 году всего 5,3% жителей признались, что остаются зрителями данной передачи.

Несмотря на подобное распределение ответов, говорить о снижении рейтинга данных программ преждевременно, так как на субъективное мнение респондентов при проведении опроса могли влиять различные внешние обстоятельства, отразившиеся на ответах горожан. Стоит обратить внимание, что часть вариантов ответов (наименований программ) изменилась, что также не позволяет провести корректный мониторинг результатов.

Согласно результатам опроса наибольшее количество горожан уделяют просмотру телевизора именно вечернее время (84,1%). Утреннее время для просмотра телепрограмм удобно для 26,3% респондентов (рис. 14).

Дневное время является наиболее удобным для жителей пенсионного возраста старше 55 лет, а просмотр ночных телепередач – для представителей возрастной категории от 18 до 24 лет.

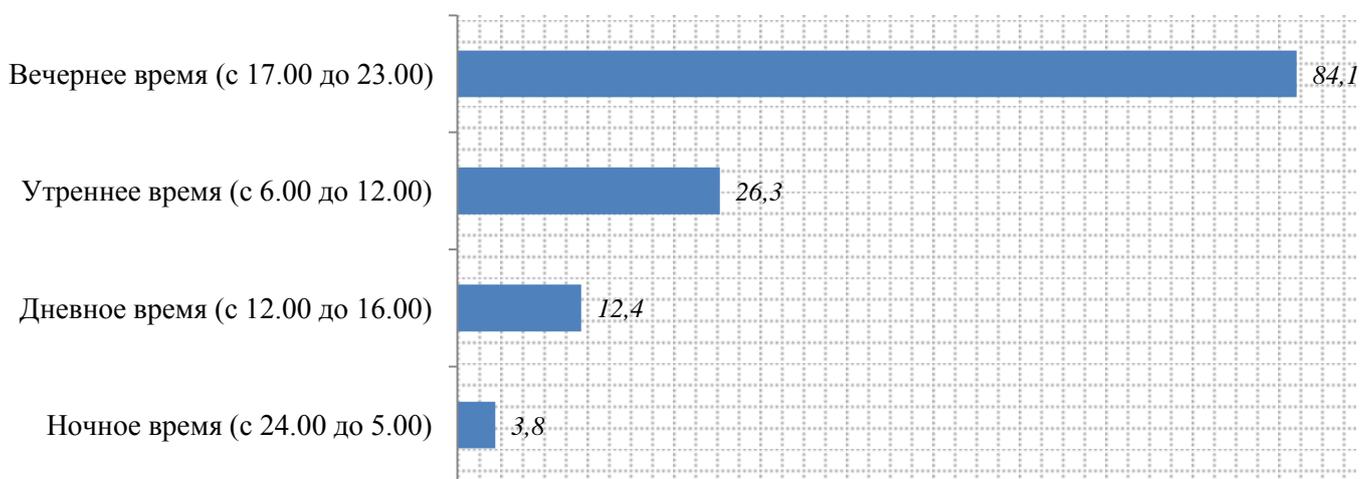


Рис. 14. В какое время суток Вы обычно просматриваете телевизионные программы (кино или др.)?, %

Подводя итоги, можно отметить, что наиболее востребованными местными телеканалами для сургутян неизменно остаются ТК «СургутИнформТВ» и ТРК «Сургутинтерновости», а новостные передачи, транслируемые на данных каналах, являются наиболее популярными у большинства участников опроса. Несмотря на это, фактически мы наблюдаем снижение интереса как к местным телекомпаниям, так и к транслируемым передачам.

4.2. Пресса

Составление рейтинга популярности печатных изданий основывалось на ответах респондентов на открытый вопрос: «Каким печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?». Рейтинг популярности среди местных СМИ выглядит следующим образом (рис. 15):

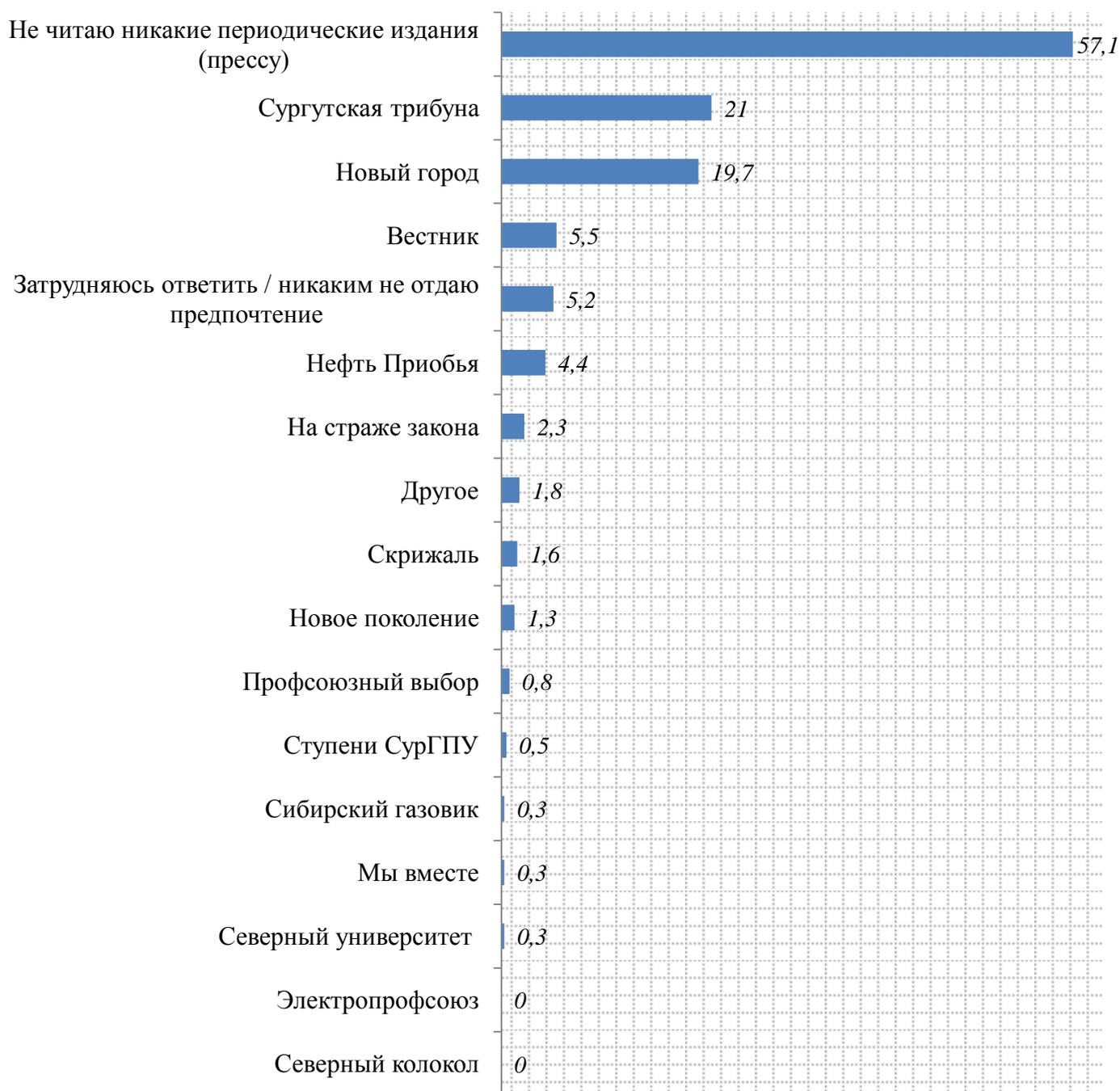


Рис. 15. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?, %

Было выявлено, что более половины опрошенных не читают прессу (57,1%). Тем не менее, среди тех, кто все же использует периодические печатные издания для получения информации о событиях в городе, 21% респондентов отдает свое предпочтение «Сургутской трибуне» и 19,7% – «Новому городу».

Аудиторию местных печатных изданий, в большей степени, составляют женщины, в частности, проживающие в Восточном жилом районе города.

По аналогии отношения горожан к телевизионным каналам местного телевидения, рейтинги периодических печатных изданий также снижаются с каждым годом (рис. 16).

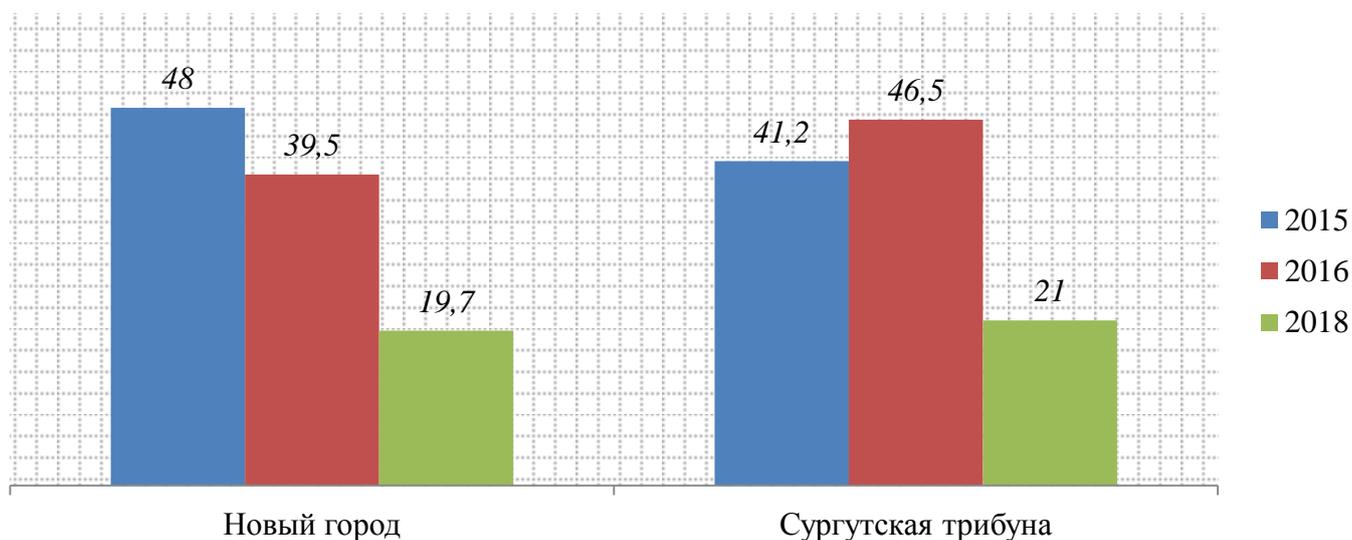


Рис.16. Рейтинг популярности местных периодических печатных изданий «Новый город» и «Сургутская трибуна» в период 2015 – 2018 гг., %

Анализ результатов опроса по федеральным печатным СМИ показал отсутствие интереса у большей половины опрошенных к федеральным изданиям.

Среди тех, кто все же читает федеральную прессу, наибольшей популярностью пользуются издания «Аргументы и Факты» (22,6%) и «Комсомольская правда» (13,5%), что аналогично результатам исследования, проведенного в 2016 году. Но, как видно на рис. 17, за последние два года значительно уменьшилась аудитория как читающих данные газеты, так и читающих федеральную прессу в принципе.



Рис. 17. Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?, %

Данные результаты говорят о том, что печатные СМИ как источник получения информации с развитием технологий все больше теряют свою актуальность в современном мире. Как и упоминалось выше, электронные СМИ приобретают большую популярность из года в год, постепенно вытесняя периодические печатные издания из повседневной жизни людей.

4.3. Радио

С целью определения рейтинга самых популярных радиостанций также был задан открытый вопрос, в котором респонденты могли в свободной форме высказать мнение относительно своих предпочтений (рис. 18). Стоит обратить внимание, что варианты ответов не предоставлялись и респонденты сами называли радиостанции, которые они чаще всего прослушивают.

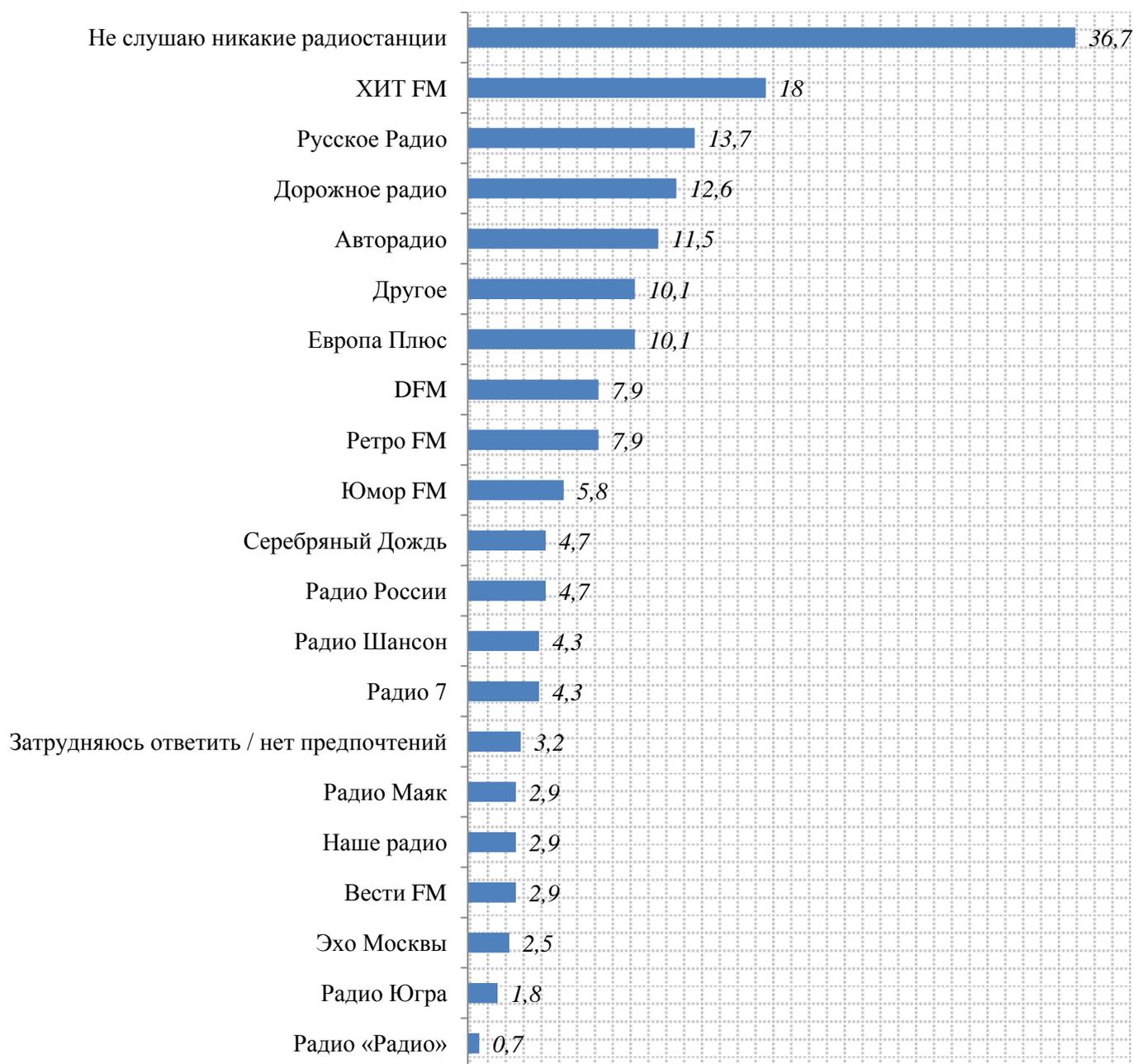


Рис. 18. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?, %

Выделяя наиболее предпочтительные радиостанции, большинство респондентов чаще всего упоминали: «ХИТ FM» (18%), «Русское радио» (13,7%), «Дорожное радио» (12,6%), а также «Авторadio» (11,5%). Но большинство все же указали, что не слушают никакие радиостанции (36,7%).

С развитием научно-технического прогресса количество слушателей радиостанций уменьшается в пользу гаджетов, где любую музыку можно найти и послушать, выбрав по своему вкусу. Отличительной особенностью радиостанций остается лишь возможность «живого общения» с аудиторией в прямом эфире, розыгрыш призов и различные конкурсы.

Рассматривая вопрос о прослушивании предпочитаемых радиостанций с частотой использования радио, можно отметить, что большинство радиослушателей пользуются данным источником информации «реже, чем 1 раз в неделю» либо «несколько раз в неделю» (рис. 19)¹². Это может быть связано с тем, что аудиторию радиослушателей в основном составляют люди, которые едут в машинах либо слушают в качестве фона дома, в магазине и так далее. То есть радио как средство массовой информации в большей степени используется участниками опроса ситуативно. Анализируя полученные результаты, можно отметить, что респонденты, выбравшие вариант ответа о ежедневном прослушивании радиостанций, чаще отмечали радио «ХИТ FM», а также радио «Дача» и радио «Рекорд»¹³.

Парное распределение ответов на вопрос о предпочитаемых радиостанциях с возрастом респондентов показало, что участники опроса в возрасте 18-24 лет предпочитают такие радиостанции, как «ХИТ FM», «Европа Плюс» и «Юмор FM». Горожане в возрасте 35-44 лет чаще слушают «Дорожное радио» и «Русское радио». Респонденты старшей возрастной категории предпочитают в большинстве «Радио России».

¹² Для получения наиболее объективной оценки из рис. 19 исключены такие варианты ответов, как: «Не слушаю никакие радиостанции» и «Затрудняюсь ответить».

¹³ Вариант ответа «Другое». Подробнее с ответами респондентов на открытый вопрос можно ознакомиться в Приложении 2 к отчету.

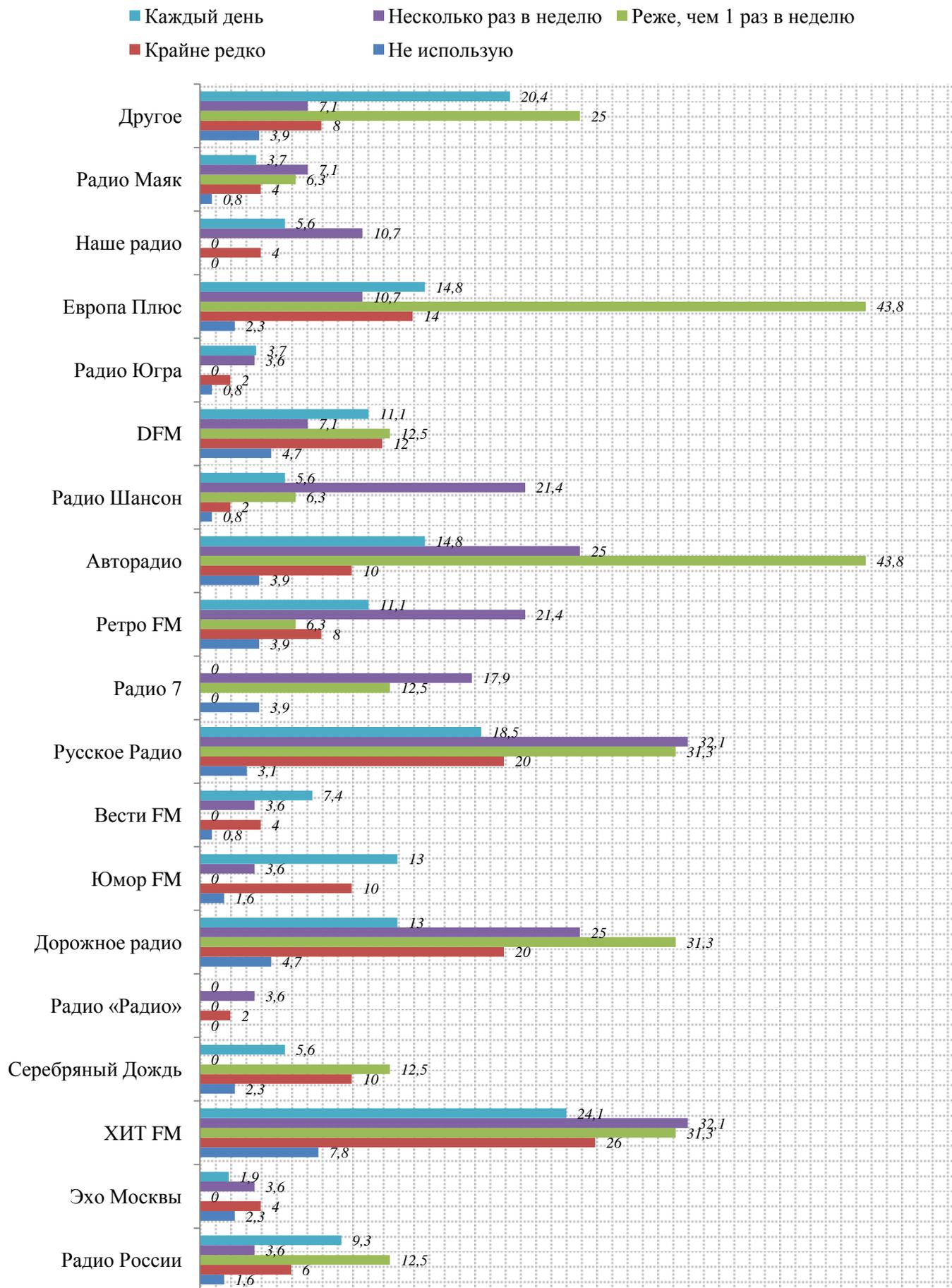


Рис. 19. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?» с вопросом «Как часто вы используете следующие источники информации? (Радио)», %

Результаты исследования показывают, что в разных районах города жители отдают предпочтение разным радиостанциям. Рассматривая шесть самых популярных радиостанций, отмеченных респондентами, можно выявить, что радиостанциям «ХИТ FM», «Дорожное радио» и радио «DFM» отдают свое предпочтение жители Северо-Восточного района города (табл. 8). Респонденты, отметившие место проживания в Северном жилом районе, предпочитают в большей степени «Русское радио», а жители Центрального жилого района в основном слушают «Авторadio» и «ХИТ FM».

Таблица 8. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?» с данными о территории проживания респондентов, %

Название радиостанции	Северный жилой район	Северо-восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район
Радио России	5,2	3,4	2,7	8,3
Эхо Москвы	2,6	0,0	1,8	5,0
ХИТ FM	14,3	31,0	12,6	26,7
Серебряный Дождь	2,6	0,0	4,5	10,0
Радио «Радио»	0,0	0,0	0,9	1,7
Дорожное радио	6,5	20,7	10,8	20,0
Юмор FM	3,9	3,4	6,3	8,3
Вести FM	2,6	0,0	2,7	5,0
Русское Радио	15,6	6,9	7,2	26,7
Радио 7	3,9	6,9	4,5	3,3
Ретро FM	5,2	13,8	5,4	13,3
Авторadio	7,8	6,9	12,6	16,7
Радио Шансон	6,5	0,0	3,6	5,0
DFM	9,1	20,7	6,3	3,3
Радио Югра	2,6	0,0	0,9	3,3
Европа Плюс	7,8	17,2	8,1	11,7
Наше радио	2,6	10,3	0,9	3,3
Радио Маяк	2,6	0,0	2,7	5,0
Другое	14,3	6,9	9,0	6,7

4.4. Интернет

Результаты опроса 2018 года свидетельствуют о сохранении лидирующих позиций социальных сетей и поисковых систем в рейтинге профилей интернет-порталов (рис. 20).



Рис. 20. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?, %

Рассматривая предпочтения горожан в выборе интернет-порталов в динамике с 2015 года, можно отметить, что лидирующие позиции практически не изменились.

В исследовании 2018 года возросло количество участников опроса, которые отмечали, что не пользуются интернетом. Логично, что такой ответ дали жители города старше 55 лет (39,8%), а также респонденты в возрасте 45-54 лет (11,5%). Интернет-активность в социальных сетях отмечается среди участников опроса в возрасте 18-24 лет (85,7%), а также в возрасте 25-34 лет (64,7%) (рис. 21).

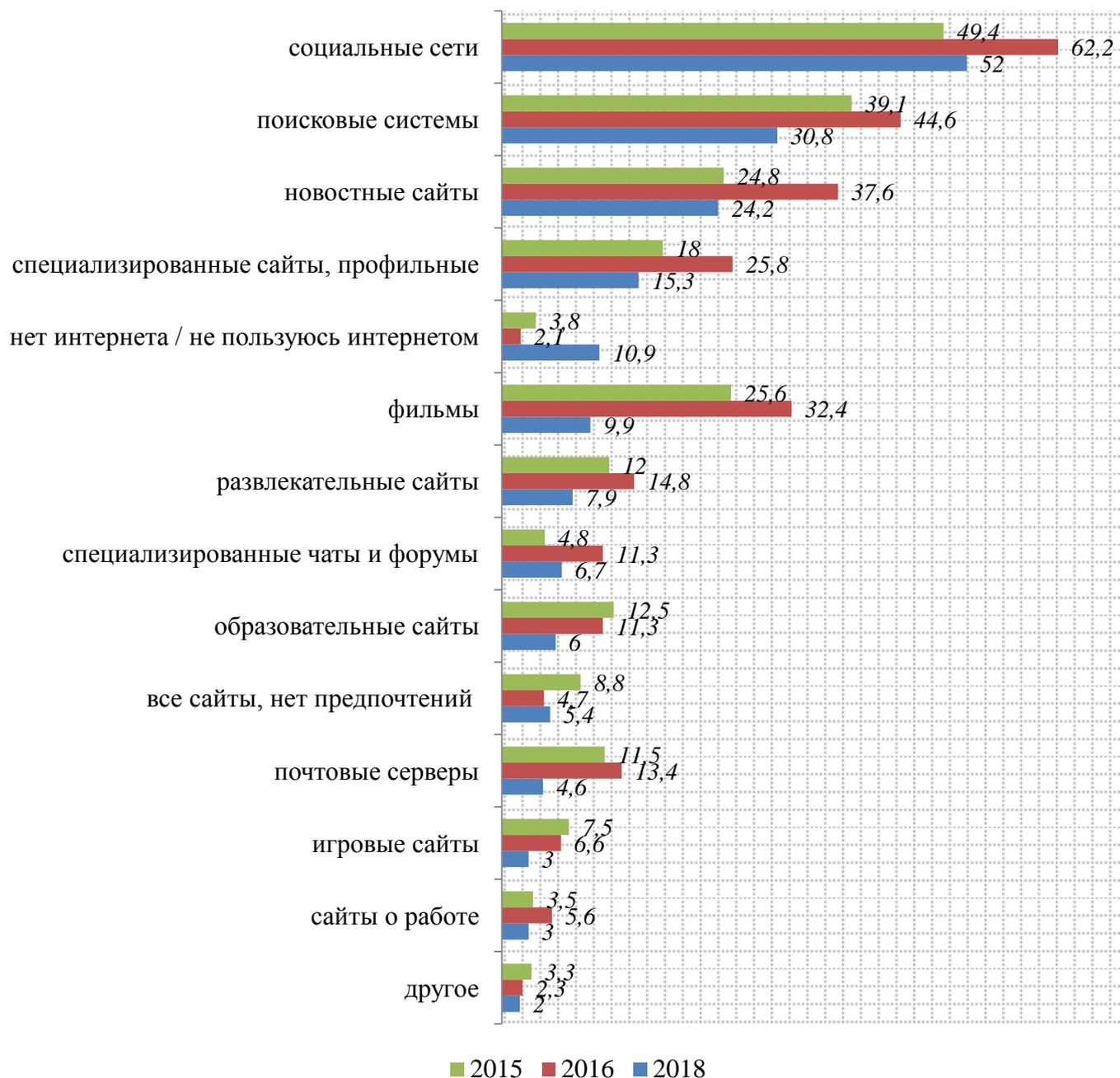


Рис. 21. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?, в динамике 2015 – 2018 гг., %

Согласно результатам опроса наибольшим доверием сургутян пользуется официальный сайт Администрации города Сургута (40,1%). 19,9% опрошенных доверяют информации Единого официального сайта органов государственной власти ХМАО – Югры, а 15,6% - Интернет-порталу SITV.RU (рис. 22).

Среди тех, кто доверяет сайтам, занимающим первые строчки рейтинга, в большинстве случаев представлены женщины. Мужчины и жители города 55 лет и старше в большей степени затруднились дать ответ на вопрос о доверии к тем или иным сайтам, представленным в списке.

Наибольшее доверие к официальному portalу Администрации города выразили жители Северо-Восточного жилого района, тогда как Единый официальный сайт

органов государственной власти ХМАО – Югры пользуется наибольшим доверием у горожан, проживающих в Восточном жилом районе Сургута.

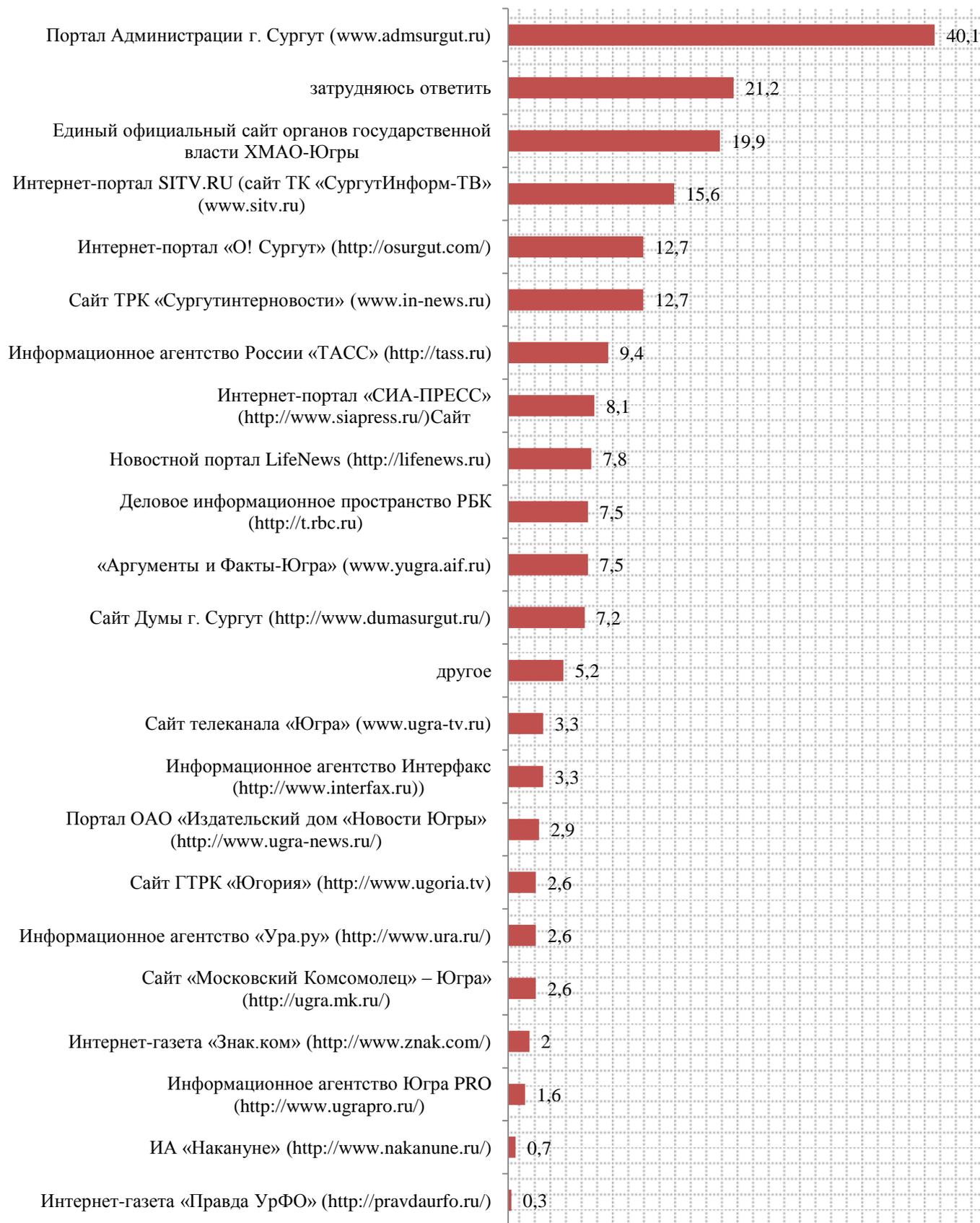


Рис. 22. Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных Интернет-сайтов Вы доверяете?, %

Среди наиболее востребованных новостных агрегаторов участники опроса отметили Яндекс-новости (75,1%), а также Google новости¹⁴ (рис. 23).

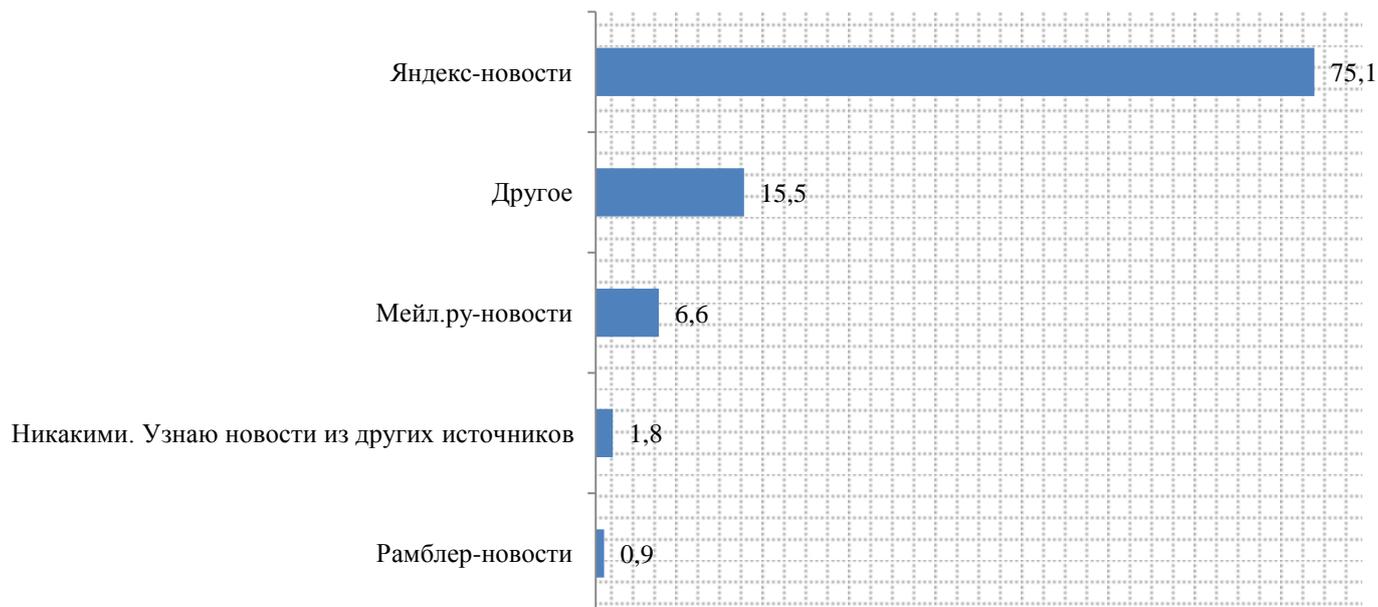


Рис. 23. Какими новостными поисковыми системами (агрегаторами) Вы обычно пользуетесь?, %

Сегодня большинство людей не могут представить своей жизни без социальных сетей. С каждым днем таких сетей становится все больше, как и желающих к ним присоединиться. По данным опроса, проведенного в городе Сургуте, 85,1% являются активными пользователями социальных сетей (рис. 24).

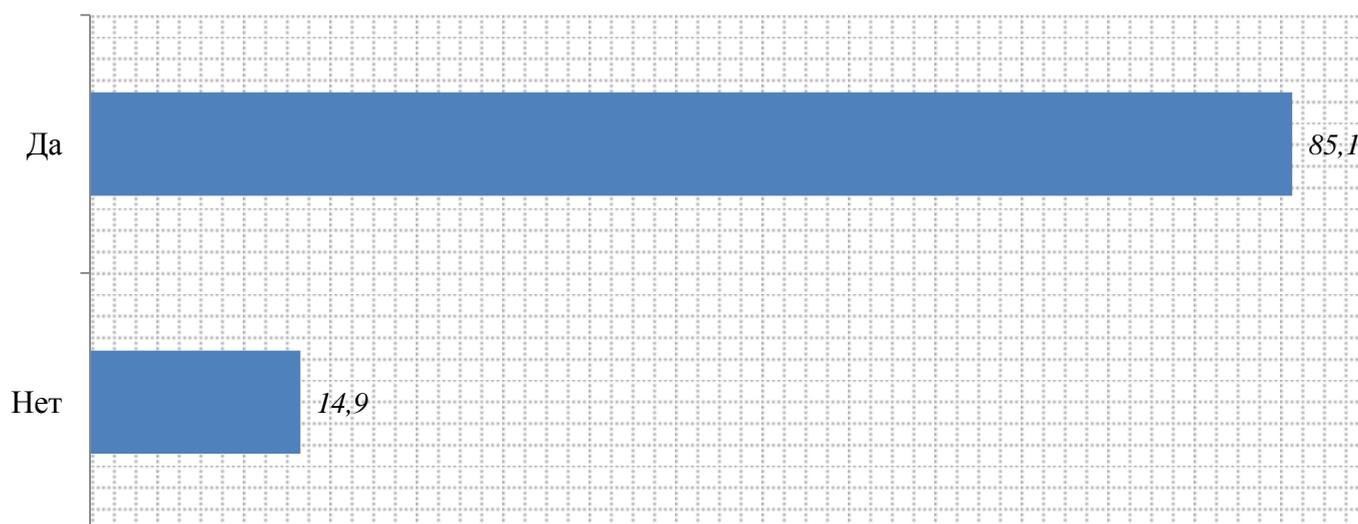


Рис. 24. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?, %

Самыми активными пользователями социальных сетей, согласно парным распределениям, являются респонденты в возрасте 18-24 лет. 100% респондентов данной возрастной категории зарегистрированы в соцсетях. Наименьший процент составляют горожане в возрасте 55 лет и старше (рис. 25).

¹⁴ Вариант ответа «Другое». Подробнее с ответами респондентов на открытый вопрос можно ознакомиться в Приложении 2 к отчету.

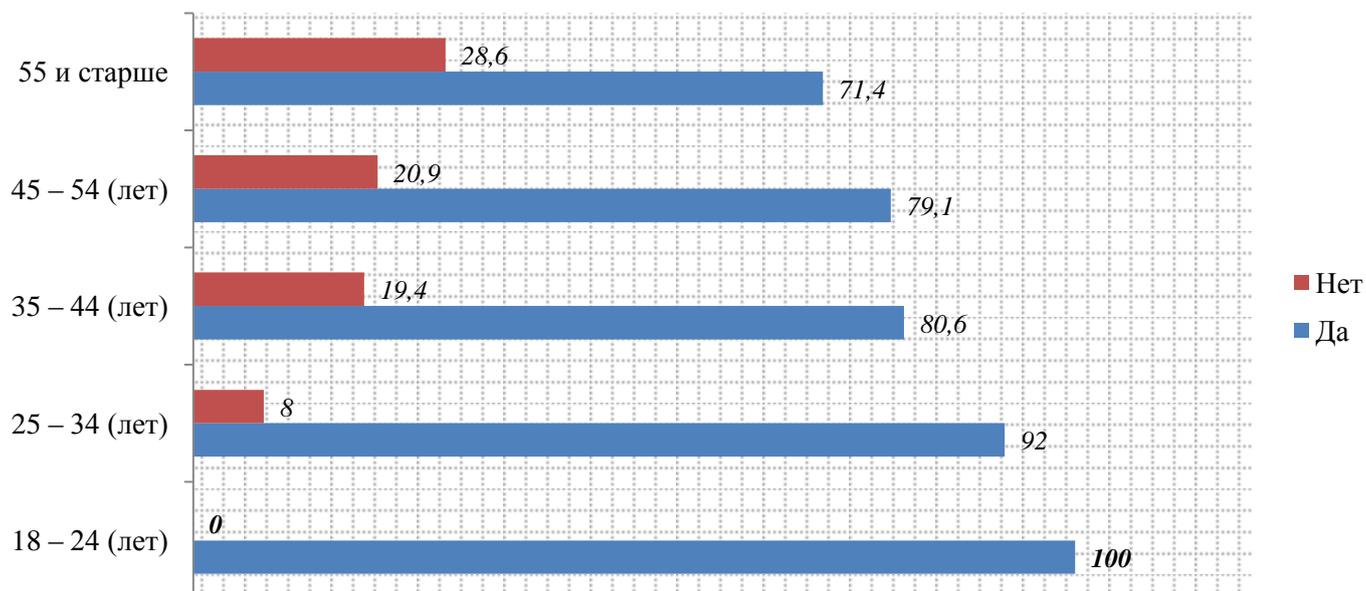


Рис. 25. Парное распределение ответов на вопрос «Пользуетесь ли Вы социальными сетями» с возрастными характеристиками респондентов, в %

Главной причиной использования социальных сетей участники опроса назвали «общение с друзьями» - так считают 73,8%. Основным источником получения новостной информации для 53,5% респондентов являются соцсети. Также 10,8% отметили необходимость социальных сетей при осуществлении трудовой деятельности (рис. 26).

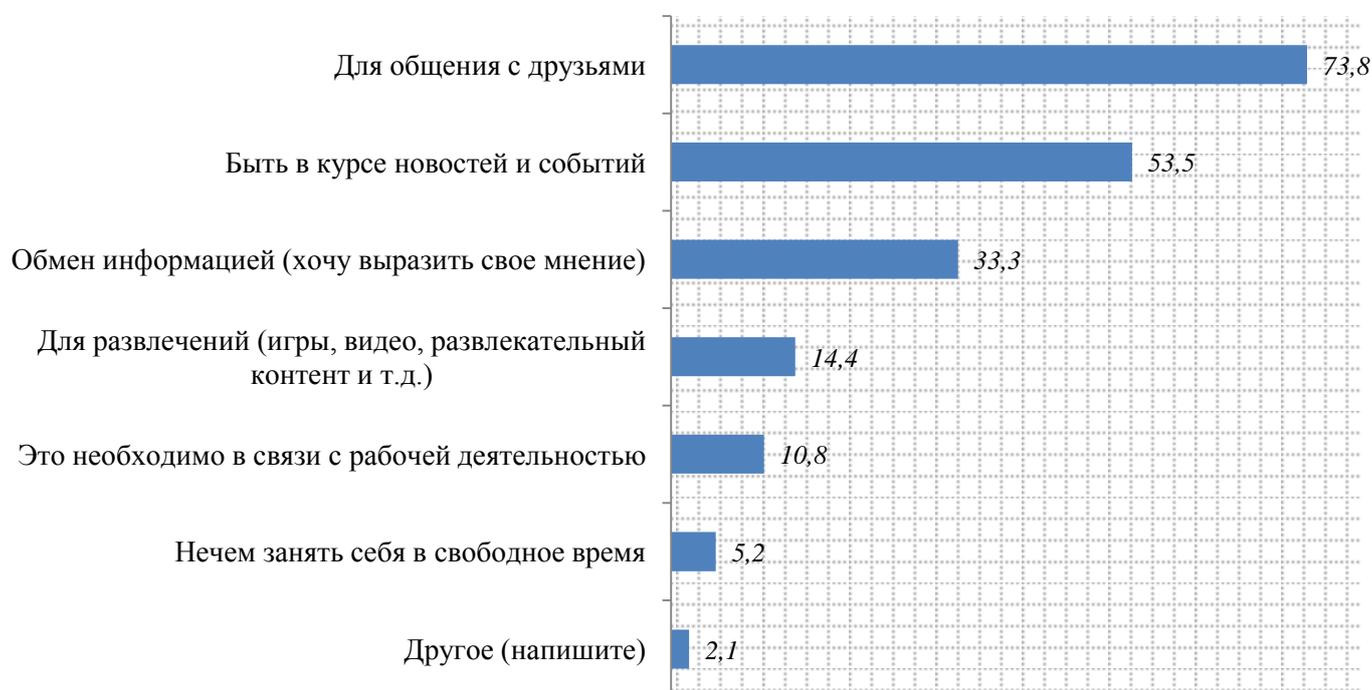


Рис. 26. Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?, %

Используют социальные сети «для общения с друзьями» в большей степени респонденты в возрасте 18-24 лет. «Быть в курсе новостей и событий» соцсети

помогают горожанам в возрасте 45-54 лет, а необходимость социальных сетей для ведения рабочей деятельности отметили, в основном, участники опроса 25-34 лет.

Самой популярной соцсетью, по мнению участников опроса, является платформа «ВКонтакте», активными пользователями которой являются 77% респондентов. «Одноклассники» находятся на втором месте рейтинга самых популярных соцсетей по мнению 47,9% горожан. Третье место рейтинга принадлежит «Инстаграму» (47,6%), чья популярность набирает обороты благодаря активным пользователям соцсетей с мобильных устройств (рис. 27).

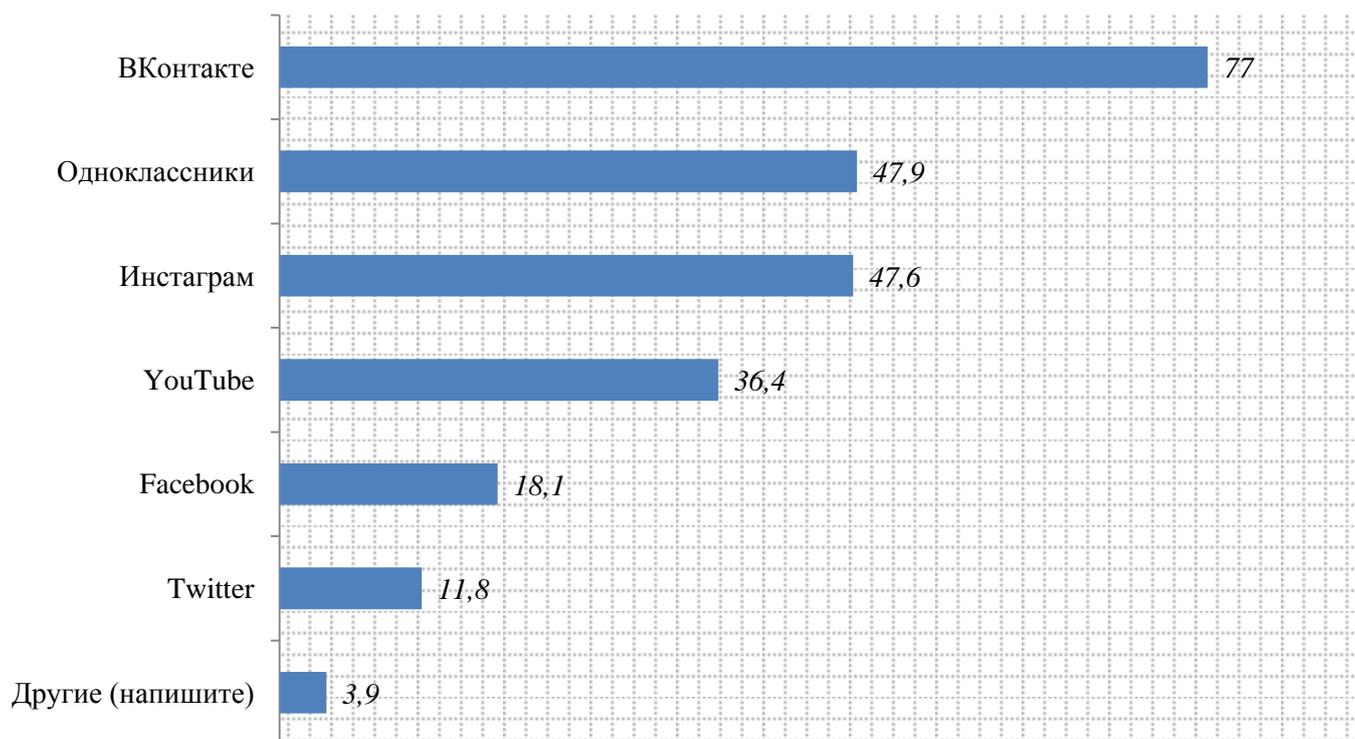


Рис. 27. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?, %

Анализ парных распределений ответов на вопрос респондентов о том, пользователями каких соцсетей они являются и по какой причине, показал, что для общения, которое служит одной из главных причин использования социальных сетей участники опроса, предпочтительно используют такие платформы, как «ВКонтакте» и «Инстаграм» (табл. 9). Данные соцсети также используют в большей степени те, кто хочет быть в курсе последних новостей и событий и чья трудовая деятельность связана непосредственно с работой в сети Интернет.

Для обмена информацией, помимо самой популярной соцсети «ВКонтакте», участниками опроса была названа также платформа «Одноклассники», а для посещения развлекательных контентов респонденты чаще всего используют «YouTube».

Таблица 9. Парные распределения ответов на вопрос: «Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?» с ответами на вопрос: «Какими социальными сетями Вы пользуетесь?», %

	ВКонтакте	Инстаграм	Одноклассники	Facebook	Twitter	YouTube
Для общения с друзьями	80,1	52,3	50,5	17,8	12,5	39,1
Быть в курсе новостей и событий	77,5	52,5	50,5	21,6	15,2	42,6
Обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	78,0	45,7	50,4	22,8	15,0	43,3
Это необходимо в связи с рабочей деятельностью	90,2	53,7	46,3	29,3	17,1	39,0
Для развлечений (игры, видео, развлекательный контент и т.д.)	96,4	52,7	38,2	20,0	14,5	54,5
Нечем занять себя в свободное время	80,0	50,0	35,0	30,0	20,0	30,0

Можно отметить, что популярность тех или иных социальных сетей чаще всего зависит от возраста респондентов (рис. 28).

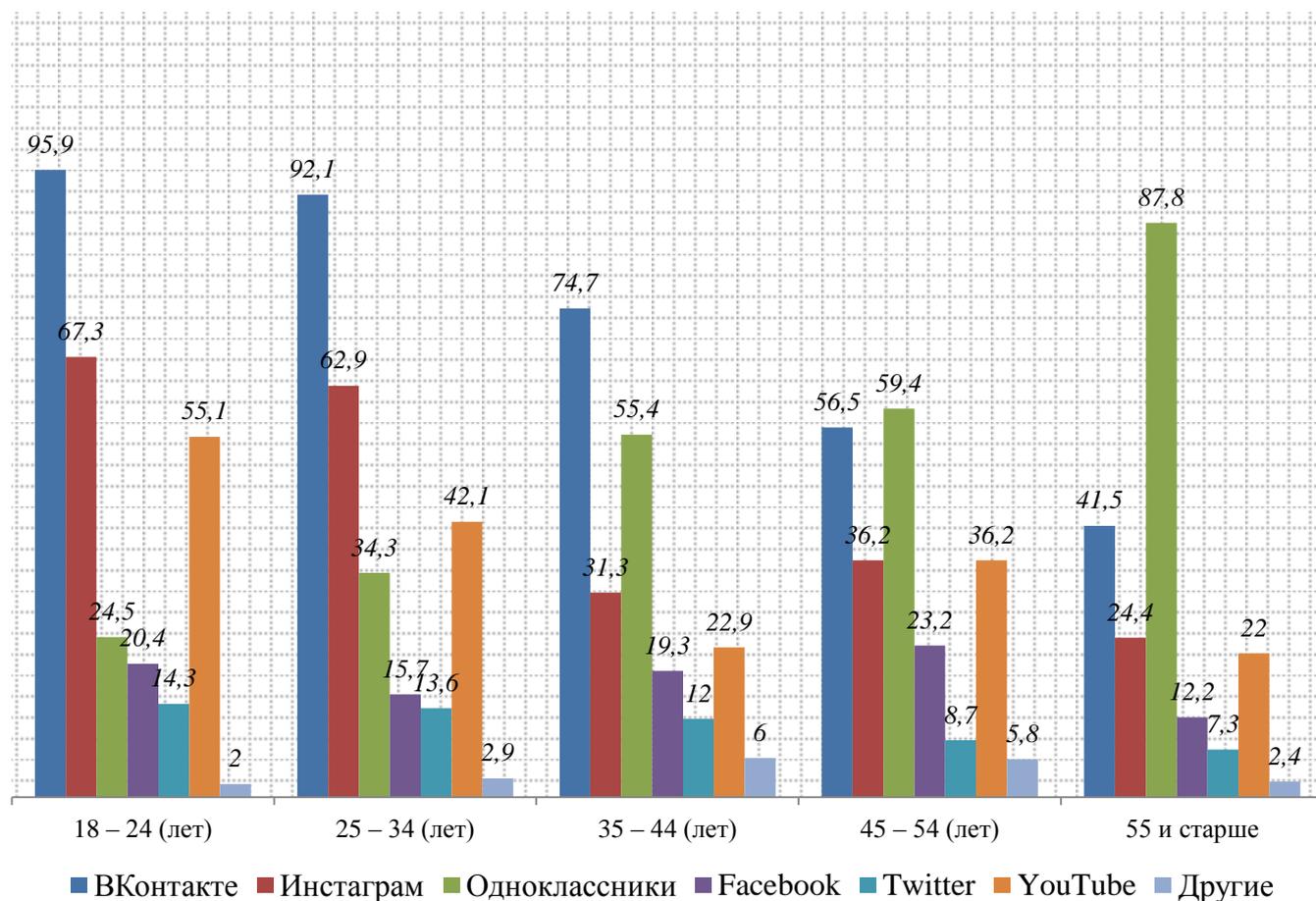


Рис. 28. Парные распределения ответов на вопрос: «Какими социальными сетями Вы пользуетесь?» с возрастными характеристиками респондентов, %

Интересная тенденция наблюдается в отношении самых популярных социальных сетей, отмеченных сургутянами по результатам опроса, таких как «ВКонтакте» и «Одноклассники». Рассматривая рис. 28, можно наблюдать, что, чем старше респонденты, тем меньший интерес они проявляют к платформе «ВКонтакте», а что касается соцсети «Одноклассники», тут мы можем заметить обратную связь – чем моложе участники опроса, тем реже они отмечали себя как пользователей сайта «Одноклассники».

Данное распределение вполне логично, если учитывать направленность данных сайтов. «Одноклассники», по большей части, платформа, рассчитанная именно на возрастной диапазон от 40 лет и старше, то есть концепция данного сайта изначально заключается в поиске бывших одноклассников, однокурсников, друзей, знакомых, родных и общения с ними.

Аудитория платформы «ВКонтакте» более молодая, а сама соцсеть, помимо общения и развлекательного контента, направлена также на продвижение информации методами связей с общественностью посредством вовлечения пользователей ресурса в различные группы по интересам или представляющим продукты творчества, идеи, услуги. Это является немаловажным фактором, так как многие из участников опроса отметили посещение данного сайта, связав его со своей рабочей деятельностью.

Анализируя полученные результаты, можно сделать вывод, что социальные сети являются неотъемлемой частью жизни более 80% сургутян, вне зависимости от возраста, пола и рода деятельности. При этом соцсети, по мнению горожан, необходимы не столько для развлечения, сколько для общения, получения информации и выражения своего мнения.

Одним из действующих информационных аккаунтов являются официальные страницы Главы города Сургута в различных социальных сетях.

На вопрос, знают ли горожане об этих информационных ресурсах и подписаны ли на них, получены следующие результаты (рис. 29):



Рис. 29. Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И, если «да», подписаны ли вы на них?, %

Ответы на данный вопрос говорят о том, что большинство горожан знают о существующем аккаунте Главы города, но по каким-то причинам не подписаны на него (42,5%). Треть опрошенных ответили, что не знают о страницах Главы Сургута в соцсетях (34,8%), и только 22,8% подписаны на официальные аккаунты.

Среди подписчиков Главы преимущественно представлены женщины и жители города в возрасте 25-34 лет. Не знают о существующем аккаунте В.Н. Шувалова в большей степени мужчины и горожане возрастной категории 45-54 лет, а также 55 лет и старше (рис. 30, 31).

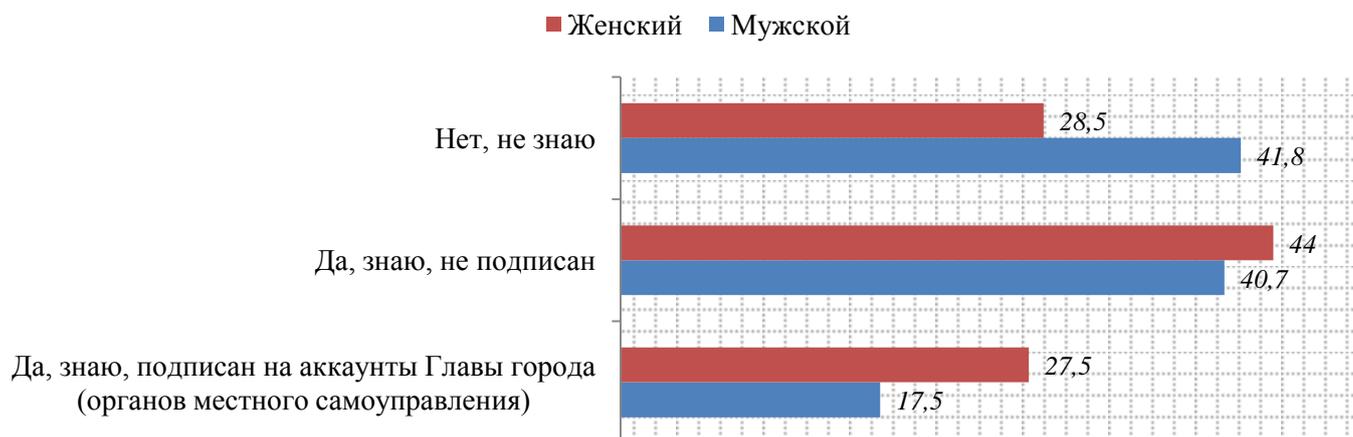


Рис. 30. Парные распределения ответов на вопрос «Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И если «да», подписаны ли вы на них?» с гендерными характеристиками респондентов, %

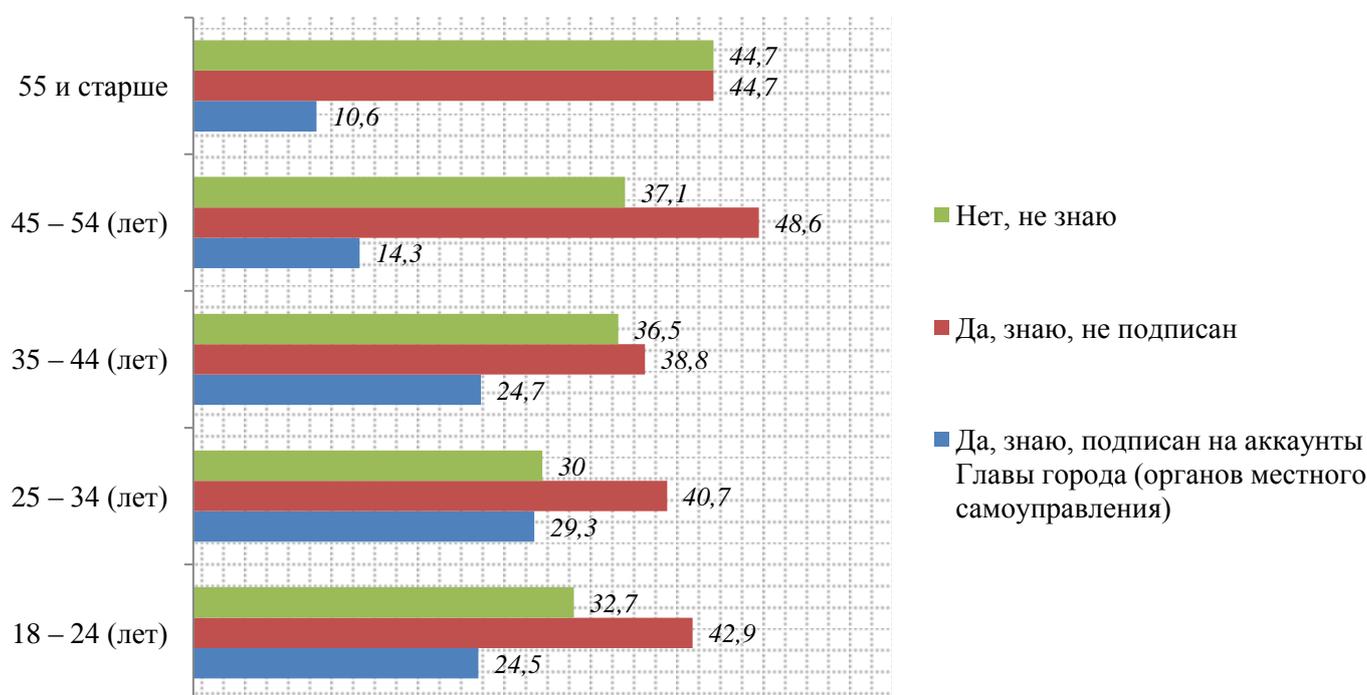


Рис. 30. Парные распределения ответов на вопрос «Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И, если «да», подписаны ли вы на них?» с возрастными характеристиками респондентов, в %

Среди подписчиков, исходя из ответов сургутян, наиболее часто встречаются жители Северного жилого района города. Среди тех, кто знает об аккаунтах Главы, но не подписан на них, большинство проживает в Восточном жилом районе. Не знают о присутствии Главы Сургута в соцсетях в основном жители Северо-Восточного жилого района (табл. 10).

Таблица 10. Парное распределение ответов на вопрос «Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И если «да», подписаны ли вы на них?» с районом проживания респондентов, %

	Северный жилой район	Северо- восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район
Да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)	28,1	18,0	27,3	11,5
Да, знаю, не подписан	38,6	40,0	42,4	48,3
Нет, не знаю	33,3	42,0	30,2	40,2

Далее мы попытались узнать, каково отношение горожан к тому, что Глава города является активным пользователем социальных сетей. Большинство опрошенных выразили равнодушное отношение к странице В.Н. Шувалова. Вариант ответа «Никак к этому не отношусь. Мне все равно» отметили 35,6% респондентов (рис. 32).

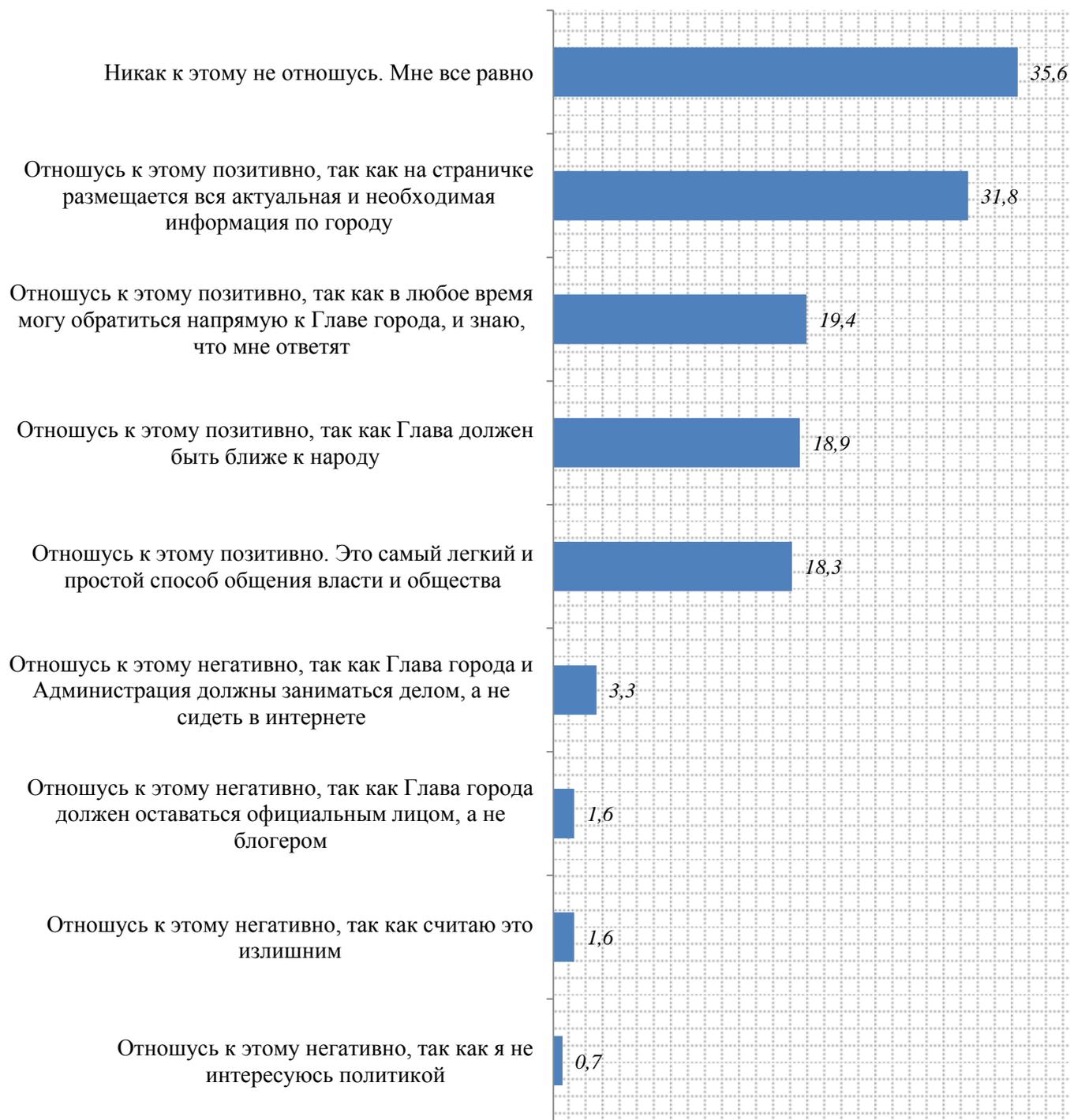


Рис. 32. Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях, %

Далее следуют ответы с положительными оценками респондентов к интернет-активности Главы, такие как: «Отношусь к этому позитивно, так как на страничке размещается вся актуальная и необходимая информация по городу» – 31,8%, «Отношусь к этому позитивно, так как в любое время могу обратиться напрямую к Главе города, и знаю, что мне ответят» – 19,4%, «Отношусь к этому позитивно, так как Глава должен быть ближе к народу» – 18,9%, «Отношусь к этому позитивно. Это самый легкий и простой способ общения власти и общества» – 18,3%.

Свое негативное отношение к ведению Главой аккаунтов в социальных сетях выразили всего 8% респондентов в совокупности.

Вопрос об отношении к интернет-активности Главы города был задан всем респондентам, в том числе тем, кто не подписан на аккаунты. Для получения более объективной оценки далее было проанализировано отношение подписчиков к ведению соцсетей В.Н. Шуваловым, то есть тех респондентов, кто непосредственно следит за новостями посредством посещения страницы Главы в социальных сетях (рис. 33).

Да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)

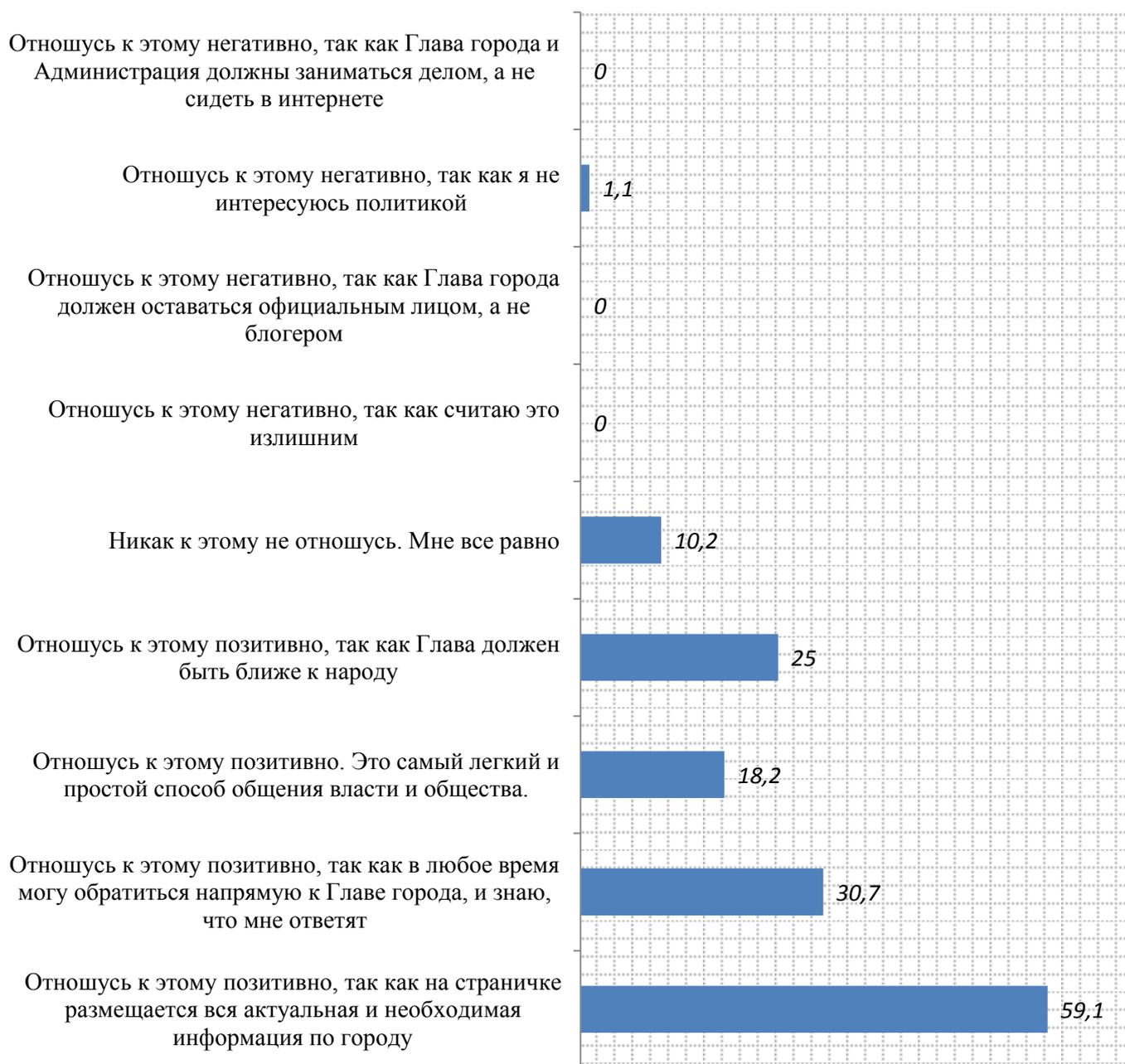


Рис. 33. Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях (ответ: «Да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)», %

Согласно полученным результатам большинство респондентов, имеющих подписку на страницы в соцсетях, выразили положительное отношение к аккаунтам

Главы (органов местного самоуправления). Негативное отношение среди подписчиков отметили всего 1,1% участников опроса, пояснив свой ответ незаинтересованностью политикой.

В заключение мы выяснили, какое время суток участники опроса считают наиболее удобным для просмотра социальных сетей и как часто появляется такая необходимость (рис. 34).



Рис. 34. Как часто и в какое время суток Вы обычно заходите в социальные сети?, %

Большая часть респондентов (62%) посещает социальные сети в течение всего дня, а 28,8% заходят в соцсети в свободное от работы время.

Стоит отметить, что ночных пользователей соцсетей на 1,1% больше, чем утренних, при этом их общее количество не превышает 3,7%.

Заключение

Данные, полученные в ходе опроса, подтверждают выдвинутую гипотезу о том, что наиболее предпочтительными источниками получения информации для всего населения, вне зависимости от половозрастных признаков и рода деятельности, традиционно являются телевидение и интернет. Позиция сургутян по данному вопросу укладывается и в общероссийскую тенденцию, что подтверждается результатами Всероссийского опроса населения.

Стоит отметить, что популярность интернета как основного источника получения новостной информации возрастает с каждым годом. Все участники опроса 18-24 лет отметили, что заходят в интернет каждый день. Представители этой возрастной категории также отмечают наибольшую степень доверия к информации, размещенной в сети.

Свое подтверждение, по результатам опроса, нашла еще одна гипотеза. Горожане в большей степени отдают свое предпочтение электронному формату печати. Всего 19,7% сургутян остаются верны печатным изданиям, и в основном это жители города старше 55 лет.

Далее мы попытались составить рейтинг предпочитаемых средств массовой информации у жителей Сургута. При выборе региональных и городских телеканалов большинство респондентов отметили ТК «СургутИнформТВ» – 33,1% и ТРК «Сургутинтерновости» – 23,4%. Несмотря на первые строчки рейтинга данных телекомпаний/телерадиокомпаний, стоит обратить внимание на то, что их популярность с каждым годом снижается, а горожане все чаще отмечают вариант ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» – 23%.

Предпочтения горожан в выборе телекомпаний складываются исходя из актуальной и свежей информации, передаваемой посредством данных СМИ, а также удобного времени выхода передач и новостных блоков. Но и немаловажную роль в выборе каналов, по результатам исследования, играет привычка – 19% отметили именно этот вариант ответа.

Среди периодических печатных изданий у сургутян наибольшей популярностью пользуются «Сургутская трибуна» – 21% и «Новый город» – 19,7%. Из федеральных печатных СМИ большинство респондентов отметили газету «Аргументы и Факты» – 22,6%. Но все же самым популярным ответом на вопрос о предпочитаемой прессе большей половины горожан является: «Не читаю никакие периодические издания».

С развитием научно-технического прогресса количество слушателей радиостанций также уменьшается в пользу гаджетов, а отличительной особенностью радиостанций остается лишь возможность живого общения с аудиторией в прямом эфире. По результатам опроса 36,7% респондентов отметили, что не слушают никакие радиостанции. Среди радиослушателей рейтинг выглядит следующим образом: «ХИТ FM» (18%), «Русское радио» (13,7%), «Дорожное радио» (12,6%), а также «Автордио» (11,5%).

Результаты опроса 2018 года свидетельствуют о сохранении лидирующих позиций социальных сетей и поисковых систем в рейтинге профилей интернет-порталов. Главной причиной использования социальных сетей участники опроса назвали «общение с друзьями - так считают 73,8%. Основным источником получения новостной информации для 53,5% респондентов являются соцсети, а для обмена информацией (выражения своего мнения) социальные сети используют 33,3% респондентов.

Самыми популярными соцсетями участники опроса назвали платформу «ВКонтакте» – 77% и «Одноклассники» – 47,9%. Среди информационных сайтов наибольшее доверие горожане выразили официальному portalу Администрации города – 40,1%, а среди новостных агрегаторов наибольшей популярностью, по мнению участников опроса, пользуется «Яндекс-новости» – 71,5%.

На официальный аккаунт Главы города подписаны 22,8% всех опрошенных респондентов. Деятельность Главы в соцсетях горожане воспринимают положительно, причем хорошую оценку ведению своей страницы в соцсети Главой города дали даже те респонденты, кто не является подписчиками данных страниц. 31,8% отметили свое позитивное отношение по причине размещения на странице актуальной и необходимой информации о жизни города, а для 19,4% респондентов важным фактором является то, что они могут в любое время обратиться к Главе города напрямую и получить ответ.

62% участников опроса отметили, что заходят в интернет с целью посещения социальных сетей в течение всего дня, и только 28,8% пользуются соцсетями вне рабочее время.

В эпоху современных технологий средства массовой информации проходят процесс модернизации в соответствии с требованиями времени. Популярность интернета возрастает с каждым годом, в то время как популярность телевидения, радио и печатных изданий идет на убыль. Печатную прессу молодое поколение предпочитает в электронном виде, как и радио с течением времени организует все больше трансляций в интернете. Однозначного доверия к информации ни одного из СМИ нет, что объяснимо, учитывая современные условия информатизации.

В заключение стоит отметить, что нет ни одного средства массовой информации, которое, по итогам проведенного исследования, не было бы востребовано. Поэтому стоит сказать о том, что постепенный переход СМИ в электронный формат совсем не означает конец существования каких-либо иных видов средств массовой информации, а скорее дает им уникальные возможности для реализации новых задач.

Таблицы линейных распределений

Вариант ответа	Результат, в %
----------------	----------------

Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?

	В стране	В городе
Центральное телевидение	61,2	36,0
Региональное и / или местное телевидение	18,0	37,9
Интернет	60,4	54,0
Центральные газеты	2,0	1,4
Региональные и / или местные газеты	0,6	3,6
Центральное радио	1,2	1,2
Региональное и / или местное радио	0,6	0,2
Другое	1,6	3,2
Затрудняюсь ответить	1,0	2,8

Как часто вы используете следующие источники информации?

	Каждый день	Несколько раз в неделю	Реже, чем 1 раз в неделю	Крайне редко	Не использую
Телевидение	61,6	14,7	4,4	11,2	8,0
Пресса	11,0	12,4	7,7	19,3	49,5
Радио	18,3	9,8	4,7	16,3	51,0
Интернет	81,5	5,2	0,8	2,4	10,0

Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?

Не читаю прессу	19,9
В основном в печатном виде	19,7
В основном в электронном виде	55,5
В равной степени в печатном и электронном виде	4,8

Насколько Вы доверяете следующим СМИ?

	Полностью доверяю	Скорее доверяю, чем не доверяю	В равной степени доверяю и не доверяю	Скорее не доверяю, чем доверяю	Совершенно не доверяю
Телевидение	9,0	21,1	41,9	16,2	11,7
Пресса	5,6	20,3	39,8	18,3	16,0
Радио	4,6	21,3	40,4	16,4	17,2
Интернет	8,4	21,3	44,0	13,1	13,1

Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?

ТК «СургутИнформТВ»	33,1
ТРК «Сургутинтерновости»	23,4
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	5,4
Сургут – 24	17,5
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	4,0
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	4,4
Другое	19,8
Затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	4,6
Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	23,0

Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?

Всегда актуальная и свежая информация	57,1
Адекватные, приятные, интересные ведущие	16,7
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	10,6
Удобное время выхода передач и новостных блоков	25,9
Наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	2,9
Наличие утренних шоу	2,6
Наличие большого количества развлекательных программ	2,6
Отсутствие большого количества развлекательных программ	0,3
Привычка	19,0
Другое	4,8
Затрудняюсь ответить	6,9

Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?

Новости Сургута	69,6
В центре событий	19,0
Новости Югры	16,7
Вести Югории	7,1
Новости Севера	5,0
Тип-топ новости	1,1
Итоги недели	14,3
ТОН	5,3
За!дело	0,3
Вставай!	4,0
Излом	3,7
Что покупаем	4,5
Что произошло	0,8
Диалог	0,5
Усы, лапы, хвост	0,8
За скобками	1,1
Затрудняюсь ответить	6,6

Другое	7,4
Ничего из вышеперечисленного	5,8

В какое время суток Вы обычно просматриваете телевизионные программы (кино или др.)?

Утреннее время (с 6.00 до 12.00)	26,3
Дневное время (с 12.00 до 16.00)	12,4
Вечернее время (с 17.00 до 23.00)	84,1
Ночное время (с 24.00 до 5.00)	3,8

Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?

Новый город	19,7
Сургутская трибуна	21,0
Вестник	5,5
Нефть Приобья	4,4
Северный университет	0,3
Мы вместе	0,3
Ступени СурГПУ	0,5
Скрижаль	1,6
Северный колокол	0,0
Сибирский газетик	0,3
На страже закона	2,3
Новое поколение	1,3
Профсоюзный выбор	0,8
Электропрофсоюз	0,0
Другое	1,8
Затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	5,2
Не читаю никакие периодические издания (прессу)	57,1

Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?

Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	4,4
Аргументы и факты	22,6
Комсомольская правда	13,5
Коммерсант	1,5
Российская газета	6,9
Эксперт	1,1
Собеседник	6,2
Никаким федеральным изданиям не отдаю предпочтение	58,4
Другое	2,9

Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?

Радио России	4,7
Эхо Москвы	2,5
ХИТ FM	18,0
Серебряный Дождь	4,7

Радио «Радио»	0,7
Дорожное радио	12,6
Юмор FM	5,8
Вести FM	2,9
Русское Радио	13,7
Радио 7	4,3
Ретро FM	7,9
Авторadio	11,5
Радио Шансон	4,3
DFM	7,9
Радио Югра	1,8
Европа Плюс	10,1
Наше радио	2,9
Радио Маяк	2,9
Другое	10,1
Не слушаю никакие радиостанции	36,7
Затрудняюсь ответить / нет предпочтений	3,2

Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?

Специализированные сайты, профильные	15,3
Специализированные чаты и форумы	6,7
Социальные сети	52,0
Поисковые системы	30,8
Новостные сайты	24,2
Развлекательные сайты	7,9
Образовательные сайты	6,0
Фильмы	9,9
Сайты о работе	3,0
Игровые сайты	3,0
Почтовые серверы	4,6
Все сайты, нет предпочтений	5,4
Другое	2,0
Нет интернета / не пользуюсь интернетом	10,9

Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы доверяете

	Знаю	Доверяю
Портал Администрации г. Сургут (www.admsurgut.ru)	41,4	40,1
Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры (http://www.admhmao.ru)	21,2	19,9
Сайт Думы г. Сургут (http://www.dumasurgut.ru/)	11,5	7,2
Информационное агентство России «ТАСС» (http://tass.ru)	10,8	9,4
Информационное агентство Интерфакс (http://www.interfax.ru)	7,5	3,3
«Аргументы и Факты-Югра» (www.yugra.aif.ru)	9,6	7,5
Сайт «Московский Комсомолец» – Югра» (http://ugra.mk.ru/)	5,2	2,6

Деловое информационное пространство РБК (http://t.rbc.ru)	8,9	7,5
Новостной портал LifeNews (http://lifenews.ru)	11,3	7,8
Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры» (http://www.ugra-news.ru/)	2,6	2,9
Интернет-портал SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru))	15,3	15,6
Информационное агентство Югра PRO (http://www.ugrapro.ru/)	2,4	1,6
Информационное агентство «Ура.ру» (http://www.ura.ru/)	2,4	2,6
Интернет-газета «Правда УрФО» (http://pravdaurfo.ru/)	0,9	0,3
Интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (http://www.siapress.ru/) Сайт	7,8	8,1
Сайт ГТРК «Югория» (http://www.ugoria.tv)	2,8	2,6
Сайт телеканала «Югра» (www.ugra-tv.ru)	4,5	3,3
Сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru)	11,8	12,7
Интернет-газета «Знак.ком» (http://www.znak.com/)	1,9	2,0
ИА «Накануне» (http://www.nakanune.ru/)	0,7	0,7
Интернет-портал «О! Сургут» (http://osurgut.com/)	12,0	12,7
Другое	4,7	5,2
Затрудняюсь ответить	25,4	21,2

Какими новостными поисковыми системами (агрегаторами) Вы обычно пользуетесь?

Яндекс-новости	75,1
Рамблер-новости	0,9
Мейл.ру-новости	6,6
Другое	15,5
Никакими. Узнаю новости из других источников	1,8

Пользуетесь ли Вы социальными сетями?

Да	85,1
Нет	14,9

Как часто и в какое время суток Вы обычно заходите в социальные сети?

Захожу в соц. сети в течение всего дня	62,0
Чаще захожу в соц. сети в утреннее или вечернее время (свободное от работы)	28,8
Чаще захожу в соц. сети ночью	2,4
Чаще пользуюсь соц. сетями в дневное время, находясь на работе	1,3
Редко захожу в соц. сети	5,5

Какими социальными сетями Вы пользуетесь?

ВКонтакте	77,0
Инстаграм	47,6
Одноклассники	47,9
Facebook	18,1
Twitter	11,8

YouTube	36,4
Другие (напишите)	3,9

Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?

Для общения с друзьями	73,8
Быть в курсе новостей и событий	53,5
Обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	33,3
Это необходимо в связи с рабочей деятельностью	10,8
Для развлечений (игры, видео, развлекательный контент и т.д.)	14,4
Нечем занять себя в свободное время	5,2
Другое (напишите)	2,1

Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И если «да», подписаны ли вы на них?

Да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)	22,8
Да, знаю, не подписан	42,5
Нет, не знаю	34,8

Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях

Отношусь к этому позитивно, так как на страничке размещается вся актуальная и необходимая информация по городу	31,8
Отношусь к этому позитивно, так как в любое время могу обратиться напрямую к Главе города, и знаю, что мне ответят	19,4
Отношусь к этому позитивно. Это самый легкий и простой способ общения власти и общества	18,3
Отношусь к этому позитивно, так как Глава должен быть ближе к народу	18,9
Никак к этому не отношусь. Мне все равно	35,6
Отношусь к этому негативно, так как считаю это излишним	1,6
Отношусь к этому негативно, так как Глава города должен оставаться официальным лицом, а не блогером	1,6
Отношусь к этому негативно, так как я не интересуюсь политикой	0,7
Отношусь к этому негативно, так как Глава города и Администрация должны заниматься делом, а не сидеть в интернете	3,3

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно?

Телевидение	45,9
Интернет	34,3
Газеты, журналы (пресса)	5,9
Радио	3,7
Местные СМИ	2,7
Другие	0,4
Нет таких	6,5

Все, многие	2,7
Затрудняюсь ответить	18,2

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно?

Телевидение	18,3
Интернет	8,4
Газеты, журналы (пресса)	5,3
Радио	3,7
Местные СМИ	3,1
Другие	0,6
Нет таких	14,9
Все, многие	6,1
Затрудняюсь ответить	43,6

Ваш пол

Мужской	47,8
Женский	52,2

Ваш возраст

18 – 24 (лет)	9,8
25 – 34 (лет)	30,2
35 – 44 (лет)	22,0
45 – 54 (лет)	19,4
55 и старше	18,6

В какой сфере Вы работаете?

Строительство	7,0
Транспорт	5,6
Связь, коммунальное хозяйство	2,2
Государственное, муниципальное управление	4,8
Культура, наука, образование, здравоохранение	9,9
Сфера услуг, торговля	11,3
СМИ	0,4
Военнослужащие, правоохранительные органы	0,6
Нефтедобыча, переработка, геология	11,9
Энергетика	4,8
Газодобыча, транспортировка газа	1,6
Сельское, лесное хозяйство	0,2
Временно без работы, безработный	3,2
Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете	5,4
Студент, учащийся	5,2
Пенсионер	18,3
Другое	7,4

Таблицы открытых, «полузакрытых вопросов»

Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?

122,199,338,301	От друзей / знакомых	4
371	От коллег по работе	1
219	Негде получать информацию о городе	1
283	Телефон	1

Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?

9,17,22,31,43,47,56,96,106,109,123,129,141,182,214,240,242,394,414,425,435,471	С1	22
143,310,469,29,205,59,108,260,366,270,243,258,262	СТС	13
14,73,89,95,121,142,146,184,190,286,328,399	СТВ	12
448,219,202,119,432,78,9,43,240,414,22,435	86	12
288,143,248,77,286,293,335,23,6,375,366	Первый канал	11
481,349,239,262,484,23,283,6	НТВ	8
258,262,288,350	ТНТ	4
175,359,366	ТВ 3	3
323,340,336,244,134,392,248	Россия 1 канал	7
51,288,283,23	Россия	4
408,347,19,64	Все / все, нет предпочтений	4
191,375,192,270	Россия 24	4
10,242,243	Россия 2	3
454,35,67	СТВ 1	3
70,72,71	Си ТВ	3
169,12	Рен ТВ	2
12,23	Домашний	2
366,6	2 канал	2
246	Русский роман	1
192	РТ	1
282	СТУ	1
286	СИС	1
204	Сургут 86	1
23	НТВ 3	1
30	Сургут 1	1
13	Новости Сургута	1
262	Карусель	1
184	Звезда	1
105	СТВ3	1
439	Вести 24	1
258	Югра	1
20	23 канал	1

**Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим)
региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?**

40,78,122,218	Случайно / Просто попадают	4
124,96,310	Прогноз погоды	3
333	Честное телевидение	1
10	Центральные и региональные новости	1
8	Хорошая реклама	1
420	Фон	1
310	Про рыбалку	1
43	Нравится	1
131	Нет альтернативы	1
292	Не смотрю	1
415	Наиболее полная информация об округе	1
448	Местные новости	1
32	Люблю регион Тюмень	1
12	Все устраивает	1
399	Больше доверяю	1

**Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее
интересны?**

124,96,145,408	Погода	4
56,140,408	Новости	3
19,64,397	Все каналы	3
133,193	Фильмы	2
73,202	Сургутинтерновости	2
186,331	Спорт	2
347,282	Про животных	2
73,240	В центре событий	2
28	Про дачу	1
78	Политика	1
25	Пусть говорят	1
310	Охота, рыбалка	1
363	Орел и решка, ТВ 3	1
121	События и факты	1
109	Доброе утро, Сургут	1
184	Сургут 24	1
427	27, 54 канал	1
340	1 канал	1

Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?

448	Теле 7	1
109	Сургутинтерновости	1

48	Новый город	1
12	Лечебные письма	1
339	Выбирай, Стольник	1
47	Вестник	1

Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?

5,8,39	Аргументы и Факты	3
119	Теле 7, Моя семья	1
28	Советская Россия, Тюменская правда	1
147	Риа Новости	1
66	Криминал, Московские новости, Караван	1
434	Ведомости	1
121	Аргументы недели	1
5	Деньги	1

Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?

391,218,39,1	Радио дача	4
453,259,113	Рекорд	3
437,438,240	Радио ФМ	3
31	Сургутское радио	1
66	Радио «Искатель» (106,4)	1
430	Рок ФМ, Новости Сургута	1
435	Радио Север	1
459	Монте Карло	1
410	Радио лайф	1
162	Интернет радио	1
224	Джаз	1
327	Радио «Энерджи» (104,2)	1

Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?

9	Что попадетсЯ	1
366	С образованием	1
78	Политика	1
384	Познавательные	1
252	Метросеть	1
233	Все	1

Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы доверяете?

178,384,147	К-Инфо	3
64,19	Все знаю	2
259	Фонд поддержки	1

	предпринимательства	
151	Сайты школы	1
147	Риа-Новости	1
78	Не смотрю	1
158	Набираю через поиск	1

Какими новостными поисковыми системами (агрегаторами) Вы обычно пользуетесь?

147,78,384,72,434,94,180,458,110,387,113 371,385,206,226,367,330,387,149,419,333 181,446,381,409,402,175,200,182,461,412, 140,469,316,466,169,442,473,431,455,415, 187,478,177,463,164,383,123,152,487,185 197,137,202,321,406,430,183,173,453,191, 263,365,288,366,313,307,290,253,266,269 485,372,320,231,265,395,299,70,18,97,190 379,252,192,223,261,474	Google	88
475	Яндекс	1
258	ЮТУБ	1
219	Нажимаю то, что уже включено	1
474	Мозила	1
441	Кореспондент.нет	1
174	Всеми	1
343	News Suite	1

Какими социальными сетями Вы пользуетесь?

452,380,459,343,175,160,318	Телеграмм	7
318,383,135,385	Viber	4
366,140	mail.ru	2
172	Skype	1
383	Клевер	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: телевидение

13,16,18,20,22,23,31,36,38,39,46,52,53,59,63,77 86,113,115,124,128,137,148,166,168,172,243,245 281,316,318,321,324,327,335,354,359,376,380 393,397,399,400,403,404,416,425,435,445,465,485	Первый канал	51
12,37,207,251,252,258,261,277,282,284, 285,287,294,295,307,418,428,442,464,483	Новости Сургута	20
128,130,147,150,186,191,270,358,465 471,479	Россия 24	11
10,16,59,124,128,219,240,243,318,355	Россия 2	10
9,48,61,77,203,242,287,415,465	Россия 1	9
129,58,127,165,11,127,32,58	24 канал	8

53,126,241,356,392,397,485	НТВ	7
187,207,251,277,295,290,413	Новости Югры	7
146,204,279,388,424,453	СТВ	6
165,11,127,58,18	24 часа	5
17,73,78,103,318	Центральные каналы (ТВЦ, Россия 1, ОРТ)	5
28,107,141,310,470	Сургутинтерновости	5
11,16,32,240,399	НТВ	5
14,22,23,164,244	Россия	5
28,251,294,252	В центре событий	4
36,171,273,465	СургутинформТВ	4
116,202,241,243	СТС	4
111,133,204	Сургут 86	3
57,123,405	С 1	3
225,316,372	РЕН ТВ	3
109,437,438	Все / Практически все	3
74,127,389	РБК	3
38,75,449	Новости 24	3
30,50,373	Новости	3
74,163,466	Дождь	3
280,290,413	Вести Югории	3
138,344	Live News	2
48	СТВ 1	1
417	Югория	1
284	Сургутнефтегаз	1
219	Русская Весна, военное обозрение	1
429	Спортивные	1
250	Пусть говорят	1
406	Союз, православный, Спас	1
297	СИН КОМ	1
315	Человек и закон	1
15	Тройка	1
273	СИ ТВ	1
475	Не российские	1
345	Вести Сургута	1
439	Вести 24	1
181	Вести	1
8	АиФ	1
415	Агенство РИО	1
435	Местные	1
425	Звезда	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: интернет

180,187,197,338,347,371,390,473	Социальные сети (Одноклассники, ВКонтакте)	8
81,130,140,268,324,427	Яндекс	6
263,269,303,362,395,407	РБК	6
85,91,112,202,464,476	К-Информ	6
85,112,339,470	О,Сургут!	4
339,436,450,459	Live New	4
99,179,286	Яндекс-новости	3
140,324,347	Mail.ru	3
260,451,487	Ютуб	3
432,465	ТАСС	2
150,373	Разные	2
402	Эхо Москвы	1
405	Ура ру	1
465	Интерфакс, гос.порталы, электронные газеты	1
467	Сургутинтерновости	1
122	Яндекс Дзен	1
367	Страница Шувалова	1
290	Сайт Думы г. Сургута	1
287	Риа новости	1
199	Регион 86 Сургут	1
409	От незаинтересованных	1
300	Google	1
140	Google-новости	1
430	Новостные сайты	1
301	Московский комсомолец	1
478	Много	1
387	Медуза	1
251	Интернет портал Сиа-пресс	1
162	Из.ру, Раша тудей	1
401	Дождь	1
258	ДОгостини	1
434	Ведомости	1
412	ВВС Россия	1
408	АиФ	1
456	The Flow	1
343	News Suite	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: газеты, журналы (пресса)

30,44,285,290,357	Сургутская трибуна	5
95,121,335	Новый город	3
258	СПИД инфо	1
127	Собеседник	1
424	Комсомольская правда	1
434	Ведомости	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: радио

347,465	Дорожное радио	2
347,424	Хит ФМ	2
101	Шансон	1
470	Серебряный дождь	1
44	России	1
345	Радио Югры	1
465	Радио на 7 холмах, 101.9,101.7,105.9	1
7,9	Вести FM	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: местные СМИ

307	Сургутская трибуна	1
261	Собеседник	1

На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно: другие

145,385	От других людей / народ	2
---------	-------------------------	---

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно: телевидение

391,398,401,402,405,415,430,431,434,436,442 451,456,459,463,466,470,479,484,487	Первый канал	20
392,403,429,435,443,445,449,487	РЕН ТВ	8
393,404,416,417,421,446	НТВ	6
400,412,432,454,471,474	Дождь	6
410,427,450	Центральные каналы	3
409,448,461	Федеральные каналы	3
399,425,437,438	ТНТ	4
465,403	ТВ 3	2
435,436	НТВ	2
397,469	Россия 24	2
453,473	Почти все / все	2
436	РТР	1
421	Россия 24	1

477	Региональные каналы	1
485	Развлекательные ток шоу	1
419	Программа Время	1
434	Россия 1	1
394	Ток-шоу на политические темы	1
428	Новости Югории	1
420	Новости	1
439	Местные каналы	1
367	К-информ	1
426	Западные СМИ	1
424	За скобками	1
467	СТС	1
391	2-й	1
456	Россия, НТВ	1
402	Вести 24	1
464	"Что произошло"	1
413	"Что покупаем"	1
418	"Вставай"	1

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно: интернет

362,377	Социальные сети	2
384,385	Блогеры	2
310	Соц. службы (все только в интернете)	1
371	Афиша	1
465	Серебряный дождь	1
465	Сайты с зарубежными названиями	1
382	Сайт УРФО.ру	1
442	Рассылки (спам новостной)	1
380	Лента ру, Российская газета	1
387	Вести.ру	1

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно: газеты, журналы (пресса)

476	Сарафан ФМ	1
341	Комсомольская правда	1
380	Государственные	1

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно: радио

465	Серебряный дождь	1
424	Радио «Маяк»	1
335	50:50:00	1

А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно: другие

309	Сплетни	1
-----	---------	---

В какой сфере Вы работаете?

54,173,306,430,440	ИП	5
52,80,273,338	Общепит	4
131,327,410,422	Финансы	4
27,53,409	ЖКХ	3
79,394	Экономист	2
28,249	Спорт	2
81,326	Туризм	2
431,452	Инженер	2
174	Тепловые узлы	1
402	Служащий	1
450	Промышленность	1
150	Предприниматель	1
149	Политика	1
199	Пищевая индустрия	1
130	Менеджмент	1
425	Логистика	1
453	Коммерческая деятельность	1
259	Дизайн	1
176	Безработный	1
294	Банк	1

Таблицы сопряженности

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе: в стране												
1) центральное телевидение	55,0	67,3	34,7	48,3	64,5	67,0	86,0	61,6	60,0	61,7	61,0	—
2) региональное и / или местное телевидение	17,2	18,8	2,0	11,3	16,4	24,7	32,3	17,2	6,7	19,7	23,0	
3) интернет	60,1	60,4	85,7	76,2	60,0	51,5	31,2	58,9	73,3	55,3	64,0	
4) центральные газеты	1,7	2,3	0,0	1,3	0,9	4,1	3,2	2,0	3,3	2,7	0,0	
5) региональные и / или местные газеты	0,4	0,8	0,0	0,0	0,9	1,0	1,1	0,0	0,0	0,5	2,0	
6) центральное радио	2,1	0,4	0,0	0,7	0,9	4,1	0,0	2,0	0,0	1,6	0,0	
7) региональное и / или местное радио	0,8	0,4	0,0	1,3	0,0	1,0	0,0	0,7	1,7	0,5	0,0	
8) другое	2,1	1,2	2,0	1,3	1,8	1,0	2,2	0,0	3,3	2,1	2,0	
99) затрудняюсь ответить	1,3	0,8	2,0	0,7	2,7	0,0	0,0	1,3	0,0	1,6	0,0	
Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе: в городе												
1) центральное телевидение	37,3	35,2	18,4	30,0	33,9	41,7	52,2	21,9	32,2	40,3	52,6	—
2) региональное и / или местное телевидение	35,6	40,2	22,4	25,3	31,2	52,1	60,0	46,4	35,6	35,5	30,9	
3) интернет	52,1	55,5	77,6	67,3	58,7	39,6	28,9	51,0	57,6	51,6	60,8	
4) центральные газеты	1,3	1,6	2,0	0,0	2,8	2,1	1,1	0,7	1,7	2,2	1,0	
5) региональные и / или местные газеты	1,7	5,5	0,0	0,7	1,8	8,3	7,8	2,0	3,4	5,4	3,1	
6) центральное радио	2,1	0,4	2,0	2,0	0,9	1,0	0,0	0,7	3,4	1,6	0,0	
7) региональное и / или местное радио	0,4	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	
8) другое	5,1	1,6	0,0	3,3	2,8	6,3	2,2	5,3	1,7	2,2	3,1	
99) затрудняюсь ответить	4,2	1,6	0,0	4,0	4,6	2,1	1,1	3,3	1,7	3,2	2,1	
Как часто вы используете следующие источники информации: телевидение												
Не использую	10,6	5,0	8,2	13,9	6,5	6,2	2,2	8,6	8,3	5,3	11,1	—

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
Крайне редко	13,1	9,6	18,4	17,2	9,3	8,2	3,2	10,6	6,7	11,8	14,1	
Реже, чем 1 раз в неделю	5,5	3,5	6,1	6,6	1,9	7,2	0	4	5	4,3	5,1	
Несколько раз в неделю	17,4	12,3	18,4	18,5	19,4	13,4	2,2	13,2	8,3	18,2	14,1	
Каждый день	53,4	69,6	49,0	43,7	63,0	64,9	92,5	63,6	71,7	60,4	55,6	
Как часто вы используете следующие источники информации: пресса												
Не использую	53,2	45,7	60,4	51,7	50	43,8	45,7	51,7	60	46,5	45,7	—
Крайне редко	16,9	21,7	20,8	26,2	14,2	18,8	14,1	13,2	16,7	21,1	26,6	
Реже, чем 1 раз в неделю	8,2	7,4	8,3	10,1	8,5	5,2	5,4	6,6	10	6,5	10,6	
Несколько раз в неделю	11,3	13,6	6,3	7,4	12,3	18,8	17,4	17,9	10	10,8	8,5	
Каждый день	10,4	11,6	4,2	4,7	15,1	13,5	17,4	10,6	3,3	15,1	8,5	
Как часто вы используете следующие источники информации: радио												
Не использую	46,6	55	50	38,3	58,9	47,9	66,3	47	60	53,8	46,8	—
Крайне редко	15,9	16,3	25	27,5	5,6	12,5	9,8	13,9	11,7	17,7	20,2	
Реже, чем 1 раз в неделю	4,3	5	4,2	8,1	3,7	3,1	2,2	1,3	6,7	3,8	9,6	
Несколько раз в неделю	11,6	8,1	12,5	10,1	12,1	10,4	4,3	14,6	10	7	7,4	
Каждый день	21,6	15,5	8,3	16,1	19,6	26	17,4	23,2	11,7	17,7	16	
Как часто вы используете следующие источники информации: интернет												
Не использую	7,1	12,8	0	0	1,8	10,3	41,8	10,6	10	11,8	6,1	—
Крайне редко	3,4	1,6	0	0	2,7	6,2	3,3	0,7	1,7	3,7	3	
Реже, чем 1 раз в неделю	1,3	0,4	0	1,3	1,8	0	0	0	0	1,1	2	
Несколько раз в неделю	6,7	3,9	0	4,6	7,3	3,1	8,8	7,9	0	5,3	4	
Каждый день	81,5	81,4	100	94	86,4	80,4	46,2	80,8	88,3	78,1	84,8	
Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?												

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
Не читаю прессу	20,2	19,5	18,4	15,9	23,9	15,5	27,5	21,2	20	24,2	10,1	—
В основном в печатном виде	16	23,3	8,2	11,3	14,7	24,7	40,7	15,9	18,3	23,1	20,2	
В основном в электронном виде	58,4	52,9	73,5	68,9	56	49,5	29,7	60,3	56,7	46,8	63,6	
В равной степени в печатном и электронном виде	5,5	4,3		4	5,5	10,3	2,2	2,6	5	5,9	6,1	
Насколько Вы доверяете следующим СМИ: телевидение												
Совершенно не доверяю	19,1	4,3	8,2	17,6	13,6	7,4	6,5	15,8	10	10,9	8,3	—
Скорее не доверяю, чем доверяю	16,5	16,1	16,3	23,6	9,7	17,9	9,8	19,9	20	12,5	14,6	
В равной степени доверяю и не доверяю	40,9	43,1	34,7	39,2	47,6	43,2	42,4	37,7	30	46,2	47,9	
Скорее доверяю, чем не доверяю	18,7	23,5	32,7	16,2	20,4	21,1	23,9	17,8	33,3	22,3	16,7	
Полностью доверяю	4,8	12,9	8,2	3,4	8,7	10,5	17,4	8,9	6,7	8,2	12,5	
Насколько Вы доверяете следующим СМИ: пресса												
Совершенно не доверяю	20,3	11,7	8,6	20	17	11,1	16,9	18,1	23,2	12,4	14,9	—
Скорее не доверяю, чем доверяю	17,1	19,4	14,3	24	13,6	19,8	13,8	18,1	16,1	17,2	20,7	
В равной степени доверяю и не доверяю	41,7	38,3	31,4	38,4	43,2	48,1	32,3	36,2	26,8	45,5	43,7	
Скорее доверяю, чем не доверяю	17,6	22,8	40	16	19,3	17,3	23,1	21	30,4	19,3	14,9	
Полностью доверяю	3,2	7,8	5,7	1,6	6,8	3,7	13,8	6,7	3,6	5,5	5,7	
Насколько Вы доверяете следующим СМИ: радио												
Совершенно не доверяю	17	16,9	5,4	15,7	20,5	14,1	27,6	13,5	20,8	17,4	19,2	—
Скорее не доверяю, чем доверяю	17,6	15,3	18,9	21,3	11	16,9	10,3	18,8	20,8	10,9	20,5	
В равной степени доверяю и не доверяю	42	39	37,8	44,1	42,5	42,3	29,3	36,5	30,2	46,4	41	
Скорее доверяю, чем не доверяю	19,1	23,7	24,3	18,1	23,3	23,9	20,7	22,9	28,3	20,3	16,7	
Полностью доверяю	4,3	5,1	13,5	0,8	2,7	2,8	12,1	8,3	0	5,1	2,6	
Насколько Вы доверяете следующим СМИ: интернет												
Совершенно не доверяю	17,9	8,8	0,0	9,3	14,4	18,7	21,4	14,6	12,5	15,3	7,4	—
Скорее не доверяю, чем доверяю	10,3	16	6,3	17,9	9,6	11	15,7	13,1	16,1	11,4	14,9	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
В равной степени доверяю и не доверяю	42,9	44,5	41,7	45,7	43,3	45,1	41,4	40,9	37,5	46	47,9	
Скорее доверяю, чем не доверяю	23,7	19,3	33,3	19,9	25	18,7	14,3	21,9	30,4	20,5	17	
Полностью доверяю	5,4	11,3	18,8	7,3	7,7	6,6	7,1	9,5	3,6	6,8	12,8	
Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?												
1) ТК «СургутИнформТВ»	35,7	30,9	26,5	31,8	36,7	37,9	29,3	21,2	41,4	33,3	46	
2) ТРК «Сургутинтерновости»	21,3	25,5	12,2	21,2	25,7	25,3	28,3	15,9	22,4	29	25	
3) ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	6	5	8,2	2,6	4,6	9,5	5,4	2	5,2	5,9	10	
4) Сургут – 24	17	18,1	28,6	10,6	13,8	27,4	17,4	12,6	24,1	16,7	23	
5) ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	2,6	5,4	2	4,6	1,8	7,4	3,3	2	0	7,5	3	
6) ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	3,8	5	2	5,3	1,8	7,4	4,3	4,6	5,2	5,4	2	
7) другое	16,2	23,2	14,3	13,9	16,5	25,3	30,4	26,5	13,8	17,2	18	
8) затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	6	3,5	6,1	4,6	2,8	1,1	9,8	3,3	6,9	5,9	3	
9) не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	26	19,7	34,7	29,8	22	18,9	10,9	32,5	15,5	19,9	18	
Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?												
1) всегда актуальная и свежая информация	51,4	62	63,3	48,1	54,8	60,3	65,9	53	49	57,8	66,3	
2) адекватные, приятные, интересные ведущие	13,3	19,5	26,7	12,5	15,5	19,2	17,1	13	5,9	12,9	35	
3) технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	12,1	9,3	3,3	13,5	10,7	12,8	7,3	8	7,8	12,2	12,5	
4) удобное время выхода передач и новостных блоков	26	25,9	33,3	31,7	15,5	30,8	22	25	25,5	25,2	28,8	
5) наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	4,6	1,5	6,7	1,9	1,2	1,3	6,1	3	2	2,7	3,8	
6) наличие утренних шоу	1,2	3,9	3,3	4,8	1,2	2,6	1,2	1	3,9	1,4	6,3	
7) наличие большого количества развлекательных программ	1,7	3,4	3,3	2,9	2,4	1,3	3,7	3	2	3,4	1,3	
8) отсутствие большого количества развлекательных программ	0,6	0	0	0	1,2	0	0	0	0	0	1,3	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
9) привычка	19,7	18,5	6,7	20,2	27,4	15,4	17,1	18	11,8	25,2	13,8	
10) другое	2,9	6,3	0	2,9	1,2	7,7	9,8	5	2	6,8	2,5	
99) затрудняюсь ответить	8,7	5,4	6,7	5,8	13,1	6,4	2,4	6	15,7	5,4	5	
Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?												
1) Новости Сургута	66,3	72,3	73,3	61	70,2	72,4	75,9	73	62	68,9	71,3	—
2) В центре событий	17,4	20,4	23,3	19	14,3	22,4	19,3	12	30	16,9	25	
3) Новости Югры	15,1	18	6,7	10,5	15,5	22,4	24,1	14	12	17,6	21,3	
4) Вести Югории	5,2	8,7	3,3	6,7	3,6	9,2	10,8	5	0	9,5	10	
5) Новости Севера	4,1	5,8	6,7	3,8	3,6	6,6	6	2	4	4,1	11,3	
6) Тип-топ новости	0	1,9	0	1,9	0	2,6	0	0	0	1,4	2,5	
7) Итоги недели	15,7	13,1	13,3	14,3	10,7	15,8	16,9	8	14	10,8	28,8	
8) ТОН	5,8	4,9	6,7	2,9	2,4	9,2	7,2	2	0	8,1	7,5	
9) За!дело	0,6	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1,3	
10) Вставай!	2,9	4,9	10	2,9	3,6	3,9	3,6	2	4	3,4	7,5	
11) Излом	4,1	3,4	0	3,8	4,8	3,9	3,6	1	8	2	7,5	
12) Что покупаем	1,7	6,8	10	5,7	3,6	5,3	1,2	8	4	2	5	
13) Что произошло	1,2	0,5	0	0	1,2	0	2,4	2	0	0	1,3	
14) Диалог	0	1	0	0	1,2	1,3	0	0	0	1,4	0	
15) Усы, лапы, хвост	0,6	1	0	1,9	0	0	1,2	2	0	0,7	0	
16) За скобками	0,6	1,5	3,3	1	1,2	1,3	0	0	2	1,4	1,3	
17) затрудняюсь ответить	5,8	7,3	3,3	10,5	8,3	3,9	3,6	10	6	5,4	5	
18) другое	7,6	7,3	6,7	4,8	7,1	7,9	10,8	11	8	6,1	5	
19) ничего из вышеперечисленного	8,7	3,4	3,3	6,7	8,3	3,9	4,8	2	14	4,7	7,5	
В какое время суток Вы обычно просматриваете телевизионные программы (кино или др.)?												
1) утреннее время (с 6.00 до 12.00)	22,9	29,2	33,3	19,8	22,6	31,6	30,9	28,7	27,5	25,3	24,3	—

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
2) дневное время (с 12.00 до 16.00)	12,9	11,9	13,3	7,9	11,9	7,9	22,2	11,9	13,7	11,6	13,5	
3) вечернее время (с 17.00 до 23.00)	84,1	84,2	80	87,1	82,1	81,6	86,4	85,1	82,4	83,6	85,1	
4) ночное время (с 24.00 до 5.00)	5,9	2	6,7	3	6	1,3	3,7	3	2	4,8	4,1	
Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?												
1) Новый город	18,5	20,8	22,6	16,7	19,3	22,1	21	13,2	20,8	17,7	31,6	—
2) Сургутская трибуна	16,9	24,6	9,7	16,7	12,5	26	35,8	14,2	18,9	19,7	34,2	
3) Вестник	5,6	5,3	9,7	6,5	3,4	5,2	4,9	2,8	3,8	8,8	3,8	
4) Нефть Приобья	3,9	4,8	6,5	5,6	3,4	3,9	3,7	2,8	0	3,4	11,4	
5) Северный университет	0	0,5	0	0	0	1,3	0	0	0	0	1,3	
6) Мы вместе	0	0,5	0	0	0	1,3	0	0	0	0	1,3	
7) Ступени СурГПУ	0,6	0,5	3,2	0,9	0	0	0	0	0	0,7	1,3	
8) Скрижаль	1,7	1,4	0	1,9	2,3	0	2,5	0	5,7	0,7	2,5	
9) Северный колокол	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
10) Сибирский газовик	0	0,5	0	0,9	0	0	0	0	0	0,7	0	
11) На страже закона	2,8	1,9	3,2	3,7	0	5,2	0	0	0	4,1	3,8	
12) Новое поколение	0,6	1,9	6,5	1,9	1,1	0	0	0,9	0	1,4	2,5	
13) Профсоюзный выбор	1,1	0,5	0	0	0	3,9	0	0	0	2	0	
14) Электропрофсоюз	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
15) другое	0,6	2,9	3,2	0,9	1,1	2,6	2,5	3,8	0	2	0	
16) затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	5,1	5,3	3,2	6,5	8	3,9	2,5	5,7	7,5	5,4	2,5	
17) не читаю никакие периодические издания (прессу)	62,9	52,2	61,3	61,1	63,6	48,1	51,9	66	56,6	55,1	49,4	
Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?												
1) Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	4	4,7	3,3	2,4	1,9	8,8	5,8	2,6	3,4	5,5	5,2	—
2) Аргументы и факты	22,6	23	10	22	22,6	26,3	26,9	19,5	34,5	22	22,4	
3) Комсомольская правда	12,1	14,9	13,3	11	7,5	21,1	15,4	6,5	20,7	11,9	22,4	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
4) Коммерсант	1,6	1,4	0	0	3,8	1,8	1,9	2,6	0	1,8	0	
5) Российская газета	7,3	6,8	10	3,7	11,3	8,8	3,8	7,8	3,4	7,3	6,9	
6) Эксперт	2,4	0	0	0	3,8	1,8	0	0	0	1,8	1,7	
7) Собеседник	6,5	6,1	3,3	6,1	5,7	5,3	9,6	2,6	10,3	3,7	13,8	
8) никаким федеральным изданиям не отдаю предпочтение	57,3	58,8	70	68,3	62,3	43,9	48,1	66,2	44,8	60,6	50	
9) другое	3,2	2,7	0	0	1,9	5,3	7,7	2,6	0	4,6	1,7	
Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?												
1) Радио России	3,2	5,4	3,1	2,4	1,8	3,5	11,8	5,2	0	2,7	8,5	
2) Эхо Москвы	2,4	2,7	3,1	3,7	1,8	1,8	2	2,6	0	1,8	5,1	
3) ХИТ FM	15,9	19,5	34,4	26,8	12,7	10,5	5,9	14,3	27,6	12,6	27,1	
4) Серебряный Дождь	5,6	4	0	6,1	1,8	7	5,9	2,6	0	4,5	10,2	
5) Радио «Радио»	0	1,3	3,1	1,2	0	0	0	0	0	0,9	1,7	
6) Дорожное радио	13,5	12,1	6,3	18,3	16,4	7	9,8	6,5	20,7	10,8	20,3	
7) Юмор FM	5,6	6	12,5	4,9	7,3	5,3	2	3,9	3,4	6,3	8,5	
8) Вести FM	2,4	3,4	3,1	1,2	1,8	3,5	5,9	2,6	0	2,7	5,1	
9) Русское Радио	10,3	16,1	9,4	17,1	14,5	10,5	11,8	15,6	6,9	7,2	25,4	
10) Радио 7	4	3,4	3,1	2,4	3,6	3,5	5,9	2,6	6,9	3,6	3,4	
11) Ретро FM	7,1	8,1	6,3	3,7	9,1	14	5,9	5,2	10,3	5,4	13,6	
12) Авторadio	15,1	8,7	6,3	13,4	7,3	19,3	7,8	7,8	6,9	12,6	16,9	
13) Радио Шансон	4	4,7	0	2,4	3,6	7	7,8	6,5	0	3,6	5,1	
14) DFM	8,7	6,7	9,4	14,6	7,3	1,8	2	7,8	20,7	6,3	3,4	
15) Радио Югра	2,4	1,3	3,1	1,2	1,8	3,5	0	2,6	0	0,9	3,4	
16) Европа Плюс	9,5	10,7	12,5	20,7	3,6	8,8	0	7,8	17,2	8,1	11,9	
17) Наше радио	4,8	1,3	0	4,9	3,6	3,5	0	2,6	10,3	0,9	3,4	
18) Радио Маяк	3,2	2	0	2,4	3,6	0	5,9	2,6	0	1,8	5,1	
19) другое	11,9	8,7	3,1	9,8	12,7	14	7,8	14,3	6,9	9,9	6,8	
20) не слушаю никакие радиостанции	32,5	40,9	37,5	30,5	40	35,1	49	37,7	24,1	45	30,5	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
21) затрудняюсь ответить / нет предпочтений	4	2,7	0	1,2	3,6	5,3	5,9	2,6	0	4,5	3,4	
Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?												
1) специализированные сайты, профильные	16,9	14	18,4	17,3	14,8	17,7	8,6	18	15	15,5	11,2	—
2) специализированные чаты и форумы	5,5	7,4	12,2	8	7,4	2,1	5,4	6	3,3	8,6	6,1	
3) социальные сети	49,2	54,7	85,7	64,7	47,2	43,8	28	48,7	53,3	51,9	56,1	
4) поисковые системы	27,1	33,7	24,5	37,3	36,1	28,1	20,4	29,3	40	24,1	40,8	
5) новостные сайты	25,4	22,9	12,2	24,7	25,9	32,3	19,4	24	28,3	19,8	29,6	
6) развлекательные сайты	7,2	8,1	18,4	11,3	9,3	1	2,2	8	5	5,9	13,3	
7) образовательные сайты	3	8,9	10,2	8,7	3,7	7,3	1,1	2,7	6,7	5,3	12,2	
8) фильмы	6,8	12,8	18,4	15,3	8,3	7,3	1,1	8	13,3	10,7	9,2	
9) сайты о работе	2,1	3,9	8,2	3,3	0,9	4,2	1,1	0,7	0	4,8	5,1	
10) игровые сайты	5,9	0,4	12,2	4	0,9	2,1	0	2,7	3,3	1,6	6,1	
11) почтовые серверы	4,7	4,7	12,2	6	4,6	1	2,2	3,3	10	3,2	6,1	
12) все сайты, нет предпочтений	7,2	3,9	0	8,7	6,5	2,1	5,4	6	1,7	7	4,1	
13) другое	1,7	2,3	0	1,3	3,7	2,1	2,2	2,7	5	1,1	1	
14) нет интернета / не пользуюсь интернетом	8,1	13,6	0	0	5,6	11,5	39,8	10	10	13,9	7,1	
Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы <u>ЗНАЕТЕ</u>:												
1) Портал Администрации г. Сургут	34,8	47,4	27,1	48,3	37,9	45,2	36,4	36,6	41,5	42,9	46	—
2) Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры	17,1	25,4	20,8	21,7	17,9	26,2	18,2	14,6	15,1	20,5	35,6	
3) Сайт Думы г. Сургут	11	12,2	10,4	15,4	9,5	8,3	10,9	8,1	7,5	17,4	8	
4) Информационное агентство России «ТАСС»	13,3	8,5	8,3	10,5	10,5	11,9	12,7	9,8	5,7	10,6	16,1	
5) Информационное агентство Интерфакс	8,6	6,6	6,3	7	10,5	8,3	3,6	8,1	5,7	8,7	5,7	
6) «Аргументы и Факты-Югра»	9,5	9,9	6,3	9,1	4,2	15,5	14,5	8,1	7,5	11,2	10,3	
7) Сайт «Московский Комсомолец» – Югра»	7,1	3,3	2,1	5,6	8,4	4,8	1,8	4,9	1,9	6,8	4,6	
8) Деловое информационное пространство РБК	9,5	8,5	14,6	8,4	8,4	13,1	0	12,2	17	8,1	1,1	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
9) Новостной портал LifeNews	10,5	11,7	16,7	14,7	5,3	10,7	9,1	13	9,4	9,9	12,6	
10) Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры»	3,8	1,4	0	5,6	1,1	2,4	0	0,8	0	3,7	4,6	
11) Интернет-портал SITV.RU	12,4	18,3	16,7	18,2	14,7	16,7	5,5	8,1	13,2	19,9	18,4	
12) Информационное агентство Югра PRO	2,9	1,9	2,1	2,1	0	7,1	0	1,6	5,7	3,1	0	
13) Информационное агентство «Ура.ру»	1,4	3,3	4,2	2,1	3,2	2,4	0	2,4	1,9	2,5	1,1	
14) Интернет-газета «Правда УрФО»	1	0,9	0	2,1	1,1	0	0	1,6	0	1,2	0	
15) Интернет-портал «СИА-ПРЕСС»	6,7	8,9	4,2	10,5	8,4	7,1	3,6	4,9	7,5	8,7	10,3	
16) Сайт ГТРК «Югория»	3,3	2,3	6,3	2,8	2,1	3,6	0	2,4	3,8	2,5	3,4	
17) Сайт телеканала «Югра	2,9	6,1	6,3	4,9	4,2	4,8	1,8	4,9	3,8	5	3,4	
18) Сайт ТРК «Сургутинтерновости»	9	14,1	14,6	9,8	17,9	7,1	10,9	12,2	5,7	10,6	17,2	
19) Интернет-газета «Знак.ком»	2,4	1,4	6,3	2,1	1,1	1,2	0	0,8	1,9	2,5	2,3	
20) ИА «Накануне»	0,5	0,9	0	1,4	0	1,2	0	0	0	0,6	2,3	
21) Интернет-портал «О! Сургут»	8,6	15,5	20,8	18,9	8,4	4,8	3,6	14,6	18,9	8,1	10,3	
22) другое	5,2	3,8	2,1	4,9	8,4	2,4	3,6	4,9	3,8	5,6	3,4	
99) затрудняюсь ответить	29	22,1	16,7	18,2	30,5	23,8	45,5	30,1	28,3	23,6	20,7	
Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы <u>ДОВЕРЯЕТЕ</u>:												
1) Портал Администрации г. Сургут	30,4	47,6	37,1	42,9	39,1	45	28,9	32,9	47,2	40,8	44,1	
2) Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры	15,9	23,2	22,9	20	17,4	23,3	15,8	15,9	11,1	14,2	39,7	
3) Сайт Думы г. Сургут	8,7	6	11,4	8,6	4,3	6,7	5,3	7,3	0	10,8	4,4	
4) Информационное агентство России «ТАСС»	9,4	9,5	0	10,5	4,3	11,7	21,1	1,2	5,6	12,5	16,2	
5) Информационное агентство Интерфакс	2,9	3,6	2,9	3,8	2,9	5	0	2,4	2,8	4,2	2,9	
6) «Аргументы и Факты-Югра»	5,1	9,5	2,9	5,7	4,3	11,7	15,8	6,1	11,1	6,7	8,8	
7) Сайт «Московский Комсомолец» – Югра»	4,3	1,2	0	1,9	2,9	3,3	5,3	3,7	2,8	2,5	1,5	
8) Деловое информационное пространство РБК	6,5	8,3	11,4	4,8	11,6	10	0	14,6	8,3	5	2,9	
9) Новостной портал LifeNews	7,2	8,3	20	7,6	1,4	8,3	7,9	8,5	8,3	5,8	10,3	

	Пол		Возраст					Район				Северный промышленный район	
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район		
10) Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры»	2,9	3	2,9	3,8	4,3	1,7	0	1,2	0	4,2	4,4	—	
11) Интернет-портал SITV.RU	10,1	20,2	25,7	17,1	17,4	11,7	5,3	9,8	16,7	18,3	17,6		
12) Информационное агентство Югра PRO	1,4	1,8	5,7	1,9	0	1,7	0	0	0	4,2	0		
13) Информационное агентство «Ура.ру»	1,4	3,6	2,9	1,9	4,3	3,3	0	3,7	0	2,5	1,5		
14) Интернет-газета «Правда УрФО»	0,7	0	0	0	1,4	0	0	0	0	0,8	0		
15) Интернет-портал «СИА-ПРЕСС»	9,4	7,1	8,6	10,5	5,8	11,7	0	7,3	5,6	10,8	5,9		
16) Сайт ГТРК «Югория»	2,9	2,4	2,9	2,9	1,4	3,3	2,6	1,2	0	3,3	4,4		
17) Сайт телеканала «Югра»	1,4	4,8	2,9	3,8	2,9	3,3	2,6	2,4	0	4,2	4,4		
18) Сайт ТРК «Сургутинтерновости»	10,1	14,3	20	11,4	13	8,3	15,8	12,2	5,6	13,3	16,2		
19) Интернет-газета «Знак.ком»	2,9	1,2	5,7	1,9	1,4	1,7	0	1,2	2,8	1,7	2,9		
20) ИА «Накануне»	0	1,2	0	1	0	1,7	0	0	0	0	2,9		
21) Интернет-портал «О! Сургут»	10,1	14,9	25,7	21,9	5,8	1,7	5,3	17,1	16,7	10	8,8		
22) другое	5,8	4,8	0	4,8	10,1	3,3	5,3	4,9	2,8	8,3	1,5		
99) затрудняюсь ответить	27,5	16,1	14,3	16,2	24,6	21,7	34,2	30,5	19,4	23,3	7,4		
Какими новостными поисковыми системами (агрегатами) Вы обычно пользуетесь?													
1) Яндекс-новости	67,6	82,1	73,5	75,5	73,8	72,3	82,1	66,9	81,1	78,6	78,7		—
2) Рамблер-новости	0,9	0,9	0	1,4	0	1,2	1,8	2,9	0	0	0		
3) Мейл.ру-новости	6,6	6,7	2	4,1	5,8	16,9	3,6	5,9	5,7	5,7	10,1		
4) Другое	22,5	9	22,4	18,4	16,5	9,6	8,9	21,3	13,2	13,2	11,2		
5) Никакими. Узнаю новости из других источников	2,3	1,3	2	0,7	3,9	0	3,6	2,9	0	2,5	0		
Пользуетесь ли Вы социальными сетями?													
1) да	82,6	87,5	100	92	80,6	79,1	71,4	81,5	83,3	83,3	94,6	—	
2) нет	17,4	12,5	0	8	19,4	20,9	28,6	18,5	16,7	16,7	5,4		
Как часто и в какое время суток Вы обычно заходите в социальные сети?													

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
1) захожу в соц. сети в течение всего дня	59,1	64,3	81,6	71,4	65,9	41,2	32,5	66,7	70,5	59,3	55,3	—
2) чаще захожу в соц. сети в утреннее или вечернее время (свободное от работы)	29,3	28,6	18,4	20,7	24,4	47,1	47,5	26,3	25	28,9	34,1	
3) чаще захожу в соц. сети ночью	2,8	2	0	4,3	0	2,9	2,5	0,9	0	3,7	3,5	
4) чаще пользуюсь соц. сетями в дневное время, находясь на работе	2,2	0,5	0	0,7	2,4	1,5	2,5	0,9	0	1,5	2,4	
5) редко захожу в соц. сети	6,6	4,6	0	2,9	7,3	7,4	15	5,3	4,5	6,7	4,7	
Какими социальными сетями Вы пользуетесь?												
1) ВКонтакте	79,1	75,3	95,9	92,1	74,7	56,5	41,5	75,4	82,2	74,1	80,5	—
2) Инстаграм	32,4	61,6	67,3	62,9	31,3	36,2	24,4	51,8	55,6	43	44,8	
3) Одноклассники	39	56,6	24,5	34,3	55,4	59,4	87,8	46,5	24,4	53,3	54	
4) Facebook	17,6	17,7	20,4	15,7	19,3	23,2	12,2	19,3	8,9	20	18,4	
5) Twitter	12,6	10,6	14,3	13,6	12	8,7	7,3	13,2	6,7	11,9	12,6	
6) YouTube	40,7	32,3	55,1	42,1	22,9	36,2	22	29,8	37,8	39,3	39,1	
7) другие (напишите)	6	1,5	2	2,9	6	5,8	2,4	5,3	0	5,2	1,1	
Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?												
1) для общения с друзьями	68,1	78,7	89,8	75	68,3	66,7	73,2	71,9	71,1	77	72,1	—
2) быть в курсе новостей и событий	50,5	56,3	55,1	52,9	46,3	59,4	58,5	48,2	51,1	53,3	62,8	
3) обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	33,5	33	28,6	31,4	42,7	42	12,2	27,2	28,9	34,8	41,9	
4) это необходимо в связи с рабочей деятельностью	9,3	12,2	8,2	16,4	7,3	8,7	4,9	12,3	8,9	10,4	9,3	
5) для развлечений (игры, видео, развлекательный контент и т.д.)	14,3	14,7	30,6	16,4	11	4,3	12,2	16,7	20	11,9	12,8	
6) нечем занять себя в свободное время	6	4,6	8,2	7,1	2,4	2,9	4,9	8,8	6,7	2,2	4,7	
7) другое (напишите)	1,6	2	2	1,4	4,9	0	2,4	1,8	0	4,4	0	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И, если «да», подписаны ли вы на них?												
1) да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)	17,5	27,5	24,5	29,3	24,7	14,3	10,6	28,1	18	27,3	11,5	—
2) да, знаю, не подписан	40,7	44	42,9	40,7	38,8	48,6	44,7	38,6	40	42,4	48,3	
3) нет, не знаю	41,8	28,5	32,7	30	36,5	37,1	44,7	33,3	42	30,2	40,2	
Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях												
1) отношусь к этому позитивно, так как на страничке размещается вся актуальная и необходимая информация по городу	25,7	37,1	29,8	37	29,6	27,4	31,1	24,1	22,4	34,1	44,1	—
2) отношусь к этому позитивно, так как в любое время могу обратиться напрямую к Главе города, и знаю, что мне ответят	13,3	25,3	14,9	19,9	20,4	16,7	23	17,3	15,5	14,6	33,3	
3) отношусь к этому позитивно. Это самый легкий и простой способ общения власти и общества	16,5	20,1	19,1	15,8	23,5	21,4	12,2	12	8,6	13,4	41,9	
4) отношусь к этому позитивно, так как Глава должен быть ближе к народу	17	21	19,1	20,5	16,3	16,7	21,6	14,3	12,1	22,6	23,7	
5) никак к этому не отношусь. Мне все равно	43,1	28,8	36,2	34,2	34,7	44	29,7	39,1	43,1	35,4	26,9	
6) отношусь к этому негативно, так как считаю это излишним	0,9	2,2	0	2,1	3,1	0	1,4	3	0	1,2	1,1	
7) отношусь к этому негативно, так как Глава города должен оставаться официальным лицом, а не блогером	0,9	2,2	2,1	0,7	2	1,2	2,7	2,3	1,7	1,2	1,1	
8) отношусь к этому негативно, так как я не интересуюсь политикой	0,9	0,4	2,1	0,7	0	1,2	0	0,8	0	1,2	0	
9) отношусь к этому негативно, так как Глава города и Администрация должны заниматься делом, а не сидеть в	3,7	3,1	0	2,7	3,1	6	4,1	4,5	3,4	2,4	3,2	

	Пол		Возраст					Район				
	Мужской	Женский	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше	Северный жилой район	Северо-Восточный жилой район	Центральный жилой район	Восточный жилой район	Северный промышленный район
интернете												
На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно?												
1) телевидение	41	50,8	41,7	31,3	46,3	54,3	63,3	43	52,7	46,8	45,3	—
2) интернет	37,2	31,5	60,4	44,7	27,8	29,8	15,6	26,5	30,9	36,2	44,2	
3) газеты, журналы (пресса)	3,8	7,9	8,3	4,7	2,8	8,5	7,8	4,6	1,8	6,4	9,5	
4) радио	4,7	2,8	4,2	4,7	0,9	4,3	4,4	3,3	0	3,7	6,3	
5) местные СМИ	2,1	3,1	6,3	4,7	0,9	2,1	0	0,7	1,8	3,2	5,3	
6) другие	0,9	0	0	0,7	0	1,1	0	0,7	0	0,5	0	
7) нет таких	9	4,3	0	9,3	7,4	6,4	4,4	4,6	9,1	8,5	4,2	
8) все, многие	2,1	3,1	2,1	1,3	3,7	0	6,7	2	1,8	4,3	1,1	
99) затрудняюсь ответить	18,4	17,7	6,3	20,7	25	17	13,3	25,2	12,7	12,8	21,1	
А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно?												
1) телевидение	23,6	13,3	28,6	21,2	16,2	18,6	10,1	22,7	14	18,3	14,4	—
2) интернет	9	7,8	8,2	6	11,4	8,2	9	4,7	17,5	8,6	8,2	
3) газеты, журналы (пресса)	4,7	5,9	8,2	6	4,8	7,2	1,1	3,3	5,3	2,2	13,4	
4) радио	2,6	4,7	6,1	4	3,8	4,1	1,1	2	5,3	3,8	5,2	
5) местные СМИ	3	3,1	6,1	2,6	3,8	4,1	0	2,7	10,5	1,1	3,1	
6) другие	0,4	0,8	0	0	1	0	2,2	0,7	0	0,5	1	
7) нет таких	13,7	16	10,2	16,6	9,5	12,4	23,6	6	10,5	20,4	20,6	
8) все, многие	8,2	4,3	4,1	7,9	4,8	5,2	6,7	4	10,5	8,1	3,1	
99) затрудняюсь ответить	40,3	46,5	34,7	39,1	50,5	45,4	46,1	56	33,3	39,8	38,1	