



**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:

ГРЕЧУХИНА А.В. – заместитель директора МКУ «Наш город»

Составитель:

ГАФИЯТУЛЛИНА Т.А. – начальник отдела социологических исследований и администрирования документов стратегического планирования МКУ «Наш город»

СИЛКИНА К.П. – эксперт отдела социологических исследований и администрирования документов стратегического планирования МКУ «Наш город»

Сургут, 2021 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Методологический раздел	3
1.1. Методико-процедурный раздел.....	4
1.2. Информация о респондентах.....	5
2. Результаты социологического исследования	6
2.1. Приоритетные источники получаемой информации.....	6
2.2. Рейтинг средств массовой информации по мнению участников опроса.....	7
2.2.1. Телевидение.....	8
2.2.2. Пресса	11
2.2.3. Радио.....	13
2.2.4. Интернет.....	15
2.3. Социальная реклама.....	18
Заключение	23
Приложение 1. Таблица линейных распределений.....	26
Приложение 2. Таблица полужакрытых и открытых ответов.....	31
Приложение 3. Мониторинг информационного пространства города Сургута, в динамике 2019-2021 гг.....	40

1. Методологический раздел

Социологическое исследование, посвященное мониторингу информационного пространства города Сургута, проведено во исполнение распоряжения Администрации города от 05.03.2021 № 246 «Об утверждении плана-графика социологических исследований на 2021 год» (с изменениями)¹.

Цель исследования – определить предпочтения жителей города Сургута в выборе средств массовой информации.

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

1. Выявить предпочтения сургутян в выборе источников получения информации.
2. Определить периодичность использования приоритетных источников средств массовой информации (далее – СМИ).
3. Изучить предпочтения сургутян в выборе телевизионных каналов, печатных изданий, радиостанций, интернет-ресурсов.
5. Выявить основания выбора респондентами того или иного СМИ.
6. Определить степень вовлеченности сургутян в социальные сети.
7. Изучить отношение сургутян к интернет-активности Главы города.
8. Определить отношение респондентов к социальной рекламе, изучить их мнение относительно наиболее эффективных мест размещения социальной рекламы.

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 исключают для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации.
3. Отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях в большей степени воспринимается населением положительно.

¹ Распоряжение Администрации города «Об утверждении плана-графика социологических исследований на 2021 год» от 24.06.2021 № 994.

1.1. Методико-процедурный раздел

Выборочная совокупность

В ходе исследования проведен онлайн-опрос² жителей города в возрасте от 18 и старше, в количестве 250 человек, невероятностная выборка³.

Вид социологического опроса: онлайн-опрос жителей муниципального образования городской округ Сургут.

Объем и формирование выборки

Принцип формирования выборочной совокупности: включение в выборку исследования жителей города Сургута разных половозрастных характеристик.

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 данных. Статистический анализ произведен в прикладной программе социологической обработки информации SPSS Statistics 21.

Весь комплекс работ в рамках данного исследования можно представить в рабочем плане исследования (табл. 1).

Таблица 1. Рабочий план социологического исследования

№	Название этапа	Срок реализации
1. Подготовительный этап		
1.1	Изучение материалов по указанной теме, анализ и расчет выборки исследования	июнь 2021
1.2	Составление опросника, согласование диагностического инструментария	июнь 2021
2. Организационный этап		
2.1	Проведение опроса среди жителей города	июль-октябрь 2021
3. Завершающий этап		
3.1	Обработка и кодировка результатов опроса	декабрь 2021
3.2	Подготовка и оформление статистического отчета	декабрь 2021
3.3	Тиражирование и предоставление отчета в адрес заказчика	декабрь 2021

² Выбор методики опроса обусловлен неблагоприятной ситуацией, связанной с новой коронавирусной инфекцией, и основан на рекомендациях Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека

³ Невероятностная выборка осуществляется по субъективным критериям – доступности, типичности, равного представительства.

1.2. Информация о респондентах

Среди 250 опрошенных респондентов 67,2% женщин и 32,8% мужчин. Половозрастные характеристики участников опроса представлены в таблице 2.

Таблица 2. Половозрастная характеристика участников анкетирования, %

Возраст	Мужчины	Женщины
18 – 30 лет	6,4	9,6
31 – 49 лет	14,4	20,4
50 лет и старше	12,0	37,2
Итого	32,8	67,2

В отношении социального положения участников исследования получены следующие сведения (табл. 3):

Таблица 3. Социальное положение респондентов, %

Пенсионер	35,6
Специалист (врач, инженер, учитель, юрист и т.д.)	19,6
Рабочий (любой квалификации)	18,8
Домохозяйка/в декретном отпуске	6,4
Студент	5,2
Государственный/муниципальный служащий	4,0
Безработный	3,6
Предприниматель	2,4
Служащий (военные, полиция, МЧС и т.д.)	1,6
Другое	1,6
Руководитель предприятия, организации и их структурных подразделений	1,2

2. Результаты социологического исследования

2.1. Приоритетные источники получения информации

Одной из наиболее важных задач исследования является определение тех СМИ, из которых горожане чаще всего получают информацию и доверяют им в большей степени. Для достижения поставленных задач были заданы соответствующие вопросы.

В 2021 году для большинства опрошенных телевидение служит основным источником информирования горожан о последних событиях, происходящих в стране и в городе (69,6%), далее по частоте ответов респондентов идут новостная лента в поисковых сервисах и интернет-порталы, 41,6% и 40,4% соответственно. Менее популярными СМИ для участников опроса являются радио (14,4%) и газеты (13,6%) (рис.1).



Рис. 1. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?., %

Ежегодно Интернет опережает другие средства массовой информации по частоте использования. Согласно данным опроса всемирную сеть используют каждый день 75,2% респондентов, при том, что к телевидению как к основному источнику получения информации ежедневно обращаются только 60% ответивших (рис. 2). К средствам массовой информации, которые респонденты не используют, большинство отнесли прессу (47,6%) и радио (42,4%).

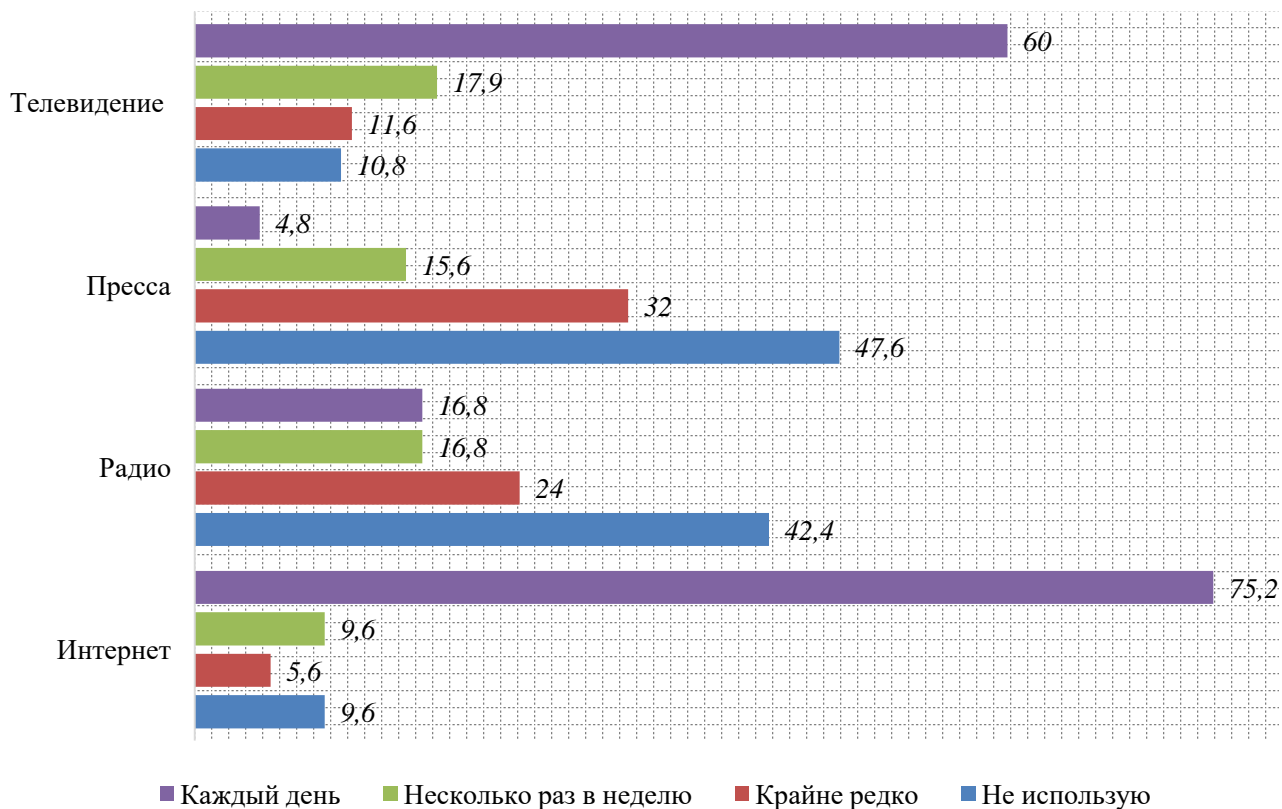


Рис. 2. Как часто Вы используете следующие источники информации?., %

Таким образом, предпочтения жителей города в выборе источников информации с годами практически не меняются. Лидирующие позиции в предпочтениях горожан остаются у телевидения и Интернета, тогда как в отношении радио и печатных СМИ горожане выбирают преимущественно варианты ответов «крайне редко» либо «не использую». Наиболее популярными местными СМИ, через которые сургутяне получают информацию о жизни города, являются: «СургутИнформТВ», портал «О, Сургут», а также «К-Информ».

2.2. Рейтинг средств массовой информации по мнению участников опроса

Рейтинги СМИ не только фиксируют общую известность издания, телеканала или радиостанции среди населения, но и выделяют целевую аудиторию конкретного СМИ, то есть рейтинг средств массовой информации, по сути, является рейтингом предпочтений аудитории. Для определения предпочтений сургутян в выборе телевизионных каналов, печатных изданий, радиостанций, интернет-ресурсов был задан ряд вопросов, позволивших определить степень популярности каждого из средств массовой информации.

2.2.1. Телевидение

Отвечая на вопрос: «С какой целью Вы включаете телевизор?» большинство респондентов на протяжении двух лет отмечают, что смотрят конкретные телепередачи, фильмы и т.д. (50,8%), смотрят телевизор с целью получения полной и достоверной информации о жизни в городе/стране 34,8% опрошенных, а для 20,8% телевизор работает как фон (рис.3).

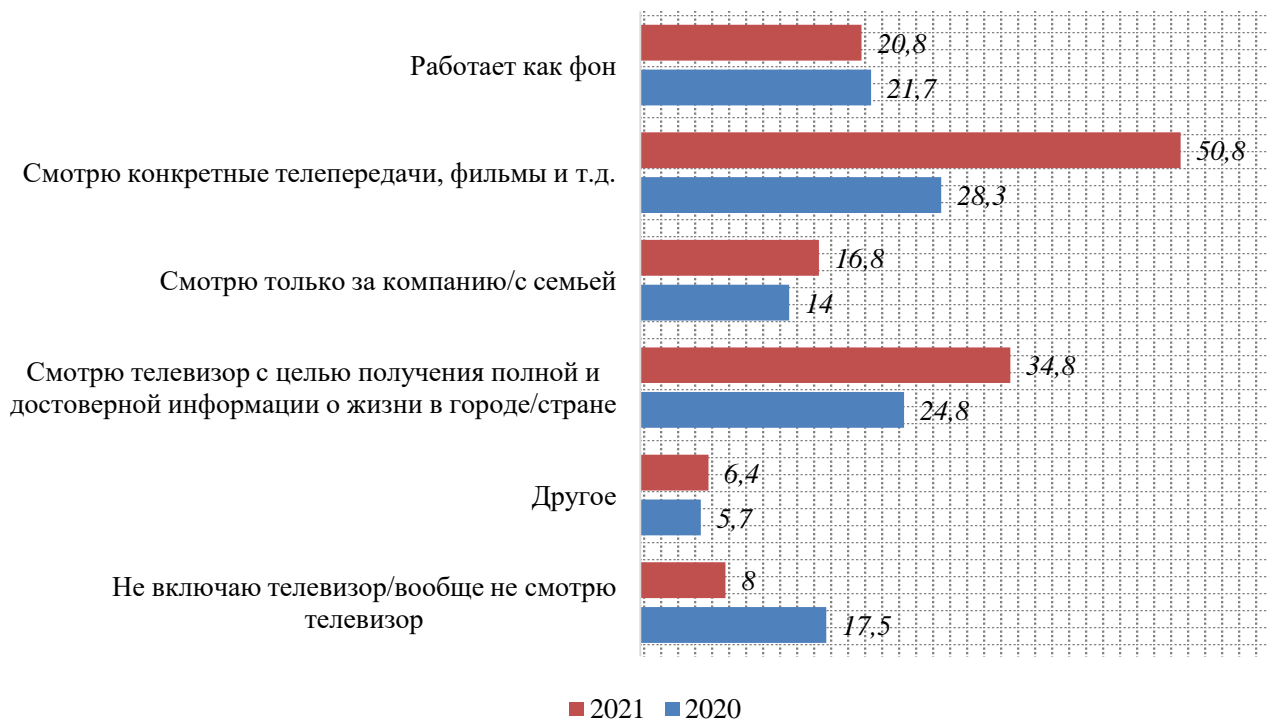


Рис. 3. С какой целью Вы включаете телевизор?, в динамике 2020-2021 гг., %

При выборе региональных и городских каналов большинство респондентов, отдали свое предпочтение таким телекомпаниям, как «Сургут 24» (51,4%), «С1» (48,7%). Стоит отметить, что данные телекомпании занимают лидирующие позиции по результатам проведенных опросов с 2019 года. ТОП-3 ответов респондентов на данный вопрос согласно сведениям мониторинга с 2019 года представлен в таблице 4.

Таблица 4. Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?, %

2019 год	%	2020 год	%	2021 год	%
ТК «СургутИнформТВ» ⁴	55,4	Сургут 24	29,7	Сургут 24	51,7
ТРК «Сургутинтерновости» ⁵	50,0	С1	2,3	С1	48,7
Не смотрю никакие региональные и городские телеканалы	22,8	Не смотрю никакие региональные и городские телеканалы	29,2	ГТРК Югория	29,6

⁴ В 2020-2021 гг. вариант ответа «ТК «СургутИнформТВ» был изменен на варианты «С1», «86».

⁵ В 2020-2021 гг. вариант ответа «ТРК «Сургутинтерновости» был изменен на вариант «Сургут 24»

В приоритете при выборе той или иной телекомпании у большинства респондентов ежегодно находятся «актуальность транслируемой информации» (72,5%), «удобное время выхода передач и новостных блоков» (42,3%). Далее в исследовании 2021 года в числе основных критериев такого выбора респондентами канала отмечен вариант ответа «адекватные, приятные и интересные ведущие» (27,5%) (рис. 4).



Рис. 4. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?, в динамике 2019-2021 гг., %

Среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, по-прежнему лидируют новостные блоки. Программа «Новости Сургута» (75,7%), «Новости. Сургут 24» (47,1%) являются самыми интересными программами, по мнению сургутян, на протяжении двух лет (рис. 5). Стоит отметить, что интерес к программе «Итоги недели» по сравнению с прошлым годом увеличился с 8,4% до 37%: эта телепередача заняла в 2021 году третью строчку.

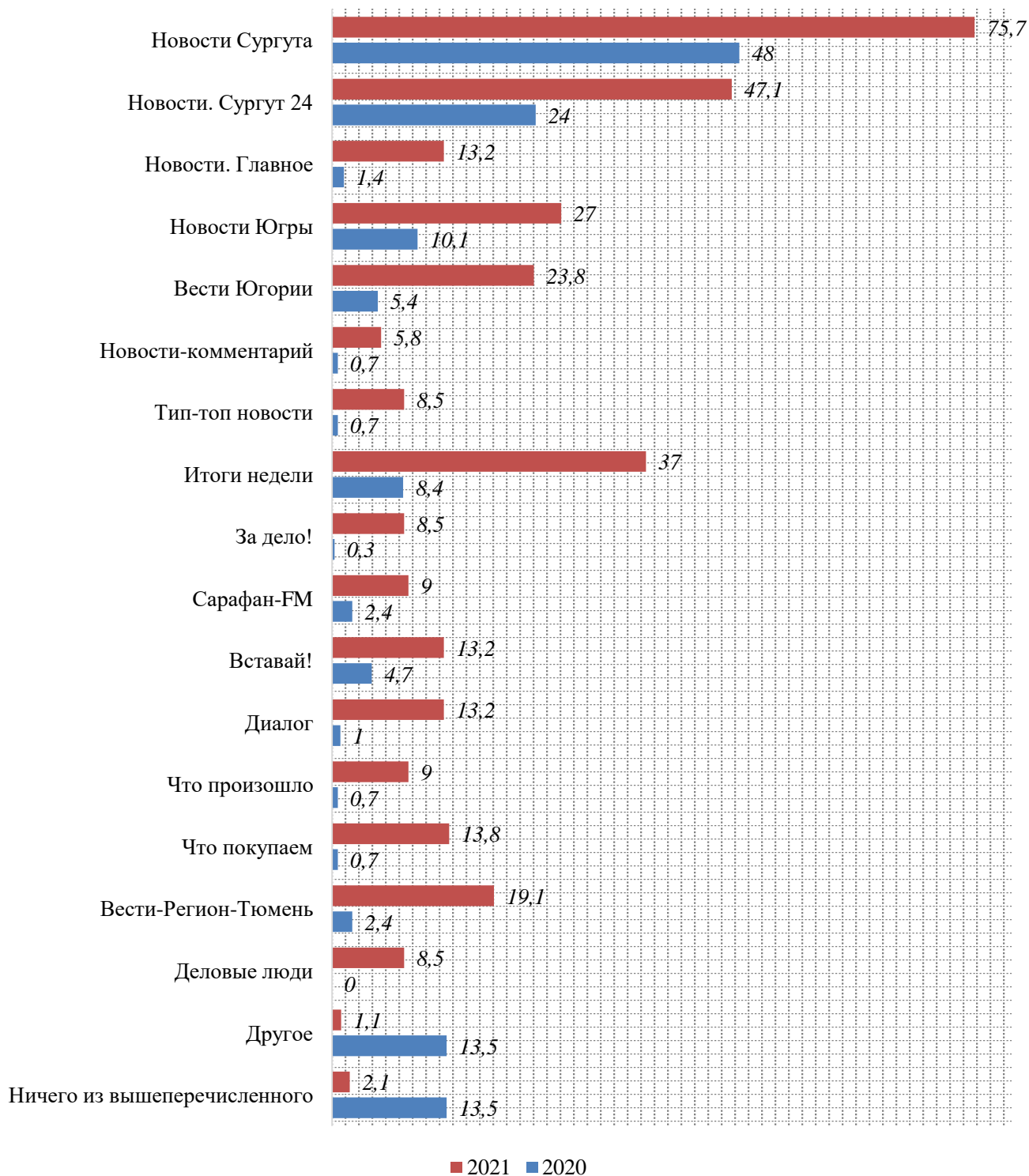


Рис. 5. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, в динамике 2020-2021 гг., %

При ответе на вопрос: «За последние несколько лет стали ли Вы смотреть телевизор меньше?» мнения респондентов разделились. Так, 50,8% считают, что они не стали меньше смотреть телевизор, тогда как 49,2% имеют противоположное мнение (рис. 6).

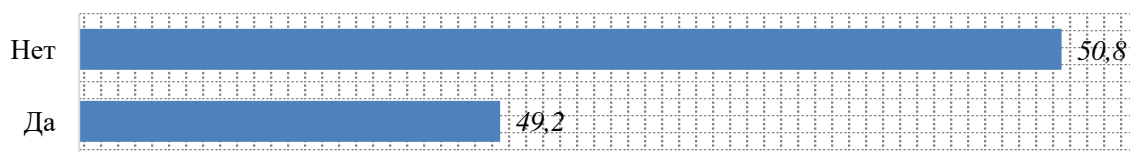


Рис. 6. За последние несколько лет стали ли Вы смотреть телевизор меньше?, %

2.2.2. Пресса

Результаты исследования 2021 года показали, что большинство респондентов не читают прессу (45,2%). Вариант ответа «в основном в электронном виде» отметили 26,4%, а 24% читают прессу в печатном виде. В равной степени как в печатном, так и в электронном виде читают прессу только 4,4%. Стоит отметить, что по сравнению с прошлым годом доля опрошенных, предпочитающих читать прессу в основном в электронном виде, снизилась на 19,7%, тогда как количество респондентов, читающих в традиционном виде, увеличилось на 12,6%. При этом в 2021 году доля участников опроса, не читающих прессу, увеличилась на 5,6% (рис.7).

Согласно полученным данным в электронном формате читают прессу преимущественно женщины, представители в возрасте от 18 - 30 лет, а также от 31 - 49 лет. Напротив, печатные СМИ предпочитают представители старшего поколения в возрасте от 50 лет и старше.

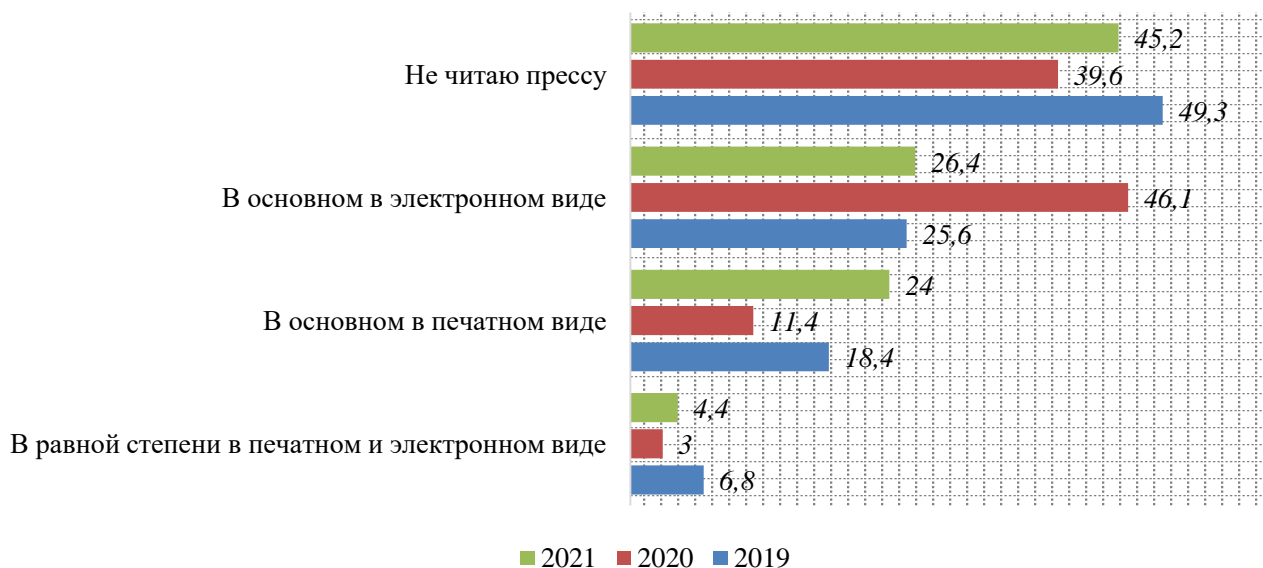


Рис. 7. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?, в динамике 2019-2021 гг., %

Мониторинг результатов опроса по местным периодическим печатным изданиям показал, что в тройку самых популярных изданий в исследовании 2021 года вошли: «Сургутские ведомости» (47,5%), «Сургутская трибуна» (40,9%) и «Новый город» (30,7%). Примечательно, что несмотря на увеличения количества респондентов, не читающих прессу, на 30,4% сократилось число опрошенных, которые не читают никакие местные периодические издания: так, в 2021 году данный вариант ответа составил 26,3% (рис.8).

Стоит отметить, что большинство респондентов при выборе местного периодического издания отдают приоритет актуальности информации, транслируемой в прессе.

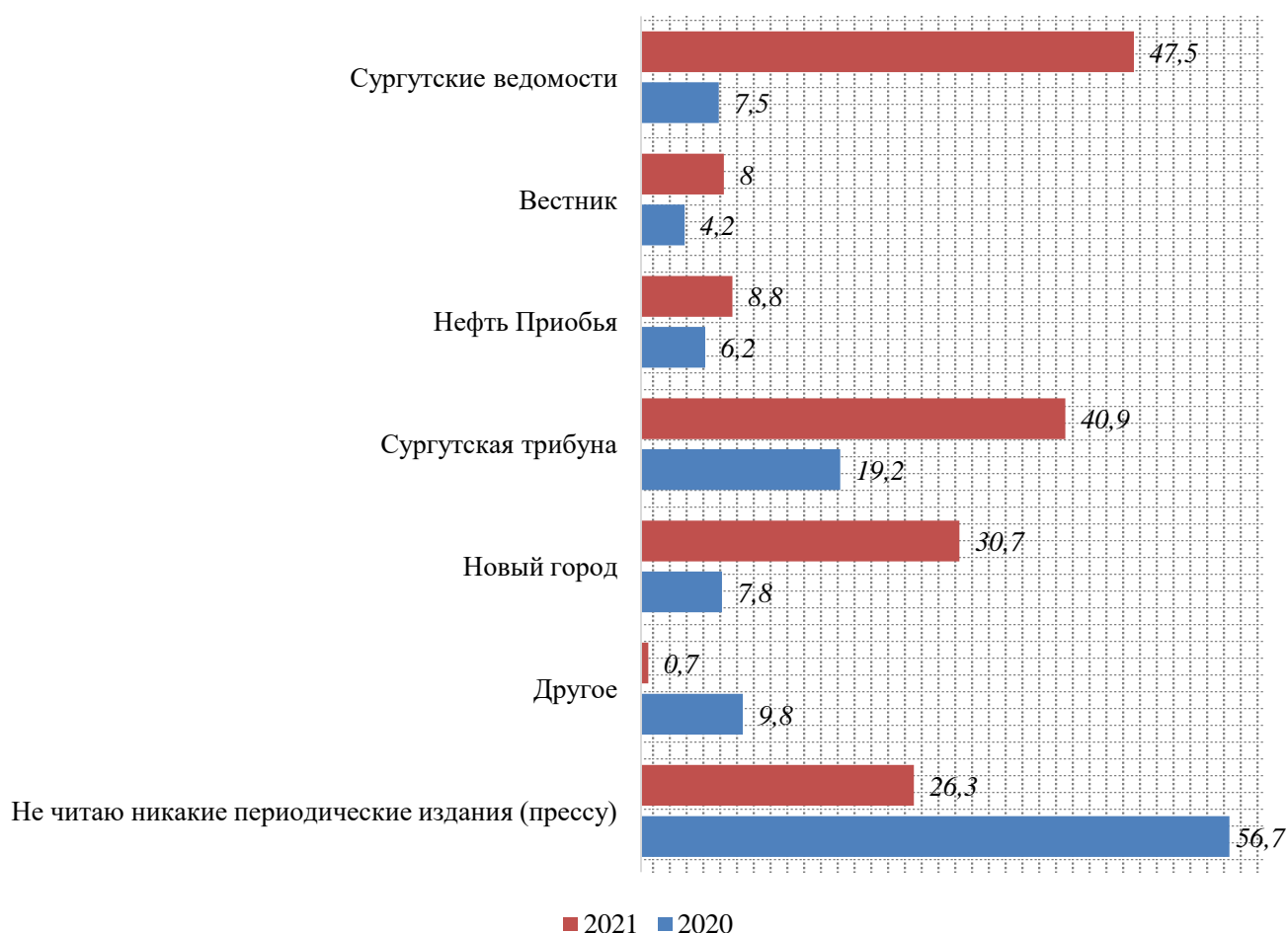


Рис. 8. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?, в динамике 2020-2021 гг., %

В отношении федеральных СМИ результаты исследования 2021 года показали, что большинство респондентов не читают федеральные печатные издания (59,4%). Среди тех, кто все же пользуется прессой для получения информации о событиях в округе и в городе, 19,8% отметили «Аргументы и факты – Югра», 15% отдают свое предпочтение изданию «Телесемь (Телегид)». Стоит

отметить, что данная тенденция прослеживается на протяжении трех последних лет (рис. 9).

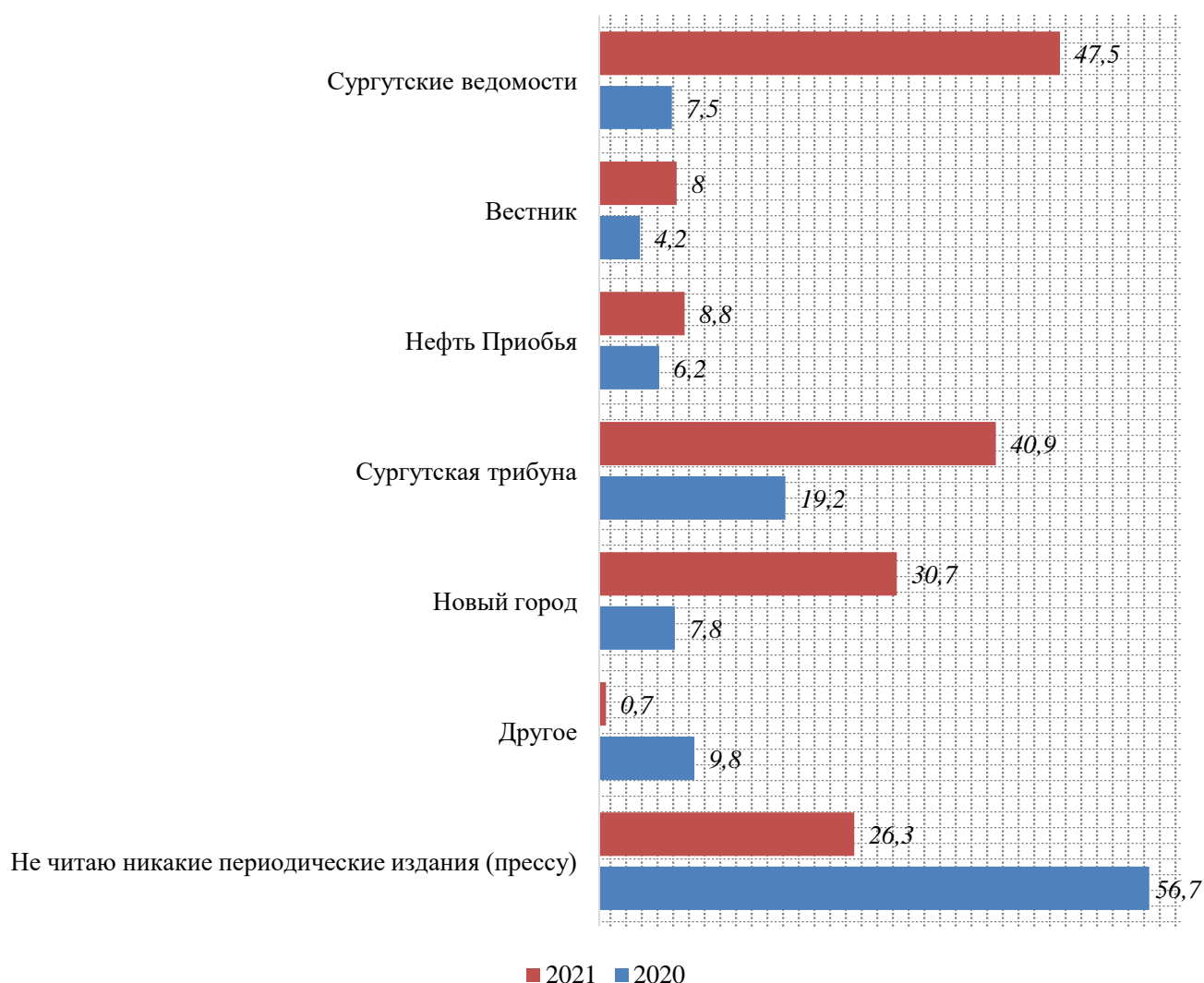


Рис. 9. Каким федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?, в динамике 2020-2021 гг., %

2.2.3. Радио

С целью определения рейтинга самых популярных радиостанций был задан традиционный вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?». Наиболее прослушиваемыми радиостанциями в исследовании этого года респондентами были названы «Русское Радио» (24,4%), «Авторадио» (21,6%), «Дорожное радио» (21,6%). Стоит отметить, что по сравнению с прошлым годом на 19,9% снизилось количество респондентов, которые не слушают никакие радиостанции (рис. 10).

Говоря о причинах выбора той или иной радиостанции, большинство респондентов отметили, что отдают свое предпочтение радиостанции по привычке, а также им нравится транслируемая музыка.

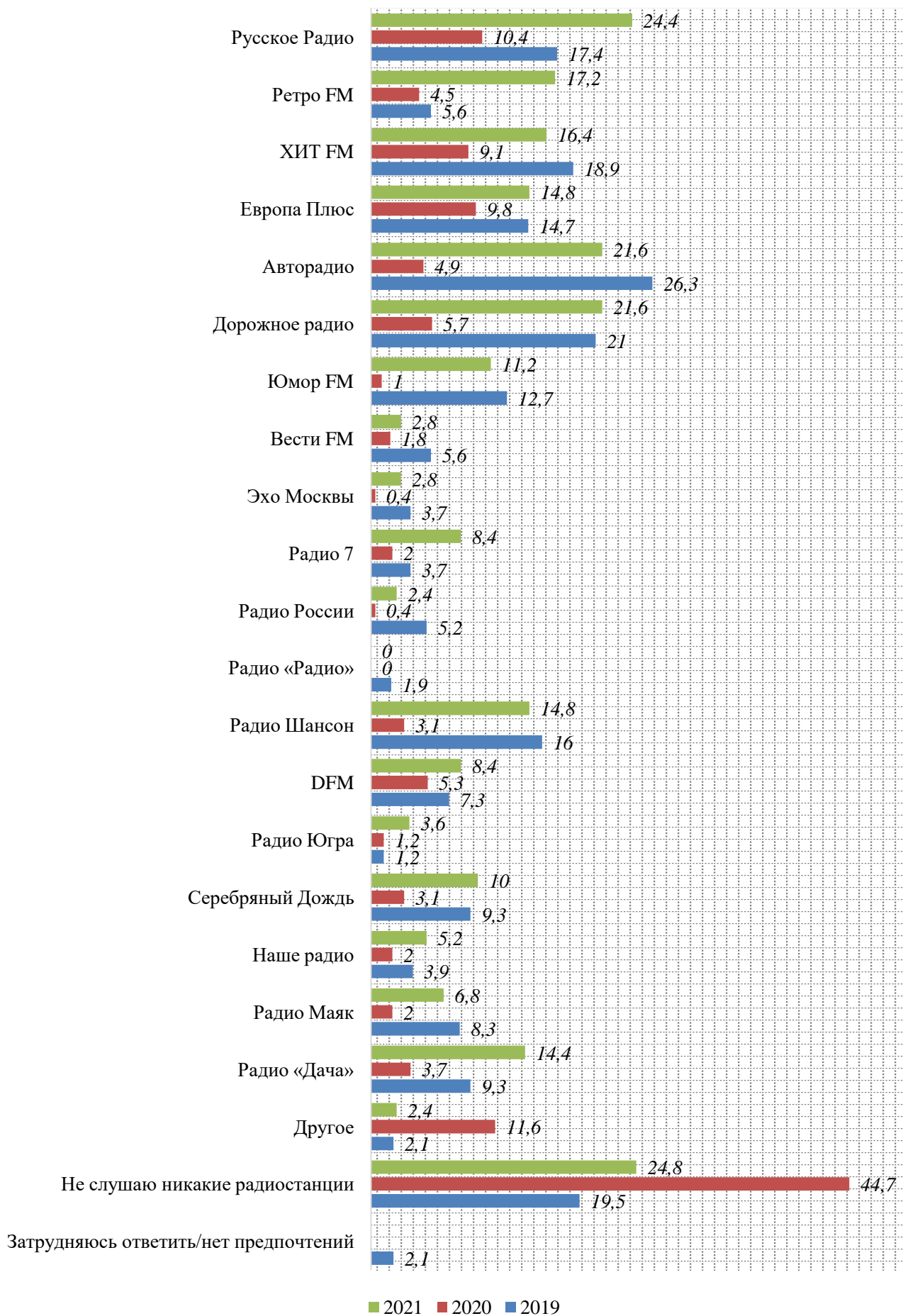


Рис. 10. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?, в динамике 2019-2021 гг., %

2.2.4. Интернет

Ситуация, связанная с активностью пользователей социальных сетей, за прошедшие годы практически не поменялась. Отметим, что пользуются социальными сетями, 85,2% участников опроса (рис. 11). Стоит отметить, что по сравнению с 2020 годом на 4,1% уменьшилась доля респондентов, не пользующихся социальными сетями. При этом среди участников опроса, которые отметили вариант ответа «нет», больше всего граждан в возрасте 50 лет и старше.

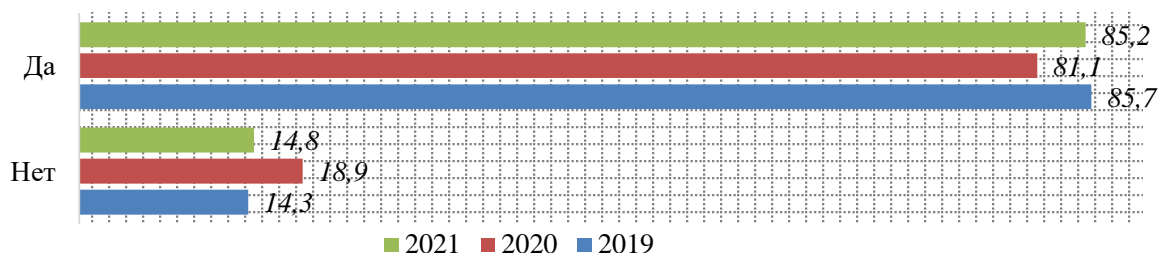


Рис. 11. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?, в динамике 2019-2021 гг., в динамике 2020-2021 гг., %

Самыми активными пользователями социальных сетей в 2021 году согласно анализу парных распределений являются предприниматели, государственные/муниципальные служащие, руководители предприятий, организаций и их структурных подразделений, служащие, а также безработные (рис. 12).



Рис. 12. Парное распределение ответов на вопрос «Пользуетесь ли Вы социальными сетями?» с социальным положением респондентов, %

Самыми популярными для пользователей сети Интернет являются мессенджеры «Viber» и «WhatsApp» – 74,2% и 66,7% соответственно. Что же касается социальных сетей, то в 2021 году платформы «ВКонтакте» и «Instagram» заняли лишь третье и четвертое место, тогда как в прошлые годы данные социальные сети занимали лидирующие позиции (рис. 13).

Согласно анализу парных распределений такие социальные сети, как «ВКонтакте», «Instagram», чаще используют студенты, молодые люди в возрасте 18 - 30 лет, в то время как мессенджеры «Viber» и «WhatsApp» пользуются большей популярностью у респондентов, являющихся руководителями и специалистами, а также граждан в возрасте 31 - 49 лет.

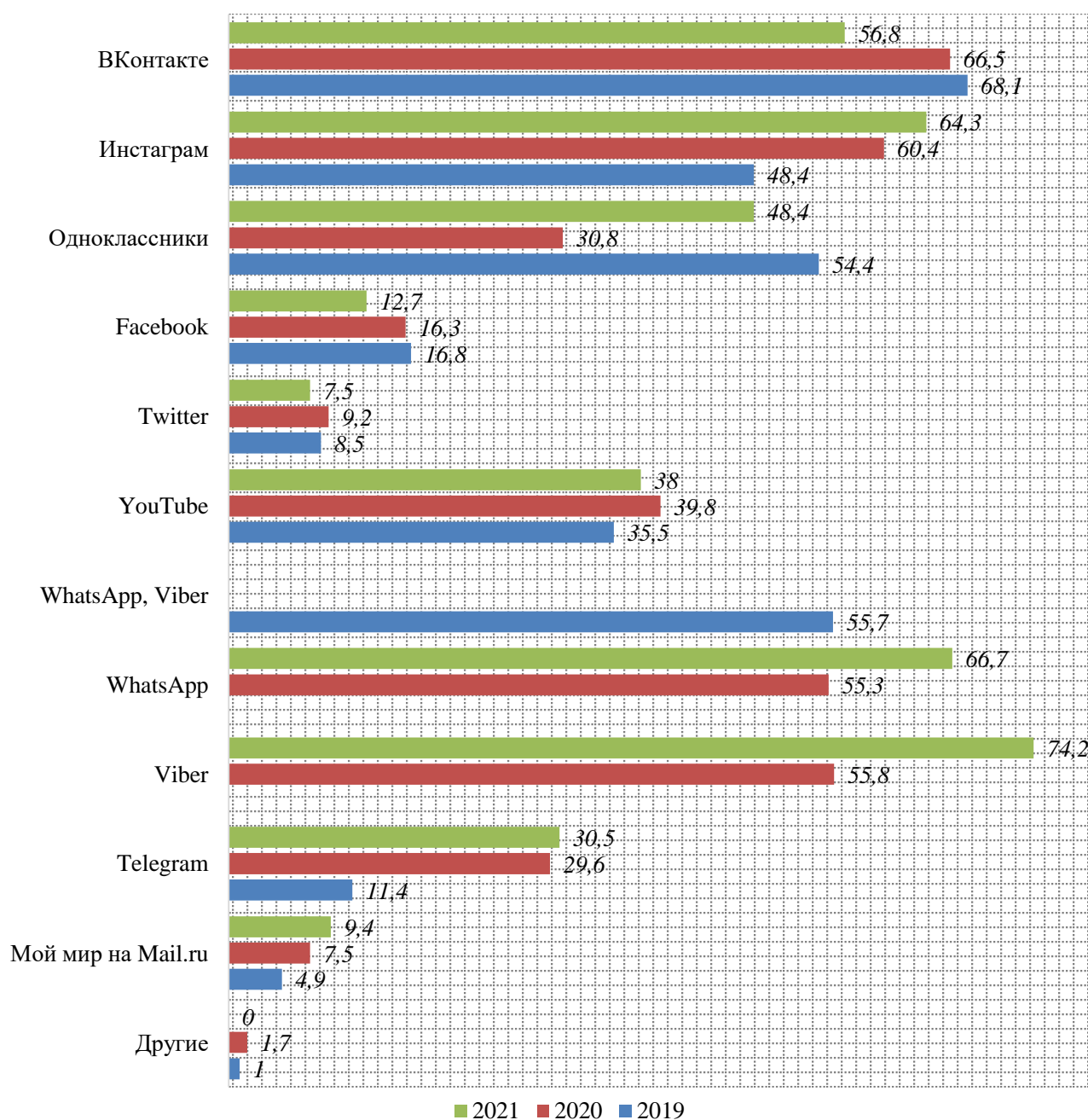


Рис. 12. Какими социальными сетями (мессенджерами) Вы пользуетесь?, в динамике 2019-2021 гг., %

В ходе анализа предпочтений респондентов при выборе интернет-источников для получения новостей были получены следующие результаты. Лидирующие позиции, исходя из ответов горожан, на протяжении двух лет занимают поисковики (Яндекс, Mail.ru, Google и т.д.) – 56,8%. Социальные сети, блоги, форумы («Twitter», «Facebook», «ВКонтакте», «Одноклассники» и т.д.) выбрали 38% опрошенных. Примечательно, что по сравнению с 2020 годом на 14,3% увеличилось количество респондентов, пользующихся интернет-ресурсами, интернет-СМИ (рис. 13).

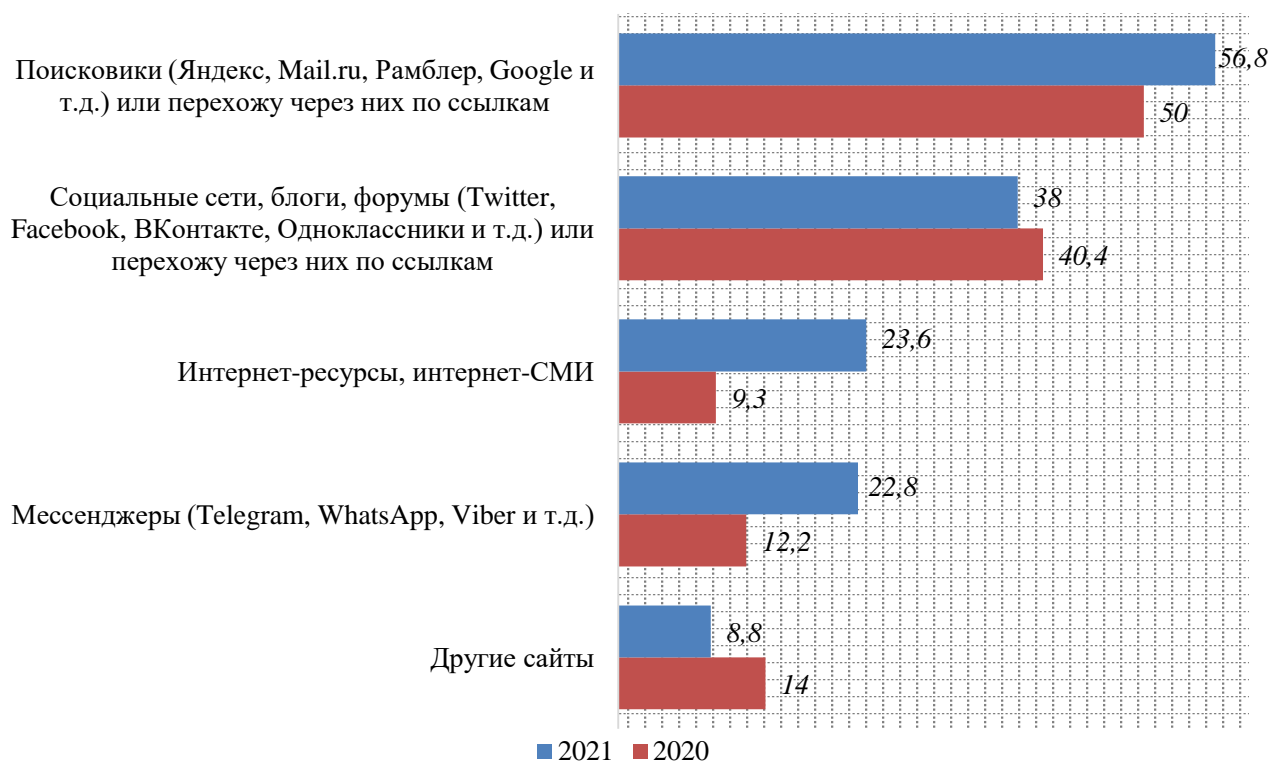


Рис. 13. Из каких интернет источников Вы узнаете новости?, в динамике 2020-2021 гг., %

Говоря о мнении сургутян относительно активности Главы города Сургута в социальных сетях, большинство опрошенных 71,6% считают, что Глава города должен иметь собственный аккаунт, противоположного мнения придерживаются 28,4% (рис. 14).

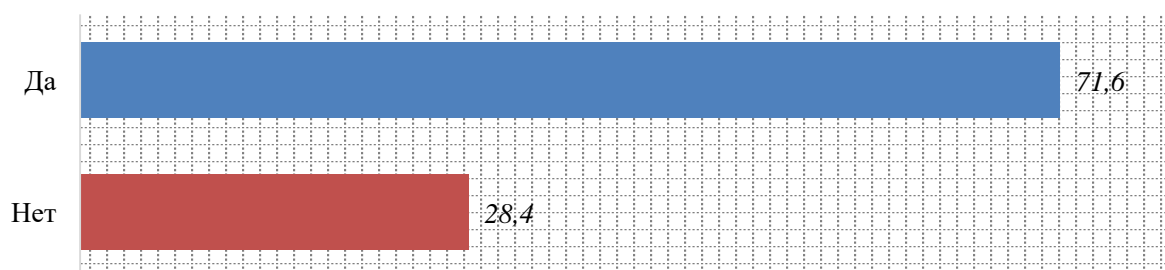


Рис. 14. Считаете ли Вы, что Глава города Сургута должен быть активен в социальных сетях и иметь собственный аккаунт?, %

Большинство участников опроса (53,6%) считают, что у Главы города Сургута должен быть свой аккаунт в социальной сети «Instagram», а 19,6% отметили платформу «ВКонтакте» (рис. 15).

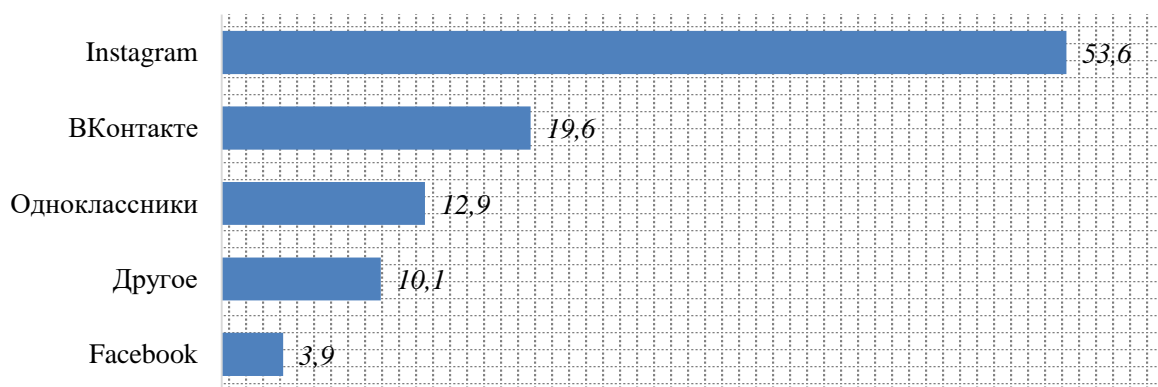


Рис. 15. В какой социальной сети обязательно должен быть аккаунт у Главы города Сургута?, %

Отвечая на вопрос: «На какие городские паблики в социальных сетях Вы подписаны?», большинство респондентов ответили, что не подписаны. Среди тех, кто подписан, чаще отмечали портал «О, Сургут» и «К-Информ».

Стоит отметить, что в наибольшей степени сургутяне доверяют информации, публикуемой на портале «О, Сургут».

2.3. Социальная реклама

Сургутянам был задан на вопрос: «Видели ли Вы когда-либо социальную рекламу?». Большинство респондентов (66%) дали утвердительный ответ⁶, из них помнят о содержании 25,2%, тогда как 40,8% не смогли вспомнить, о чем была данная реклама. Никогда не видели рекламу данного плана – 34% (рис. 16).

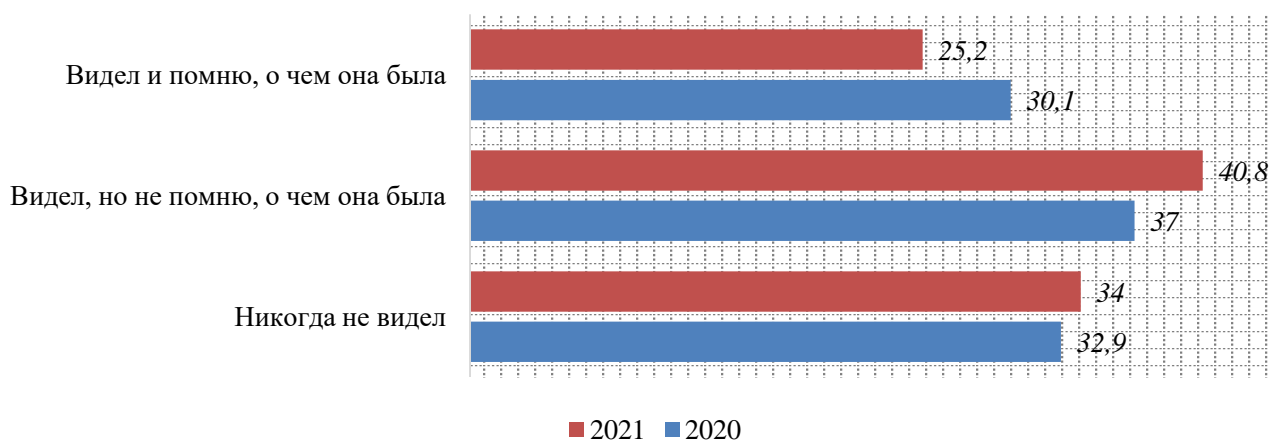


Рис. 16. Видели ли Вы когда-либо социальную рекламу?, в динамике 2020-2021 гг., %

⁶ Совокупность ответов «видел и помню, о чем она была» и «видел, но не помню, о чем она была».

Те, кто все же видел социальную рекламу, отметили, что в ней транслировались: выборы (44,4%), безопасность дорожного движения (42,9%), а также благотворительные фонды, помощь больным детям (34,9%). Стоит отметить, что в прошлом году респонденты в большей мере видели рекламу, которая была посвящена борьбе с алкоголизмом, курением и наркоманией, тогда как в 2021 году данный вариант ответа расположен на четвертой позиции (рис. 17).

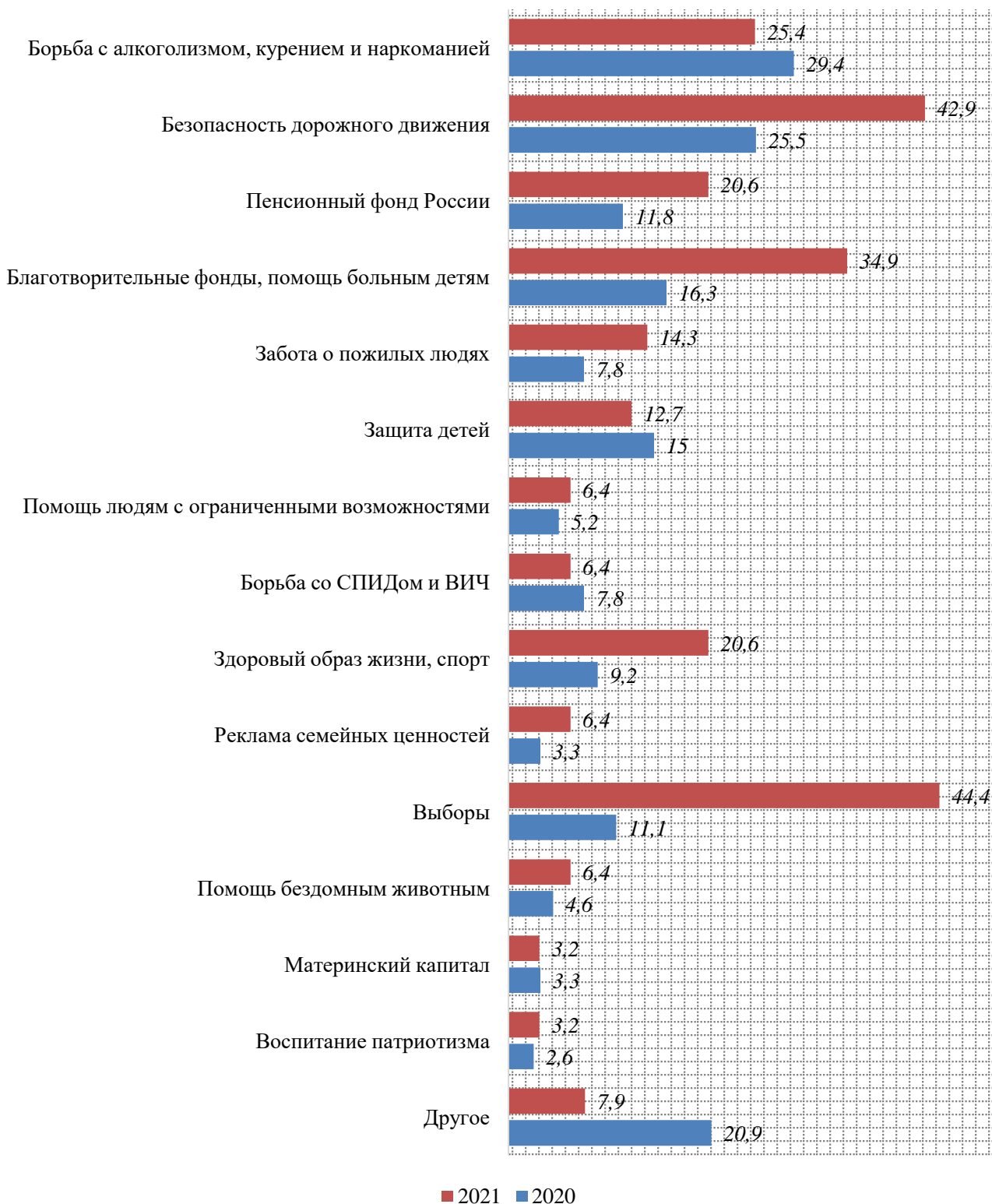


Рис. 17. Если Вы видели раньше социальную рекламу, то назовите два-три случая, что она рекламировала?, в динамике 2020-2021 гг., %

Социальная реклама обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности и транслирует определенный образ поведения. По мнению большинства горожан (47,2%), социальной рекламы в городе Сургуте недостаточно, противоположного мнения придерживаются 24,4% опрошенных. При этом 28,4% сказали, что никогда не видели в городе социальной рекламы (рис. 18).

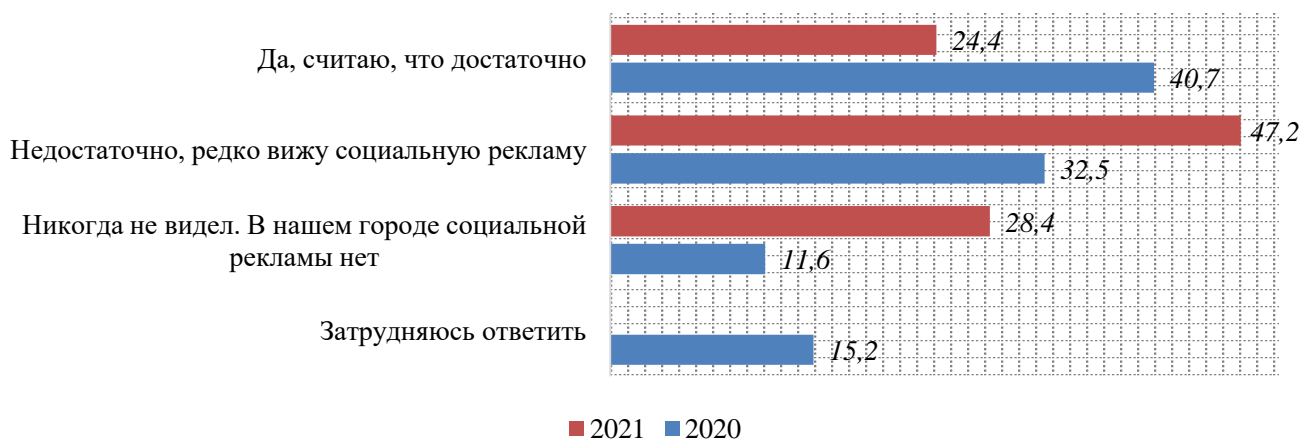


Рис. 18. Социальная реклама обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности, и транслирует определенный образ поведения. На Ваш взгляд, социальной рекламы в нашем городе достаточно или недостаточно?, в динамике 2020-2021 гг., %

Относительно вопроса о том, что социальная реклама влияет на поведение людей, мнение респондентов разделилось: так, 50,4% считают, что она побуждает их менять свое поведение и отношение к социальным проблемам, а 49,6% выбрали вариант ответа «нет, не влияет» (рис. 19).

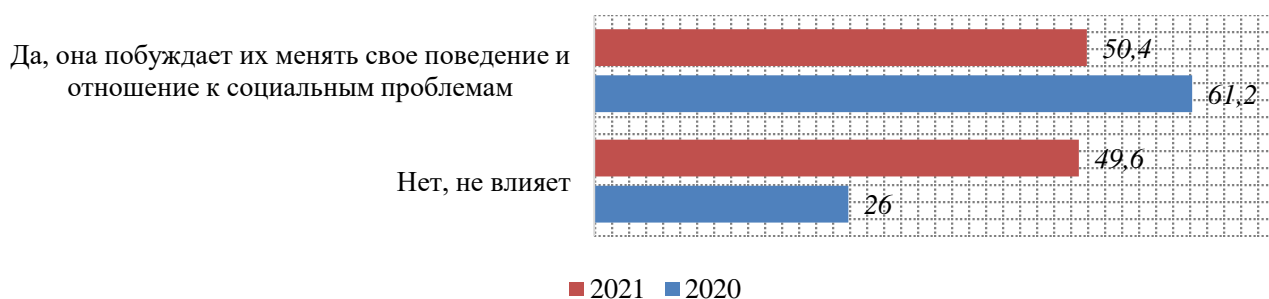


Рис. 19. По Вашему мнению, влияет ли социальная реклама на поведение людей?, в динамике 2020-2021 гг., %

На сегодняшний день, по мнению большинства участников опроса, социальная реклама должна призывать к ответственному поведению на дорогах, соблюдению Правил дорожного движения (47,2%), направлена на борьбу с коррупцией (38,8%) и борьбу с жестоким обращением с детьми, насилием в семье (36%). Менее актуальны среди горожан такие направления, как борьба с курением (9,6%) и борьба с жестоким обращением с животными (16%) (рис.20).

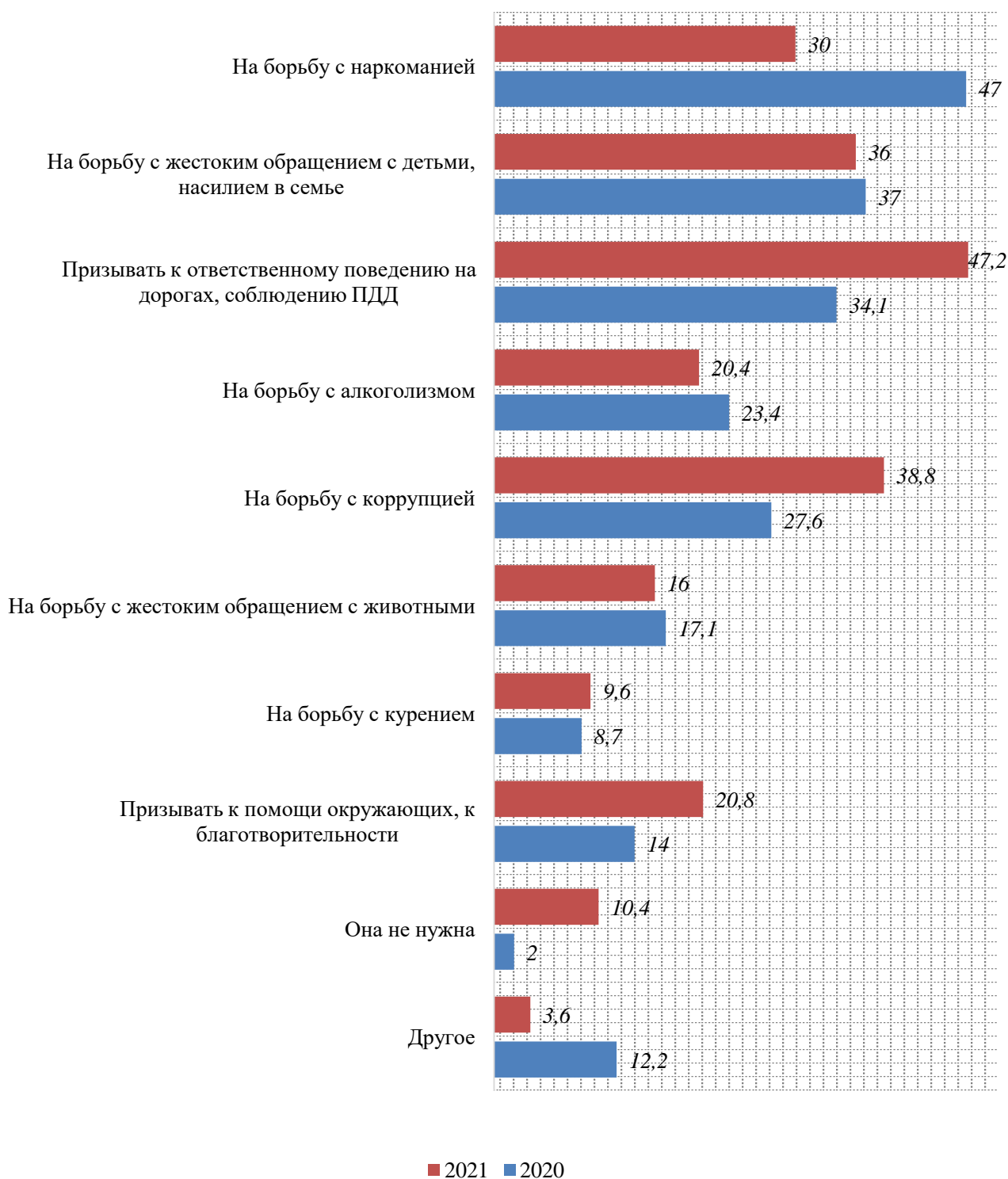


Рис. 20. По Вашему мнению, влияет ли социальная реклама на поведение людей?, в динамике 2020-2021 гг., %

Наиболее предпочтительны для жителей Сургута такие места для размещения социальной рекламы в Сургуте, как: видеоролики в местах массового скопления людей (площадки, парки, скверы и т.д.) (33,6%), видеоролики, плакаты и т.п. в общественном транспорте (31,6%) и баннеры, афиши, плакаты вдоль автомобильных дорог, автотрасс и т.д. (30,4%) (рис. 21).

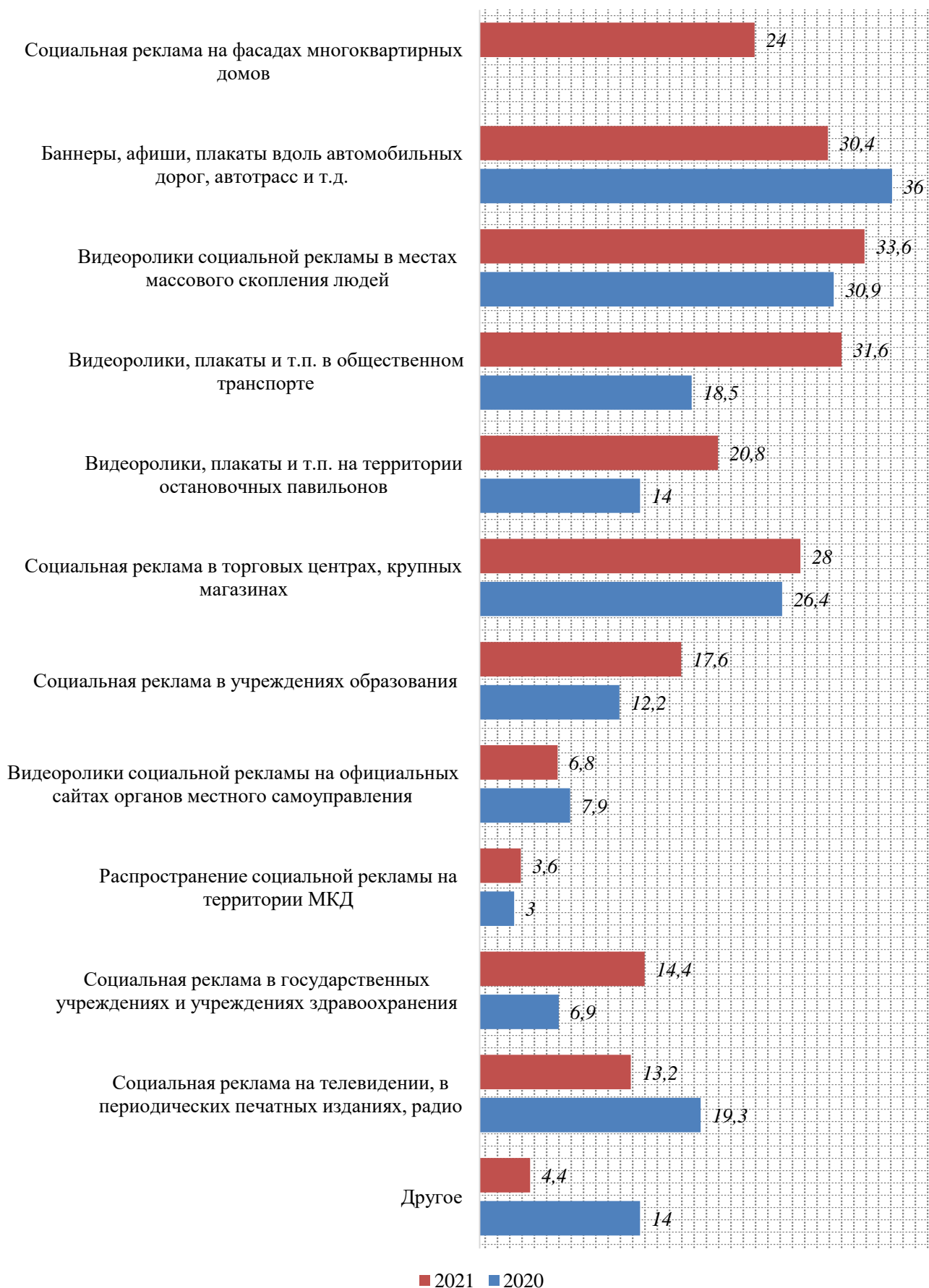


Рис. 21. Назовите наиболее предпочтительные, по Вашему мнению, места для размещения социальной рекламы в Сургуте, в динамике 2020-2021 гг., %

Заключение

Под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

В настоящий период развития современного общества успешное решение политических, экономических и социальных задач все больше зависит от действия такого субъективного фактора, как социальная активность личности. Важную роль в формировании активности населения играют средства массовой информации. Средства массовой информации – мощная сила воздействия на сознание людей, средство оперативного донесения информации, наиболее эффективное средство влияния на эмоции человека, способное убеждать. В настоящее время значительно возросло влияние средств массовой информации на личность. Господствующее положение среди средств массовой информации на сегодняшний день занимает телевидение. Однако его доля постепенно снижается. Хотя население по-прежнему доверяет телевидению и считает, что оно справляется со своими задачами успешно, все больше горожан отправляются на поиски информации во всемирную сеть.

Так, данные, полученные в ходе опроса, подтверждают выдвинутые гипотезы о том, что наиболее предпочтительными источниками получения информации для всего населения, вне зависимости от половозрастных признаков и рода деятельности, ежегодно являются телевидение и Интернет. Также результатами исследования было подтверждено, что жители города в большей степени исключают для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации.

Согласно проведенному анализу Интернет опережает другие средства массовой информации по частоте использования. Всемирную сеть используют каждый день 75,2% участников опроса, при том, что телевидение ежедневно используют только 60% ответивших. К средствам массовой информации, которые респонденты практически не используют, большинство отнесли прессу (47,6%) и радио (42,4%). При этом стоит отметить, что 45,2% участников опроса сказали, что не читают прессу.

Рейтинг самых популярных у сургутян региональных и городских телеканалов ежегодно возглавляют «Сургут 24» – 51,7% и «С1» – 48,7%. Приоритетами в выборе той или иной телекомпании/телерадиокомпании, большинством респондентов были отмечены: актуальность информации, транслируемой на данном канале (72,5%), удобное время выхода передач (42,3%), а также наличие адекватных, приятных и интересных ведущих (24,5%).

Среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, по результатам проведенного опроса по-прежнему лидируют новостные блоки. При этом самыми популярными программами, по мнению горожан, являются «Новости Сургута» (75,7%) «Новости. Сургут 24» (47,1%) и «Итоги недели» (37%).

Среди тех, кто все же использует периодические печатные издания для получения информации о событиях в городе, 47,5% респондентов отдают свое предпочтение газете «Сургутские ведомости», а 40,9% – газете «Сургутская трибуна».

Что касается результатов опроса в отношении федеральных печатных СМИ, то стоит отметить, что аудитория даже таких изданий, как: «Аргументы и факты» и «Телесемь (Телегид)», наиболее популярных у горожан, читающих федеральную прессу, с каждым годом уменьшается.

Радио как средство массовой информации используется участниками опроса в большей степени ситуативно. Анализируя варианты ответов, озвученные респондентами в исследовании этого года, можно сделать вывод, что наиболее часто горожане пользуются такими радиостанциями, как: «Русское Радио» (24,4%), «Автордио» (21,6%), «Дорожное радио» (21,6%).

По итогам проведенного исследования следует заключить, что социальные сети становятся неотъемлемой частью жизни горожан. Аналогично исследованиям последних лет социальные сети сохраняют лидирующие позиции в рейтинге профилей интернет-порталов, а активными пользователями социальных сетей по данным проведенного опроса являются 85,2% респондентов. При этом самой популярной, по мнению респондентов, являются мессенджеры «Viber» (74,2%) и «WhatsApp» (66,7%), а также социальная сеть «Instagram» (64,3%). Стоит отметить, что по сравнению с прошлыми годами наблюдается уменьшение количества пользователей платформы «ВКонтакте».

Более 70% участников опроса считают, что Глава города Сургута должен быть активен в социальных сетях и иметь собственный аккаунт. При этом чуть больше половины опрошенных отметили, что у Главы города обязательно должен быть аккаунт в социальной сети «Instagram» (53,6%).

Так необходимо отметить, что у Главы города уже активно функционирует страница в социальной сети «Instagram», и количество подписчиков составляет 6 401⁷. Для дальнейшей организации работы по ведению указанной страницы и ее популяризации среди населения города возможно в следующем году введение в анкету дополнительных вопросов: «Являетесь ли Вы подписчиком страницы Главы города в социальной сети «Instagram»?», «Если Вы являетесь подписчиком, укажите, пожалуйста, какие информационные сообщения Вам наиболее

⁷ По состоянию на 09.12.2021

запомнились за прошедший год?», «Если Вы не являетесь подписчиком, то по какой причине?»).

Относительно трансляции социальной рекламы в городе Сургуте большинство отметили, что видели ее (66%)⁸, тогда как 34% дали отрицательный ответ. При этом среди респондентов, которые все же видели и смогли вспомнить, о чем она была, отметили следующие темы: «Выборы» (44,4%), «Безопасность дорожного движения» (42,9%), а также «Благотворительные фонды, помощь больным детям» (34,9%).

Стоит отметить, что 47,2% опрошенных считают, что социальной рекламы недостаточно, противоположного мнения придерживаются 24,4% респондентов. При этом мнение о влиянии социальной рекламы на поведение людей разделилось: 50,4% считают, что она побуждает менять свое поведение и отношение к социальным проблемам, а 49,6% отметили «нет, не влияет». Рассуждая о том, на что должна быть сегодня направлена социальная реклама, большинство опрошенных отметили: «Призывать к ответственному поведению на дорогах, соблюдению ПДД» (47,2%), «На борьбу с коррупцией» (38,8%), «На борьбу с жестоким обращением с детьми, насилием в семье» (36%). Относительно предпочтений в местах для размещения социальной рекламы мнения горожан распределились следующим образом: видеоролики в местах массового скопления людей - 33,6%, видеоролики, плакаты в общественном транспорте - 31,6%, а также баннеры, афиши, плакаты вдоль автомобильных дорог, автотрасс - 30,4%.

Таким образом, можно сказать, что средства массовой информации являются главным способом получения информации для большинства людей, и, как следствие, основным инструментом управления общественным мнением. На сегодняшний день нет ни одного средства массовой информации, которое согласно итогам проведенного исследования не было бы востребовано.

Одной из важнейших функций средств массовой информации является отражение реальных потребностей населения в освещении той или иной сферы. Современная аудитория включена во всю систему общественных отношений. Поэтому средства массовой информации для реализации целей своей деятельности необходимо учитывать интересы, мотивы, установки и соответствующие характеристики аудитории.

Здесь важно дополнить, что, учитывая все многообразие источников распространения информации – печать, радио, телевидение и Интернет, каждое из которых обладает рядом особенностей, проявляющихся в виде и способах донесения информации до аудитории, население начинает уставать от постоянных манипуляций и ищет справедливый и независимый источник информации. Именно это позволит повысить популярность каналов коммуникаций.

⁸ Совокупность ответов «видели, но не помню, о чем она была» и «видел и помню, о чем она была».

Таблицы линейных распределений

1. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?				
Телевидение (местное, центральное)				69,6
Новостная лента в поисковых сервисах (Яндекс, Mail.ru, Рамблер, Google и т.д.)				41,6
Интернет-порталы				40,4
Социальные медиа (соцсети, мессенджеры, чаты)				36,8
Радио (местное и федеральное)				14,4
Газеты (местные, федеральные издания)				13,6
2. Как часто вы используете следующие источники информации?				
	Каждый день	Несколько раз в неделю	Крайне редко	Не использую
Телевидение	60,0	17,6	11,6	10,8
Пресса	4,8	15,6	32,0	47,6
Радио	16,8	16,8	24,0	42,4
Интернет	75,2	9,6	5,6	9,6
4. С какой целью Вы включаете телевизор?				
Смотрю конкретные телепередачи, фильмы и т.д.				50,8
Смотрю телевизор с целью получения полной и достоверной информации о жизни в городе/стране				34,8
Работает как фон				20,8
Смотрю только за компанию/с семьей				16,8
Не включаю телевизор/вообще не смотрю телевизор				8,0
Другое				6,4
5. Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?				
Сургут 24				51,7
С1				48,7
ГТРК Югория				29,6
Югра				18,7
Не смотрю никакие региональные и городские телеканалы				17,8
86				17,4
Другое				4,4
6. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?				
Всегда актуальная и свежая информация				72,5
Удобное время выхода передач и новостных блоков				42,3
Адекватные, приятные, интересные ведущие				27,5
Привычка				16,9
Наличие эксклюзивных выпусков, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале				13,8
Отсутствие большого количества развлекательных программ				10,1
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)				7,4
Наличие утренних шоу				6,4
Наличие большого количества развлекательных программ				3,7
Другое				2,1
7. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?				
Новости Сургута				75,7
Новости. Сургут 24				47,1
Итоги недели				37,0
Новости Югры				27,0

Вести Югории	23,8
Вести-Регион-Тюмень	19,1
Что покупаем	13,8
Вставай!	13,2
Новости. Главное.	13,2
Сарафан-FM	9,0
Что произошло	9,0
Тип-топ новости	8,5
За дело!	8,5
Деловые люди	8,5
Диалог	6,4
Новости-комментарий	5,8
Ничего из вышеперечисленного	2,1
Другое	1,1
8. За последние несколько лет стали ли Вы смотреть телевизор меньше?	
Нет	50,8
Да	49,2
9. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?	
Не читаю прессу	45,2
В основном в электронном виде	26,4
В основном в печатном виде	24,0
В равной степени в печатном и электронном виде	4,4
10. Каким МЕСТНЫМ периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?	
Сургутские ведомости	47,5
Сургутская трибуна	40,9
Новый город	30,7
Не читаю никакие периодические издания (прессу)	26,3
Нефть Приобья	8,8
Вестник	8,0
Другое	0,7
12. Каким печатным ФЕДЕРАЛЬНЫМ изданиям Вы отдаете предпочтение?	
Не читаю федеральные печатные издания	59,4
Аргументы и факты – Югра	19,8
Телесемь (Телегид)	15,8
Комсомольская правда – Югра	10,9
Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	7,9
Другое	1,0
13. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?	
Не слушаю никакие радиостанции	24,8
Русское Радио	24,4
Авторadio	21,6
Дорожное радио	21,6
Ретро FM	17,2
ХИТ FM	16,4
Европа Плюс	14,8
Радио Шансон	14,8
Радио «Дача»	14,4
Юмор FM	11,2
Серебряный Дождь	10,0
DFM	8,4
Радио 7	8,4
Радио Маяк	6,8

Наше радио	5,2
Радио Югра	3,6
Вести FM	2,8
Эхо Москвы	2,8
Другое	2,4
Радио России	2,4
Радио «Радио»	0,0
15. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?	
Да	85,2
Нет	14,8
16. Какими социальными сетями (мессенджерами) Вы пользуетесь?	
Viber	74,2
WhatsApp	66,7
Instagram	64,3
ВКонтакте	56,8
Одноклассники	48,4
YouTube	38,0
Telegram	30,5
Facebook	12,7
Мой мир на Mail.ru	9,4
Twitter	7,5
Другие	0,0
17. Из каких интернет источников Вы узнаете новости?	
Поисковики (Яндекс, Mail.ru, Рамблер, Google и т.д.) или перехожу через них по ссылкам	56,8
Социальные сети, блоги, форумы (Twitter, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и т.д.) или перехожу через них по ссылкам	38,0
Интернет-ресурсы, интернет-СМИ	23,6
Мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber и т.д.)	22,8
Другие сайты	8,8
18. Считаете ли Вы, что Глава города Сургута должен быть активен в социальных сетях и иметь собственный аккаунт?	
Да	71,6
Нет	28,4
19. В какой социальной сети обязательно должен быть аккаунт у Главы города Сургута?	
Instagram	53,6
ВКонтакте	19,6
Одноклассники	12,9
Другое	10,1
Facebook	3,9
22. Видели ли Вы когда-либо социальную рекламу?	
Видел, но не помню, о чем она была	40,8
Никогда не видел	34,0
Видел и помню, о чем она была	25,2
23. Если Вы ВИДЕЛИ раньше социальную рекламу, то назовите два-три случая, что она рекламировала?	
Выборы	44,4
Безопасность дорожного движения	42,9
Благотворительные фонды, помощь больным детям	34,9
Борьба с алкоголизмом, курением и наркоманией	25,4
Пенсионный фонд России	20,6

Здоровый образ жизни, спорт	20,6
Забота о пожилых людях	14,3
Защита детей	12,7
Другое	7,9
Помощь людям с ограниченными возможностями	6,4
Борьба со СПИДом и ВИЧ	6,4
Реклама семейных ценностей	6,4
Помощь бездомным животным	6,4
Материнский капитал	3,2
Воспитание патриотизма	3,2
24. Социальная реклама обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности, и транслирует определенный образ поведения. На Ваш взгляд, социальной рекламы в нашем городе достаточно или недостаточно?	
Недостаточно, редко вижу социальную рекламу	47,2
Никогда не видел. В нашем городе социальной рекламы нет	28,4
Да, считаю, что достаточно	24,4
25. По Вашему мнению, влияет ли социальная реклама на поведение людей?	
Да, она побуждает их менять свое поведение и отношение к социальным проблемам	50,4
Нет, не влияет	49,6
26. Как Вы считаете, на что сегодня, прежде всего, должна быть направлена социальная реклама?	
Призывать к ответственному поведению на дорогах, соблюдению ПДД	47,2
На борьбу с коррупцией	38,8
На борьбу с жестоким обращением с детьми, насилием в семье	36,0
На борьбу с наркоманией	30,0
Призывать к помощи окружающих, к благотворительности	20,8
На борьбу с алкоголизмом	20,4
На борьбу с жестоким обращением с животными	16,0
Она не нужна	10,4
На борьбу с курением	9,6
Другое	3,6
27. Назовите наиболее предпочтительные, по Вашему мнению, места для размещения социальной рекламы в Сургуте	
Видеоролики социальной рекламы в местах массового скопления людей (площади, парки, скверы и т.д.)	33,6
Видеоролики, плакаты и т.п. в общественном транспорте	31,6
Баннеры, афиши, плакаты вдоль автомобильных дорог, автотрасс и т.д.	30,4
Социальная реклама в торговых центрах, крупных магазинах	28,0
Социальная реклама на фасадах многоквартирных домов	24,0
Видеоролики, плакаты и т.п. на территории остановочных павильонов	20,8
Социальная реклама в учреждениях образования (сады, школы, вузы, ссузы, учреждения дополнительного образования и т.д.)	17,6
Социальная реклама в государственных учреждениях и учреждениях здравоохранения (больницы, пенсионный фонд, налоговая, УМВД, фонд социального страхования, центр занятости населения и т. д.)	14,4
Социальная реклама на телевидении, в периодических печатных изданиях, радио	13,2
Видеоролики социальной рекламы на официальных сайтах органов местного самоуправления (портал Администрации города, сайт Думы города, официальные аккаунты Главы города и т.д.)	6,8
Другое	4,4

Распространение социальной рекламы на территории МКД (почтовые ящики, доска объявлений, информационные стенды и т.д.)	3,6
28. Ваш пол	
Женский	67,2
Мужской	32,8
29. Ваш возраст	
50 лет и старше	49,2
31-49 (лет)	34,8
18-30 (лет)	16,0
30. Ваше социальное положение	
Пенсионер	35,6
Специалист (врач, инженер, учитель, юрист и т.д.)	19,6
Рабочий (любой квалификации)	18,8
Домохозяйка/в декретном отпуске	6,4
Студент	5,2
Государственный/муниципальный служащий	4,0
Безработный	3,6
Предприниматель	2,4
Служащий (военные, полиция, МЧС и т.д.)	1,6
Другое	1,6
Руководитель предприятия, организации и их структурных подразделений	1,2

Таблица открытых и полузакрытых вопросов

№ анкеты:	Вопрос / Содержание ответа:	Кол-во повторений
3. Назовите наиболее популярные, по Вашему мнению, местные СМИ, интернет-сообщества, через которые вы получаете информацию о жизни города:		
2, 6, 8, 9, 10, 28, 31, 33, 35, 36, 39, 43, 52, 56, 65, 66, 68, 96, 97, 99, 101, 105, 110, 129, 146, 156, 178, 182, 205, 211, 225, 232, 234, 235, 241, 244, 245, 249	СургутИнформТВ/СИТВ/SITV. RU	38
21, 38, 57, 72, 78, 79, 83, 103, 139, 140, 144, 147, 148, 149, 152, 159, 161, 164, 165, 166, 167, 168, 171, 187, 188, 196, 197, 198, 199, 213, 214, 216, 217	Телевидение/телевизор/новости по телевизору/ТВ новости	33
2, 32, 42, 43, 47, 61, 64, 69, 73, 76, 100, 102, 117, 126, 146, 150, 163, 174, 185, 215, 219, 240, 249	Портал О, Сургут/О, Сургут	23
2, 34, 37, 40, 42, 55, 61, 100, 104, 110, 117, 126, 146, 163, 218, 228, 246, 249	К-inform/ К-Информ	18
2, 9, 31, 41, 60, 64, 85, 95, 106, 111, 145, 157, 182, 227, 233, 245	Сургутинтерновости/Сургут 24	16
26, 36, 50, 53, 79, 81, 107, 113, 119, 151, 164, 195, 206, 207	Новостная лента в Яндексe/Яндекс новости ХМАО/Новости в Яндексe/Новостные сайты в Яндексe/Яндекс	14
27, 17, 58, 85, 89, 96, 101, 130, 145, 150, 157, 160, 185, 242	С1	14
3, 25, 45, 55, 107, 119, 133, 134, 137, 181, 202	Instagram	11
3, 54, 70, 84, 130, 164, 165, 179, 195, 243	Газета «Сургутские ведомости»	10
10, 14, 22, 26, 80, 162, 203, 205, 229,	Газета «Сургутская трибуна»	9
16, 54, 66, 81, 124, 154, 195, 210	Новости Сургута/новости Сургута – телевидение/новости Сургута по телевизору	8
26, 152, 153, 161, 165, 167, 169, 213	Новости Сургута в интернете/новости в интернете/новостные ленты в интернете	8
53, 194, 199, 200, 201, 208, 209, 216	Интернет- порталы/новостные каналы в интернете/новости в интернете/смотрю новости в интернете	8
66, 128, 135, 161, 166, 167, 188	Периодическая печать/газеты/местные газеты	7
6, 77, 96, 100, 104, 105, 176	СИА-пресс	7
28, 30, 60, 173, 230, 237	Новости Югры	6
13, 15, 29, 74, 88, 194	Местные СМИ/местные новости/местные программы по телевизору/местное телевидение/местное радио	6
75, 83, 58, 139, 188	Интернет	5
29, 51, 93, 112, 135	Центральное телевидение	5
94, 123, 191, 238, 239	Не читаю/не использую/не смотрю	5
3, 19, 58, 170	Новости Сургута	4

17, 137, 198, 207	Google/новости в Google	4
135, 148, 166, 178, 183	Официальный портал Администрации/сайт Администрации/Администрация Сургута	4
7, 25, 128	Новости	3
12, 118, 178	ВКонтакте	3
2, 54, 162	Сургут 86	3
12, 17, 159	Группы в Viber/Viber сообщества	3
17, 190	WhatsApp	2
198, 207	Новости на Mail.кг	2
121, 131	Даже не знаю/не знаю	2
66, 203	Новый город	2
8, 107	Facebook	2
2, 104	Surgutdays	2
69, 90, 104	Ura.ru/ура.ру	3
21, 67	Одноклассники	2
30, 62	Портал Администрации, Думы	2
2	Сургут-Афиша	1
11	РБК	1
118	ТИК ТОК	1
13	1 канал	1
15	Региональное телевиденье	1
16	Югория 24	1
108	Телеканал "Югория"	1
17	Югра	1
42	Наш Сургут	1
50	Новости Сургута по телевизору	1
59	Нет таких	1
82	Вестник	1
89	Сургут-сегодня	1
90	Ugra-news, АиФ-Югра	1
91	Социальные сети	1
109	YouTube	1
113	Новости 24	1
120	Телеграмм	1
132	Все подряд	1
138	Югра ТВ	1
143	Неинтересно	1
152	Домовой чат	1
174	Мой Сургут	1
189	Вставай	1
192	Во всех	1
193	Не помню, много	1
212	Редко смотрю новости	1
221	Все	1
222	сургутские	1
4. С какой целью Вы включаете телевизор?		
2, 12, 61	Ребёнок смотрит мультфильмы/мультфильмы/дети смотрят мультфильмы через Youtube по телевизору	3
64, 73, 163	Фильмы/отдыхаю под ненапряженный фильм/кино	3
11, 219	Нет телевизора	2

35	Вообще не смотрю	1
69	Использую для просмотра интернет-каналов	1
77	В качестве монитора	1
179	Смотрю фильмы и интересные передачи	1
215	Смотрю новости	1
217	Редко смотрю телевизор, много работаю	1
5. Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?		
7, 115	НТВ	2
15	Ст1	1
48	У меня нет сургутских телеканалов	1
51	Россия	1
56	СИ	1
81	Новости Сургута	1
92	Джетикс	1
219	Никаким	1
6. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?		
48	Нет канала	1
140	Главные новости соц. программ	1
178	Актуальная информация	1
7. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?		
92	Радио Шансон	1
219	Нет	1
10. Каким МЕСТНЫМ периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?		
41	Новости Югры почти все правда	1
11. Почему именно этим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?		
26, 62, 112, 135, 138, 140, 144, 161, 203, 207	Актуально/свежо и актуально/актуальные проблемы города и страны/всегда свежая информация/свежие новости/всегда актуальная информация о городе	10
16, 58, 83, 179, 211, 215	Приносят в подъезд бесплатно/кто-то кладет в почтовый ящик/газеты приносят в наш дом бесплатно/бесплатно приходит	6
22, 91, 165, 191, 213	Мне интересно/интересно/интересно пишут корреспонденты/интересные рубрики/интересные статьи	5
13, 37, 54, 166	Достоверные сведения/достоверная информация/правдивая информация	4
70, 76, 187, 190	Доступность/доступная газета	4
80, 131, 132, 196	Нравится информация	4
168, 229, 233, 237	Привыкла/привычка/по привычке	4
30, 111, 211	Интересные статьи/интересные рубрики/интересно/интересные и познавательные публикации	3
164, 195	Интересно, особенно «Колонка редактора»/нравятся репортажи, особенно рубрика «Колонка редактора»	2
3, 167	Доверяю	2
11, 49	Получаю на работе/бесплатно на работе беру	2
74, 113	Беру бесплатно в ТЦ/беру в магазине	2
14	Старая закладка	1

15	Интересно. Широко отражает все стороны жизни г. Сургута	1
36	Всегда интересная свежая информация на разные темы	1
39	Профессионализм	1
41	Почти все правда	1
42	Интересно, своевременно, честно	1
44	Люблю читать	1
56	Отражают события в нашем городе	1
66	Нравятся. Как четко, ясно предоставляют информацию	1
67	Четко. Ясно. Интересно	1
68	Первыми печатают все новости и более достоверная информация	1
69	Хорошая подача информации	1
77	Объективность	1
92	Там есть анекдоты	1
106	Местные новости	1
121	Узнать жизнь в городе что, где происходит меняется, узнаю где что новое открылось, заработало	1
130	Новости города	1
146	Других вариантов нет	1
162	Подписана	1
170	Какую приносят дети	1
188	Корреспонденты пишут правду	1
192	Хорошие публикации	1
193	Всем	1
216	Читаю первую и последнюю страницу. Интересно пишут о жизни в городе и о людях.	1
228	Не знаю	1
12. Каким печатным ФЕДЕРАЛЬНЫМ изданиям Вы отдаете предпочтение?		
52	ЗР	1
13. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?		
32, 47, 90, 104	Радио «Рекорд»/«Рекорд»	3
90	«Новое радио»	1
132	Не слушаю	1
219	Нет	1
14. Почему именно этим радиостанциям Вы отдаете предпочтение?		
22, 26, 39, 40, 49, 67, 80, 89, 91, 94, 99, 103, 111, 122, 130, 131, 146, 154, 167, 176, 191, 192, 224, 238, 246	Нравится	25
54, 69, 133, 227, 229, 230, 237, 239	Привыкла/привычка/в автомобиле по привычке	8
25, 44, 57, 82, 119, 138, 221	Интересно/интересно слушать	7
104, 123, 124, 135, 143, 159, 161	Хорошая музыка/слушаю в машине, хорошая музыка/очень много хороших песен	7
3, 12, 53, 61, 163, 249	Нравятся песни/нравится музыка/эти радиостанции крутят музыку, которая мне нравится	6

38, 79, 144, 201, 243	Слушаю песни в машине/слушаю в автомашине	5
51, 157, 225	Приятная музыка	3
95, 235, 242	Музыка и песни/музыка	3
14, 34	Очень познавательная	2
66, 179	Люблю музыку/люблю зарубежную музыку	2
75, 83	Песни наших лет/старые песни/песни 90-х	2
159, 161	Актуальные новости/свежие новости	2
174, 193	Люблю	2
189, 214	Слушаю музыку	2
215, 217	Какое включено в машине, то и слушаю/включено в машине	2
6	Нравится подбор музыки, нет засилья рекламы, интересные ведущие	1
9	Коротко и ясно	1
13	Интересные и разнообразные исполнители	1
16	С юмором жить легче	1
21	Нравится!!! Свежие новости!!! Классное обсуждение!!!	1
27	Не надоедает, приятная музыка	1
29	Нет политики	1
31	Лучшие	1
36	Телевизор мой ловит эти программы, и они очень интересные передачи, свежие новости, музыкальная программа и песни наших лет	1
37	Информационно	1
41	Идёт фоном при поездке на машине	1
42	Интересно, многогранно, своевременно	1
43	Популярное	1
47	Приятно слушать	1
48	Получаю заряд энергии	1
56	Есть полезная информация и хорошая музыка	1
62	Свежие новости и музыка	1
64	Иногда их слушаю. Интересная музыка	1
65	Интересный подбор песен.	1
68	Нравится, как преподносятся новости, и нравятся их развлекательные программы	1
76	Случайность	1
84	Позитив слышим	1
85	Не надоедает	1
90	Интересная информация, отличная музыка	1
96	Нравится репертуар (рок и зарубежка), минимум рекламы и разговорных передач	1
97	Нравится канал, нет дикой музыки	1
100	Для отдыха: много музыки, мало новостей.	1
135	Юмор	1
106	Хорошая информация	1
107	Нормальная музыка и развлекательный контент	1
110	Приятная музыка, в предпраздничный период создают праздничное настроение.	1
117	Разнообразный плей-лист	1

150	Нравятся ведущие	1
156	Все устраивает	1
158	У них музыка лучше	1
162	Любимые мелодии, в машине на даче	1
168	Чередуются новости и песни	1
181	Приемник настроен на эти волны на рабочем месте	1
185	Выбор музыки	1
187	Подходят для поездок в машине	1
190	Еду в машине	1
202	Современные песни	1
219	Нет	1
228	Песни хорошие	1
233	Могу отдохнуть	1
244	Музыка, новости	1
245	Музыка динамичная	1
17. Из каких интернет источников Вы узнаете новости?		
144, 171, 196, 214	Только телевизор/по телевизору/в основном телевизор	4
170, 223	Не пользуюсь интернетом	2
70, 93	Не пользуюсь	2
7	Новости 1 канал, НТВ	1
73	Instagram	1
96	Местные - Sitv.ru	1
158	Тик ток	1
160	Нигде из этих	1
168	Чаще по телевизору и газетам	1
19. В какой социальной сети обязательно должен быть аккаунт у Главы города Сургута?		
50, 144, 209	Все равно	3
74, 131, 175	Не знаю	3
6	В любой сети, где возможен вариант вопрос-ответ напрямую Главе города. Сейчас до него достучаться нереально	1
20	Перечисленными сетями не пользуюсь	1
39	Затрудняюсь с ответом	1
78	Во всех	1
108	Где ему удобно, кому надо получить, информацию найдут	1
132	Где ему нравится	1
136	Сам решит	1
140	Встречи с общественностью и обсуждение для решения проблем	1
20. На какие городские паблики в социальных сетях Вы подписаны?		
6, 7, 10, 11, 13, 22, 29, 38, 44, 50, 55, 57, 58, 60, 71, 72, 74, 79, 81, 95, 103, 123, 139, 143, 147, 148, 151, 164, 169, 171, 196, 197, 198, 200, 201, 206, 208, 209, 210, 212, 214, 217,	Не подписана/не подписан/ ни на какие/нет подписок	42
2, 8, 14, 32, 42, 45, 47, 64, 69, 73, 91, 96, 99, 100, 102, 104, 117, 119,	О, Сургут	28

130, 159, 176, 181, 221, 228, 228, 245, 246, 249		
2, 34, 40, 42, 45, 47, 53, 61, 62, 64, 90, 96, 100, 104, 110, 117, 159, 176, 202, 218, 249	К-inform/К-Информ	21
25, 39, 75, 80, 97, 106, 132, 144, 145, 150, 154, 156, 158, 168, 170, 191, 232, 238, 239	Нет/нет таких/никакие	19
3, 9, 30, 32, 54, 62, 76, 110, 161, 165, 166, 167, 194, 207, 213, 233	Администрация города Сургута	16
3, 30, 54, 165, 167, 187, 195, 199, 207, 213,	Губернатор ХМАО/Комарова	10
54, 62, 161, 165, 166, 167, 194, 199, 213	Дума города Сургута	9
9, 45, 64, 96, 99, 101, 176	СургутИнформТВ	7
37, 45, 53, 54, 62, 113, 166	Новости Сургута	7
2, 3, 54, 62, 165, 166	Сургут 86/86	6
3, 30, 54, 165, 167, 213	Филатов А.С.	6
134, 146, 162, 192, 193, 222	Все/много/более 70/езде	6
17, 82, 88, 190, 229, 243	Instagram	6
73, 166, 167, 195, 199, 213	Страница Вадима Шувалова	6
2, 104, 110, 181, 249	Surgutdays	5
9, 42, 69, 135	Наш Сургут	4
16, 161, 165, 213	ТОСы города/ТОС Черный Мыс	4
64, 165, 166, 207	Сургутские ведомости	4
152, 161, 173, 195	Чат «Добрые соседи»	4
9, 96, 159	Сургут 24	3
17, 227, 237	ВКонтакте	3
111, 211, 213	МКУ «Наш город»	3
153, 161, 195	Домовой чат	3
42, 100	СИА-ПРЕСС	2
12, 96	Регион 86	2
15, 189	Wiber	2
15, 131	Одноклассники	2
78, 188	Не знаю, что такое паблики	2
83, 216	Не понимаю/не понимаю вопроса	2
94, 230	Telegram	2
121, 163	Затрудняюсь сказать/воздержусь	2
2	Сургут-Афиша,	1
8	Анонимный Сургут	1
15	WhatsApp	1
16	Новости 24, Югра Официально	1
36	Одноклассники	1
45	Филармония Сургута	1
51	Ютуб	1
59	Мой Сургут, Потеряшки Сургут	1
70	Нет, не знаю	1
89	Сургут-сегодня	1
107	Галерея кино Сургут	1
110	Аккаунт мэра, аккаунты муниципальных учреждений в сфере культуры и молодежной	1

	политики, образовательных организаций доп. образования	
133	Не помню	1
140	Нет компьютерных знаний	1
166	Приемная Д. Пахотина, Открытый регион Югра, газета «Новый город»	1
21. Информации каких городских пабликов в социальных сетях Вы доверяете больше всего?		
11, 12, 13, 29, 39, 40, 55, 106, 140, 145, 150, 154, 156, 182, 227, 228, 232, 233, 237, 238	Нет таких/никаких, везде врут/нет/никаким	20
8, 14, 47, 69, 73, 102, 104, 146, 181, 249	О, Сургут	10
22, 41, 57, 80, 123, 127, 143, 173, 211, 239,	Не очень доверяю/никому не доверяю/никаким не доверяю/не доверяю	10
3, 62, 76, 161, 165, 166	Администрация г. Сургута	6
82, 189, 190, 229, 243	Instagram	5
34, 54, 113, 207, 214	Новости Сургута/новости города	5
96, 107, 110, 167	Всем вышеперечисленным в равной степени/всем в равной степени/всем вышеперечисленным	4
47, 61, 104, 202	К-Информ	4
9, 111, 119	Сургут 24	3
9, 101, 245	СургутИнформТВ/sitv	3
213, 221, 222	Всем доверяю/всё	3
15, 192	Яндекс	2
42, 100	СИА-ПРЕСС	2
95, 103	Не интересует/не интересуюсь	2
99, 246	СТВ	2
131, 132	Не знаю	2
133, 162	Затрудняюсь ответить	2
64, 166	Газета «Сургутские ведомости»	2
3	Дума г. Сургута	1
7	Не показывает ни один местный канал	1
8	Анонимный Сургут	1
16	Югра. Официально	1
30	Официальным	1
37	Новости	1
45	Слежу все источники информации, делаю выводы, именно фаворита нет	1
51	Ю-туб	1
59	Мой Сургут	1
70	Не пользуюсь	1
91	Не помню	1
94	С1	1
97	Не читаю	1
104	Surgutdays	1
111	СТ	1
117	Нейтрально ко всем	1
121	Доверяю сам себе, много рекламы и вранья	1
122	Доске почета города	1
135	Нашему Сургуту	1

158	Тик ток	1
163	Воздержусь	1
187	Губернатор ХМАО	1
191	Не знаком	1
193	Да	1
195	На кого подписана	1
199	Им и доверяю	1
230	Telegram	1
23. Если Вы ВИДЕЛИ раньше социальную рекламу, то назовите два-три случая, что она рекламировала?		
36, 110	Предупреждение о мошенниках, их звонках по телефону	2
104	Уборку мусора	1
107	Борьба с террором	1
110	Борьба с коррупцией, ПДД	1
130	Реклама депутатов	1
26. Как Вы считаете, на что сегодня, прежде всего, должна быть направлена социальная реклама?		
12, 202	Все выше перечисленное	2
11	Положительные эмоции и информация	1
44	Я за чистоту в городе, за экологию	1
55	Отменить штрафы за тонировку машины	1
59	Против нарушения прав в Сургуте	1
66	На проявление человечности	1
146	Тут в первую очередь должен быть пункт про СПИД и ВИЧ!	1
171	Чтобы не выбрасывали окурки из машин	1
27. Назовите наиболее предпочтительные, по Вашему мнению, места для размещения социальной рекламы в Сургуте		
191, 221, 222	Не нужна	3
131, 174	Роль не играет/ничего не меняет	2
55, 181	В социальных сетях	2
33	Баннер	1
122	На авто работников рекламщиков и авто Администрации	1
132	Не нужна, баннеры все платные	1
30. Ваше социальное положение:		
14	Общественный деятель	1
183	Работающий пенсионер	1
209	Продавец в магазине Магнит	1
249	Наемный рабочий	1

**Мониторинг информационного пространства города Сургута,
в динамике 2019-2021 гг.**

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

	Каждый день	Несколько раз в неделю	Реже, чем 1 раз в неделю ⁹	Крайне редко	Не использую
2019					
Телевидение	70,3	16,1	2,9	5,6	5,0
Пресса	5,6	11,3	10,3	24,8	48,0
Радио	24,7	18,0	9,1	19,3	28,9
Интернет	79,5	7,5	1,1	3,2	8,8
2020					
Телевидение	44,9	12,2	–	24,0	18,9
Пресса	6,9	6,5	–	19,7	66,9
Радио	18,7	6,9	–	14,6	59,8
Интернет	83,1	4,5	–	3,3	9,1
2021					
Телевидение	60,0	17,6	–	11,6	10,8
Пресса	4,8	15,6	–	32,0	47,6
Радио	16,8	16,8	–	24,0	42,4
Интернет	75,2	9,6	–	5,6	9,6

С какой целью Вы включаете телевизор?, %

	2020	2021
Работает как фон ¹⁰	21,7	20,8
Смотрю конкретные телепередачи, фильмы и т.д.	28,3	50,8
Смотрю только за компанию/с семьей	14,0	16,8
Смотрю телевизор с целью получения полной и достоверной информации о жизни в городе/стране	24,8	34,8
Другое	5,7	6,4
Не включаю телевизор/вообще не смотрю телевизор	17,5	8,0

Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?, %

	2019	2020	2021
ТК «СургутИнформТВ» ¹¹	55,4	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	
С1	–	21,3	48,7
86	–	2,6	17,4

⁹ Вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.

¹⁰ В 2020-2021 гг. вариант ответа «работает как фон» был изменен на вариант «смотрю как фон».

¹¹ В 2020-2021 гг. вариант ответа «ТК «СургутИнформТВ» был изменен на варианты «С1», «86».

Сургут 24 ¹²	50,0	29,7	51,7
ТРК «Регион-Тюмень» (Тюмень)	14,1	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	
Югра	7,5	14,6	18,7
ГТРК Югория	9,3	4,3	29,6
Другое	1,0	18,7	4,4
Не смотрю никакие региональные и городские телеканалы	22,8	29,2	17,8
Затрудняюсь ответить/никаким не отдаю предпочтение	5,0	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	

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

	2019	2020	2021
Всегда актуальная и свежая информация	70,3	54,7	72,5
Адекватные, приятные, интересные ведущие	24,9	9,8	27,5
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	9,2	4,1	7,4
Удобное время выхода передач и новостных блоков	24,1	13,9	42,3
Наличие эксклюзивных выпусков, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	9,4	4,4	13,8
Наличие утренних шоу	3,1	2,0	6,4
Наличие большого количества развлекательных программ	1,3	3,0	3,7
Отсутствие большого количества развлекательных программ	2,4	1,7	10,1
Привычка	15,5	13,9	16,9
Другое	3,7	20,9	2,1
Затрудняюсь ответить	8,9	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	

Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, %

	2019	2020	2021
Новости Сургута	72,3	48,0	75,7
Новости. Сургут 24 ¹³	–	24,0	47,1
Новости. Главное ¹⁴	–	1,4	13,2
Новости Югры	16,8	10,1	27,0
Вести Югории	15,5	5,4	23,8
Новости-комментарий	0,3	0,7	5,8
Топ-топ новости	3,6	0,7	8,5
Итоги недели	22,1	8,4	37,0
За дело!	0,8	0,3	8,5
Сарафан-FM	7,1	2,4	9,0
Вставай!	10,9	4,7	13,2
Диалог	2,3	1,0	13,2
Что произошло	2,8	0,7	9,0
Что покупаем	4,6	0,7	13,8
Вести-Регион-Тюмень	11,5	2,4	19,1
Деловые люди	0,8	0,0	8,5
Другое	0,8	13,5	1,1
Ничего из вышперечисленного	6,1	13,5	2,1

¹² В 2020-2021 гг. вариант ответа «ТРК «Сургутинтерновости» был изменен на вариант «Сургут 24».

¹³ Данный вариант ответа не определялся в 2019 г.

¹⁴ Также.

В центре событий	43,0	Данные варианты ответа не определялись в 2020-2021 гг.
За скобками	4,6	
Реальное время	0,0	
Спортклуб	1,8	
В курсе дела	3,8	
На троих	1,3	
Телевизионный обзор новостей	12,0	
Затрудняюсь ответить	5,1	

За последние несколько лет стали ли Вы смотреть телевизор меньше?, %

	2020	2021
Да	58,7	49,2
Нет	41,3	50,8

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

	2019	2020	2021
Не читаю прессу	49,3	39,6	45,2
В основном в печатном виде	18,4	11,4	24,0
В основном в электронном виде	25,6	46,1	26,4
В равной степени в печатном и электронном виде	6,8	3,0	4,4

Каким МЕСТНЫМ периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?, %

	2019	2020	2021
Сургутские ведомости ¹⁵	4,4	7,5	47,5
Вестник	4,8	4,2	8,0
Нефть Приобья	5,9	6,2	8,8
Сургутская трибуна	29,2	19,2	40,9
Новый город	21,2	7,8	30,7
Другое	0,8	9,8	0,7
Не читаю никакие периодические издания (прессу)	52,7	56,7	26,3
Северный университет	0,0	Данные варианты ответа не определялись в 2020-2021 гг.	
Ступени СурГПУ	0,8		
Северный колокол	0,8		
Сибирский газовик	1,3		
Скрижаль	0,4		
На страже закона	1,9		
Электропрофсоюз	0,0		
Затрудняюсь ответить/никаким не отдаю предпочтение	5,3		

Каким печатным ФЕДЕРАЛЬНЫМ изданиям Вы отдаете предпочтение?, %

	2019	2020	2021
Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	5,6	6,0	7,9
Аргументы и факты – Югра	16,3	21,8	19,8
Комсомольская правда – Югра	7,5	9,0	10,9
Телесемь (Телегид) ¹⁶	–	15,0	15,8
Не читаю федеральные печатные издания	70,0	47,4	59,4
Другое	3,9	9,0	1,0
Коммерсант	2,1	Данные варианты	

¹⁵ В 2020-2021 г. вариант ответа «Сургутские ведомости Скрижаль» был изменена на вариант «Сургутские ведомости».

¹⁶ Данный вариант ответа не определялся в 2019 г.

Российская газета	4,1	ответа не определялись в 2020-2021 гг.
Эксперт	0,6	
Собеседник	2,4	

Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?, %

	2019	2020	2021
Русское Радио	17,4	10,4	24,4
Ретро FM	5,6	4,5	17,2
ХИТ FM	18,9	9,1	16,4
Европа Плюс	14,7	9,8	14,8
Авторadio	26,3	4,9	21,6
Дорожное радио	21,0	5,7	21,6
Юмор FM	12,7	1,0	11,2
Вести FM	5,6	1,8	2,8
Эхо Москвы	3,7	0,4	2,8
Радио 7	3,7	2,0	8,4
Радио России	5,2	0,4	2,4
Радио «Радио»	1,9	0,0	0,0
Радио Шансон	16,0	3,1	14,8
DFM	7,3	5,3	8,4
Радио Югра	1,2	1,2	3,6
Серебряный Дождь	9,3	3,1	10,0
Наше радио	3,9	2,0	5,2
Радио Маяк	8,3	2,0	6,8
Радио «Дача»	9,3	3,7	14,4
Другое	2,1	11,6	2,4
Не слушаю никакие радиостанции	19,5	44,7	24,8
Затрудняюсь ответить/нет предпочтений	2,1	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	

Пользуетесь ли Вы социальными сетями?, %

	2019	2020	2021
Да	85,7	81,1	85,2
Нет	14,3	18,9	14,8

Какими социальными сетями (мессенджерами) Вы пользуетесь?, %

	2019	2020	2021
ВКонтакте	68,1	66,5	56,8
Instagram	48,4	60,4	64,3
Одноклассники	54,4	30,8	48,4
Facebook	16,8	16,3	12,7
Twitter	8,5	9,2	7,5
YouTube	35,5	39,8	38,0
WhatsApp, Viber ¹⁷	55,7	Данный вариант ответа не определялся в 2020-2021 гг.	
WhatsApp	–	55,3	66,7
Viber	–	55,8	74,2
Telegram	11,4	29,6	30,5

¹⁷ В 2020-2021 гг. вариант ответа «WhatsApp, Viber» был изменен на варианты «WhatsApp», «Viber».

Мой мир на Mail.ru	4,9	7,5	9,4
Другие	1,0	1,7	0,0

Из каких интернет источников Вы узнаете новости?, %

	2020	2021
Поисковики (Яндекс, Mail.ru, Рамблер, Google и т.д.) или перехожу через них по ссылкам	50,0	56,8
Социальные сети, блоги, форумы (Twitter, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и т.д.) или перехожу через них по ссылкам	40,4	38,0
Интернет-ресурсы, интернет-СМИ	9,3	23,6
Мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber и т.д.)	12,2	22,8
Другие сайты	14,0	8,8

Видели ли Вы когда-либо социальную рекламу?, %

	2020	2021
Видел и помню, о чем она была	30,1	25,2
Видел, но не помню, о чем она была	37,0	40,8
Никогда не видел	32,9	34,0

Если Вы ВИДЕЛИ раньше социальную рекламу, то назовите два-три случая, что она рекламировала?, %

	2020	2021
Борьба с алкоголизмом, курением и наркоманией	29,4	25,4
Безопасность дорожного движения	25,5	42,9
Пенсионный фонд России	11,8	20,6
Благотворительные фонды, помощь больным детям	16,3	34,9
Забота о пожилых людях	7,8	14,3
Защита детей	15,0	12,7
Помощь людям с ограниченными возможностями	5,2	6,4
Борьба со СПИДом и ВИЧ	7,8	6,4
Здоровый образ жизни, спорт	9,2	20,6
Реклама семейных ценностей	3,3	6,4
Выборы	11,1	44,4
Помощь бездомным животным	4,6	6,4
Материнский капитал	3,3	3,2
Воспитание патриотизма	2,6	3,2
Другое	20,9	7,9

Социальная реклама обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности, и транслирует определенный образ поведения. На Ваш взгляд, социальной рекламы в нашем городе достаточно или недостаточно?, %

	2020	2021
Да, считаю, что достаточно	40,7	24,4
Недостаточно, редко вижу социальную рекламу	32,5	47,2
Никогда не видел. В нашем городе социальной рекламы нет	11,6	28,4
Затрудняюсь ответить ¹⁸	15,2	—

По Вашему мнению, влияет ли социальная реклама на поведение людей?, %

	2020	2021

¹⁸ Данный вариант ответа не определялся в 2021 году.

Да, она побуждает их менять свое поведение и отношение к социальным проблемам	61,2	50,4
Нет, не влияет	26,0	49,6

Как Вы считаете, на что сегодня, прежде всего, должна быть направлена социальная реклама?, %

	2020	2021
На борьбу с наркоманией	47,0	30,0
На борьбу с жестоким обращением с детьми, насилием в семье	37,0	36,0
Призывать к ответственному поведению на дорогах, соблюдению ПДД	34,1	47,2
На борьбу с алкоголизмом	23,4	20,4
На борьбу с коррупцией	27,6	38,8
На борьбу с жестоким обращением с животными	17,1	16,0
На борьбу с курением	8,7	9,6
Призывать к помощи окружающих, к благотворительности	14,0	20,8
Она не нужна	2,0	10,4
Другое	12,2	3,6

Назовите наиболее предпочтительные, по Вашему мнению, места для размещения социальной рекламы в Сургуте, %

	2020	2021
Социальная реклама на фасадах многоквартирных домов ¹⁹	–	24,0
Баннеры, афиши, плакаты вдоль автомобильных дорог, автотрасс и т.д.	36,0	30,4
Видеоролики социальной рекламы в местах массового скопления людей (площади, парки, скверы и т.д.)	30,9	33,6
Видеоролики, плакаты и т.п. в общественном транспорте ²⁰	18,5	31,6
Видеоролики, плакаты и т.п. на территории остановочных павильонов ²¹	14,0	20,8
Социальная реклама в торговых центрах, крупных магазинах	26,4	28,0
Социальная реклама в учреждениях образования (сады, школы, ВУЗы, ССУЗы, учреждения дополнительного образования и т.д.)	12,2	17,6
Видеоролики социальной рекламы на официальных сайтах органов местного самоуправления (портал Администрации города, сайт Думы города, официальные аккаунты Главы города и т.д.)	7,9	6,8
Распространение социальной рекламы на территории МКД (почтовые ящики, доска объявлений, информационные стенды и т.д.)	3,0	3,6
Социальная реклама в государственных учреждениях и учреждениях здравоохранения (больницы, пенсионный фонд, налоговая, УМВД, фонд социального страхования, центр занятости населения и т. д.)	6,9	14,4
Социальная реклама на телевидении, в периодических печатных изданиях, радио	19,3	13,2
Другое	14,0	4,4

¹⁹ Данный вариант ответа не определялся в 2020 году.

²⁰ В 2021 году вариант ответа «Видеоролики, «бегущая строка», плакаты и т.п. в общественном транспорте» был изменен на вариант «Видеоролики, плакаты и т.п. в общественном транспорте».

²¹ В 2021 году вариант ответа «Видеоролики, «бегущая строка», плакаты и т.п. на территории остановочных Павильонов» был изменен на вариант «Видеоролики, плакаты и т.п. на территории остановочных павильонов».