



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

ОТЧЕТ

о результатах социологического исследования на тему:

**«Мониторинг информационного пространства
города Сургута»**

Руководитель проекта:

Р.Р. ВАЛИЕВА – начальник отдела социологических исследований и администрирования документов стратегического планирования МКУ «Наш город»

Составитель:

Ю.О. МАСЛОВА – ведущий эксперт отдела социологических исследований и администрирования документов стратегического планирования МКУ «Наш город»

Сургут, 2019 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	14
4.1. Телевидение.....	14
4.2. Пресса.....	22
4.3. Радио.....	23
4.4. Интернет.....	27
Заключение	43
Приложение 1. Таблицы линейных распределений.....	45
Приложение 2. Кодификатор открытых и «полузакрытых» вопросов....	51
Приложение 3.Таблицы сопряженности.....	55

1. Методологический раздел

Социологическое исследование, посвящённое анализу информационного пространства города Сургута, проведено во исполнение распоряжения Администрации города от 06.03.2019 № 382 «Об утверждении плана-графика социологических исследований на 2019 год» муниципальным казённым учреждением «Наш город» и ООО «ЭС СИ ЭМ КОНСАЛТ», г. Казань в период с марта по июнь 2019 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;
- выявить основания выбора респондентами того или иного СМИ;
- определить степень вовлеченности сургутян в социальные сети и основные причины использования соц. сетей;
- 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 исключают для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений.

¹ Полевой этап: март – апрель 2019 года, выполнен обществом с ограниченной ответственностью «ЭС СИ ЭМ КОНСАЛТ» в рамках муниципального контракта № 14/19 от 18.03.2019 по заказу МКУ «Наш город».

3. Отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях в большей степени воспринимается населением положительно.

4. Печатные СМИ пользуются наибольшей популярностью у представителей старшей возрастной категории (55 лет и старше).

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	20	36
25-34	60	71
35-44	52	58
45-54	45	46
55 и старше	52	60
Итого	229	271

² По данным Федеральной службы государственной статистики на 01.01.2017.

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).

Таблица 3. Распределение выборочной совокупности по избирательным округам

Избирательный округ	Численность избирателей³	%	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

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».

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.

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	Февраль 2019
1.2	Создание и согласование диагностического инструментария	
2. Организационный этап		
2.1	Проведение опроса среди жителей города, контроль качества полевых работ (телефонный контроль подлинности проведения опроса – до 80% от выборочной совокупности; 100% визуальный контроль качества и объёма заполнения анкет)	Март – апрель 2019
3. Завершающий этап		
3.1	Обработка и кодировка результатов опроса	Май – июнь 2019
3.2	Анализ, в том числе, динамики данных прошлых лет, подготовка и оформление отчета	
3.3	Тиражирование и предоставление отчета в адрес заказчика	

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

2. Информация о респондентах

Среди 500 опрошенных респондентов 53,9% женщин и 46,1% мужчин. Половозрастные характеристики участников опроса представлены в диаграмме (рис. 1).

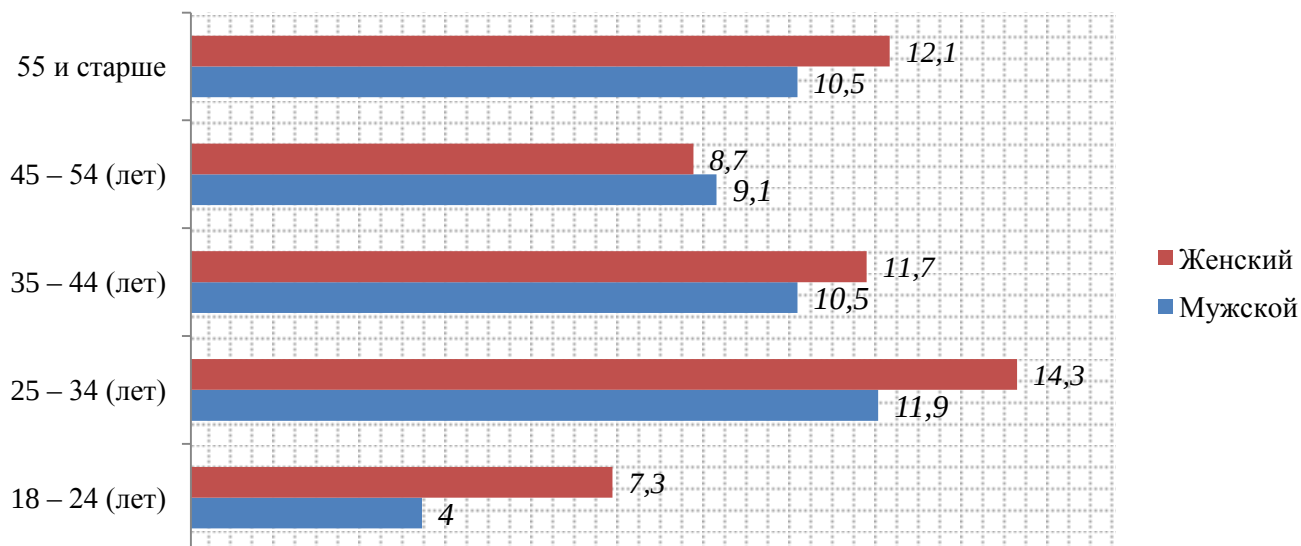


Рис. 1. Половозрастные характеристики респондентов, %

В отношении возрастных категорий данные распределились следующим образом: наибольший процент опрошиваемых приходится на возрастной диапазон от 25 до 34 лет и респондентов старше 55 лет. Наименьшее количество опрошенных составляют представители молодежи, горожане в возрасте 18-24 лет.

В отношении социального положения респондентов данные распределились следующим образом (рис. 2):

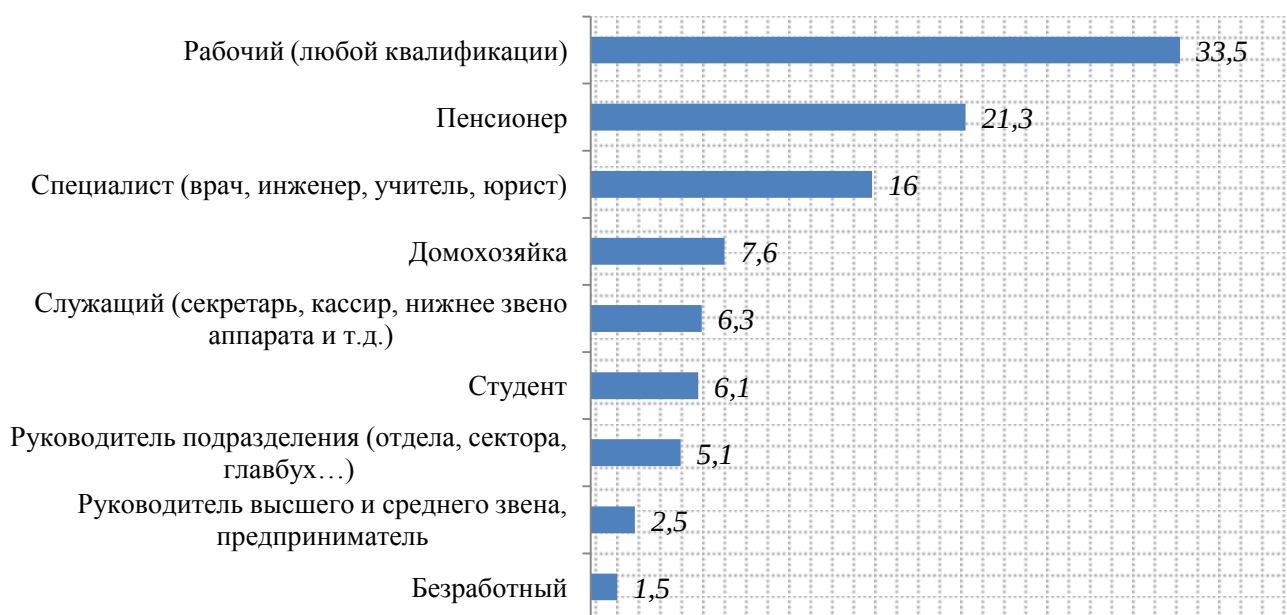


Рис. 2. Ваше социальное положение?, %

Большинство участников опроса являются рабочими различных квалификаций – 33,5%, а также пенсионерами – 21,3%. Далее следуют специалисты – 16%. Наименьшее число принявших участие в опросе составляют безработные – 1,5% от общего числа опрошенных. Соотношение возрастных категорий респондентов с их социальным положением представлено в табл. 5.

Таблица 5. Парные распределения ответов на вопрос о социальном положении респондентов с их возрастными характеристиками, %⁵

	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше
Студент	5,9	0,2	0,0	0,0	0,0
Безработный	0,2	0,6	0,0	0,6	0,0
Пенсионер	0,0	0,0	0,0	2,1	19,2
Домохозяйка	1,5	3,8	1,3	0,8	0,2
Рабочий (любой квалификации)	2,1	10,6	10,4	7,6	2,7
Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	0,6	5,9	5,7	3,2	0,6
Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	0,2	2,7	2,1	1,1	0,2
Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух...)	0,2	1,7	1,7	1,3	0,2
Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель	0,0	1,1	0,4	1,1	0,0

⁵ Распределение ответов по таблице (слою).

3. 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.

Согласно результатам опроса, наиболее часто используемым СМИ для получения информации об основных событиях, произошедших в стране, является центральное телевидение (72,9%), в то время как информацию о событиях, происходящих в городе, большинство респондентов узнают через интернет (64,2%) (рис. 3).

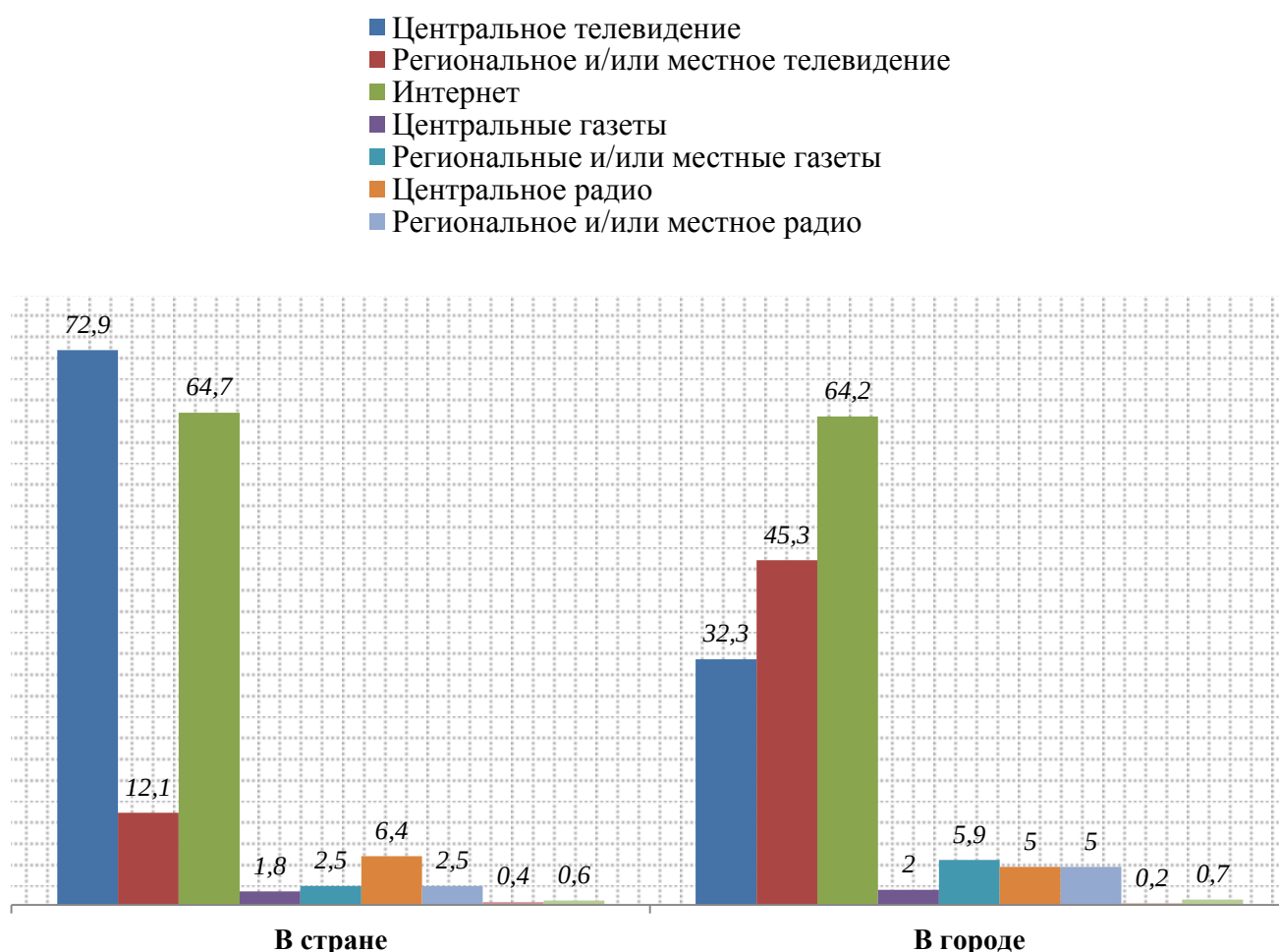


Рис. 3. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации Вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?, %

Стоит отметить, что по результатам мониторинга, в 2019 году роль центрального телевидения в информировании горожан о событиях, происходящих в стране, выросла также как и роль местного телевидения в информировании о городских событиях (табл. 6).

Таблица 6. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?, в динамике 2018-2019 гг., %

	В стране		В городе	
	2019	2018	2019	2018
Центральное телевидение	72,9	61,2	32,3	36
Региональное и/или местное телевидение	12,1	18	45,3	37,9
Интернет	64,7	60,4	64,2	54
Центральные газеты	1,8	2	2	1,4
Региональные и/или местные газеты	2,5	0,6	5,9	3,6
Центральное радио	6,4	1,2	5	1,2
Региональное и / или местное радио	2,5	0,6	5	0,2
Другое	0,4	1,6	0,2	3,2
Затрудняюсь ответить	0,6	1	0,7	2,8

При этом исходя из ответов горожан, интернет, с каждым годом набирает все большее количество ответов, в качестве наиболее предпочтительного СМИ для получения новостей, касающихся как событий в стране, так и в городе (рис. 4). Если в 2015 году для получения информации о событиях в городе к «всемирной паутине» обращались только 44,5% респондентов, то к 2019 году количество человек, отметивших интернет как наиболее удобный источник получения информации, выросло до 64,2%. Так же необходимо отметить, что данная цифра практически сравнялась с количеством горожан, получающих информацию о событиях, происходящих в стране через интернет.

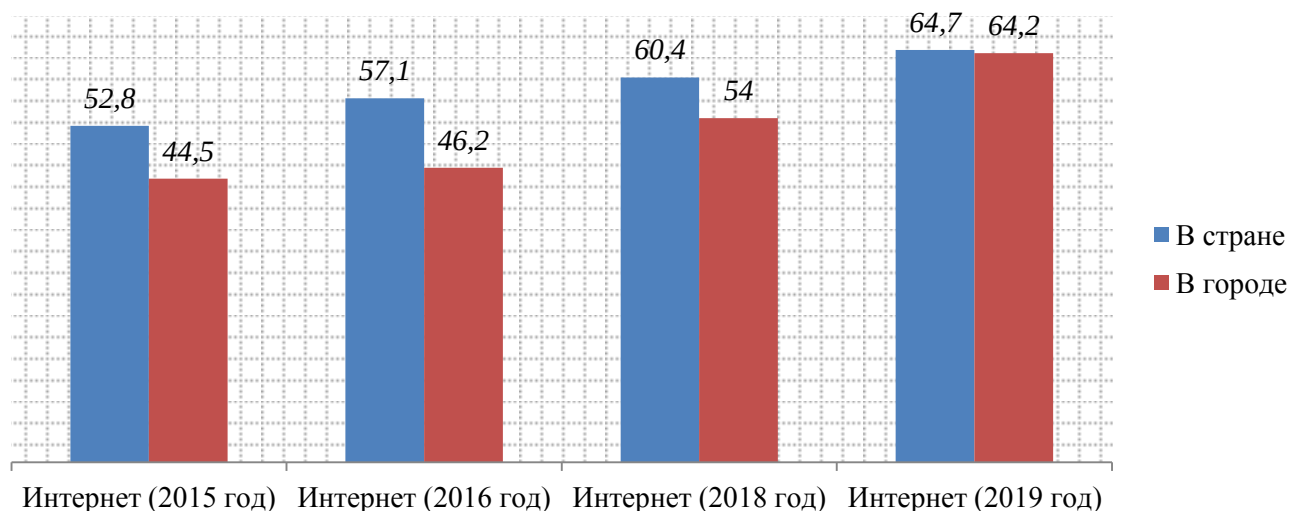


Рис. 4. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации Вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе? (Интернет), в динамике 2015-2019 гг., %⁶

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

Аналогично исследованию прошлого года, интернет опережает другие средства массовой информации по частоте использования. По данным опроса, всемирную сеть используют каждый день 79,5% респондентов, при том, что к телевидению, как к основному источнику получения информации ежедневно обращаются только 70,3% ответивших (рис. 5). К средствам массовой информации, которые респонденты практически не используют, большинство отнесли прессу (48%) и радио (28,9%).

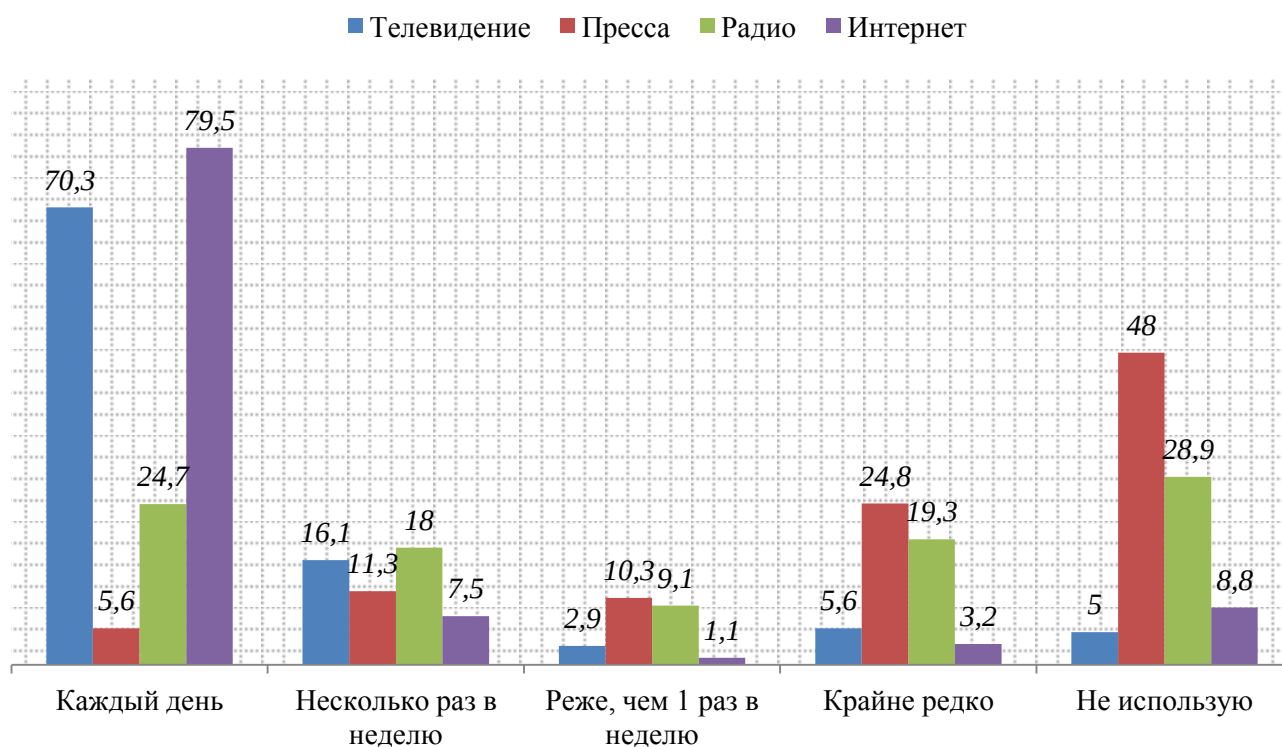


Рис. 5. Как часто Вы используете следующие источники информации?, %

В большей степени интернет как источник информации предпочтителен для людей в возрасте от 18 до 24 лет (96,4%), а также для возрастной группы 25-34 года (93,8%). Примечательно, что 100% анкетированных, отметивших использование интернета ежедневно, являются студентами. При этом такие средства массовой информации, как телевидение и периодические печатные издания, используют ежедневно, в основном, респонденты в возрасте 55 лет и старше.

Согласно исследованию прошлого года, более половины опрошенных сургутян отдали свое предпочтение электронным версиям публикаций изданий. Опрос текущего года в свою очередь показал, что интерес к печатным изданиям, в том числе и в электронном виде, все больше угасает (рис. 6). Почти половина респондентов (49,3%) отметили, что не читают вообще никакую прессу, тогда как в исследовании 2018 года процент отметивших данный вариант составлял всего 19,9%, а периодические издания в электронном виде предпочтительными

остаются только для 25,6% участников опроса, против 55,5% опрошенных в 2018 году.

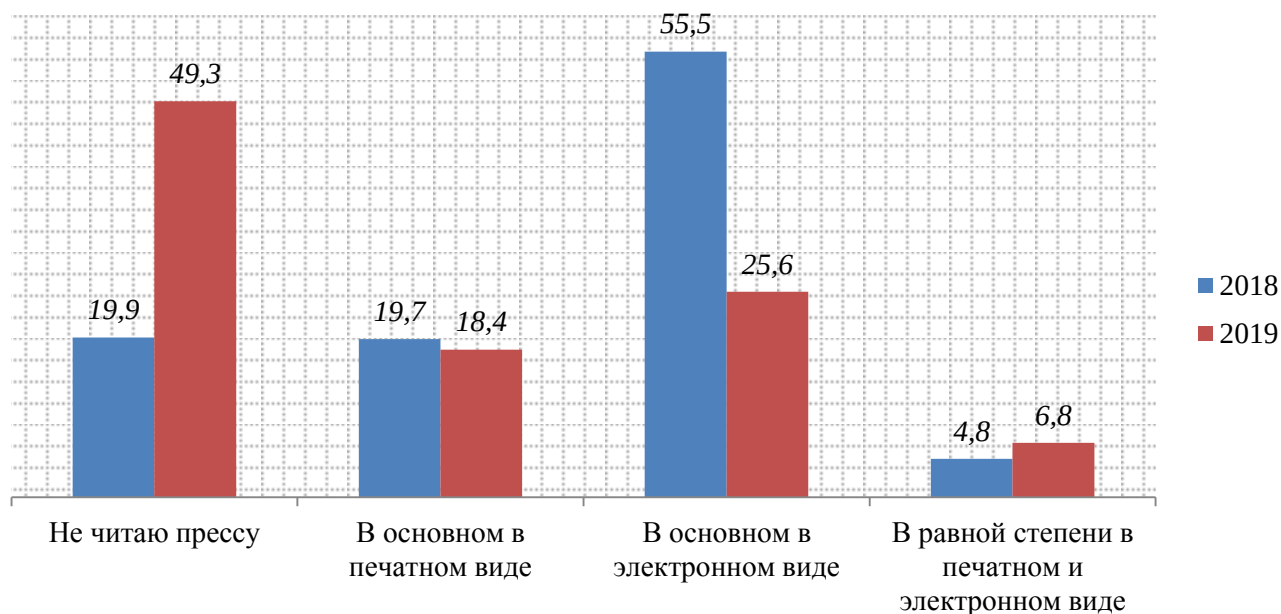


Рис. 6. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?, в динамике 2018-2019 гг., %

Следующим этапом исследования являлось определение уровня доверия сургутян по отношению к основным источникам СМИ (рис. 7).



Рис. 7. Есть ли источники информации, которым вы доверяете больше, чем остальным? И если да, то, каким именно?, %

Полученные данные показывают, что, не смотря на возрастающую ежегодно популярность интернета, наибольшим доверием, по мнению респондентов, все же пользуется телевидение (52,8%). При этом новостным сайтам в интернете свое доверие выразили 40,5% опрошиваемых.

Таким образом, можно заключить, что предпочтения жителей города в выборе источников информации с годами практически не меняются. Лидирующие позиции в предпочтениях горожан остаются у телевидения и интернета, в то время как печатные СМИ все больше теряют свою актуальность. Информация радиоэфиров у большинства респондентов не вызывает достаточного доверия, так же как и не пользуется популярностью, говоря о ежедневном прослушивании радиостанций с целью получения той или иной информации. Интернет с каждым годом набирает лидирующие позиции. При этом стоит отметить, что большинство респондентов всех возрастов, согласно результатам опроса, пользуются возможностями всемирной сети ежедневно.

4. 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 открытых вопросов, позволивших определить степень популярности каждого из средств массовой информации.

4.1. Телевидение

При выборе региональных и городских каналов большинство респондентов, аналогично исследованиям предыдущих лет, отдали свое предпочтение таким телекомпаниям/телерадиокомпаниям как: «СургутИнформТВ» (55,4%) и «Сургутинтерновости» (50%). Стоит отметить, что данные телекомпании, занимают лидирующие позиции по результатам проведенных опросов с 2015 года. ТОП-3 ответов респондентов на данный вопрос согласно сведениям мониторинга с 2015 года показан в таблице 7.

Таблица 7. Каким телеканалам Вы отдаете предпочтение? (региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании), в динамике 2015-2019 гг., %

2015 год	%	2016 год	%	2018 год	%	2019 год	%
ТК «Сургут ИнформТВ»	80,5	ТК «Сургут ИнформТВ»	73,2	ТК «Сургут ИнформТВ»	33,1	ТК «Сургут ИнформТВ»	55,4
ТРК «Сургут интерновости»	58,1	ТРК «Сургут интерновости»	54,0	ТРК «Сургут интерновости»	23,4	ТРК «Сургут интерновости»	50,0
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	14,1	Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	13,1	Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	23,0	Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	22,8

Первая строчка рейтинга, по результатам ежегодного мониторинга, принадлежит телекомпании «СургутИнформТВ». Вариант ответа «не смотрю

никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании», находится на стабильном третьем месте рейтинга с 2016 года, причем данный ответ в большинстве случаев выбирали участники опроса в возрасте от 18 до 34 лет. Стоит отметить, что согласно анализу парных распределений, основной аудиторией вышеперечисленных телекомпаний/телерадиокомпаний в большинстве являются жители города в возрасте от 45 лет и старше.

В соотношении выбора приоритетных каналов с социальным положением респондентов получены следующие данные (табл. 8):

Таблица 8. Парные распределения ответов на вопрос: «Каким телеканалам Вы отдаете предпочтение? (региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании)» с социальным положением респондентов, %

	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух...)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
ТК «СургутИнформТВ»	34,6	42,9	69,4	57,1	55,7	64,4	46,4	50,0	50,0
ТРК «Сургутинтерновости»	30,8	28,6	63,3	48,6	49,0	64,4	46,4	59,1	20,0
ТРК «Регион-Тюмень»	3,8	14,3	25,5	11,4	8,7	12,3	21,4	13,6	30,0
ГТРК «Югория»	3,8	0,0	17,3	5,7	8,1	8,2	7,1	9,1	0,0
ОТРК «Югра»	0,0	14,3	14,3	5,7	5,4	8,2	7,1	9,1	0,0
Другое	0,0	0,0	1,0	0,0	1,3	1,4	0,0	4,5	0,0
Не смотрю никакие телекомпании и телерадиокомпании	57,7	42,9	7,1	34,3	26,2	17,8	32,1	22,7	50,0

Согласно результатам опроса, основной аудиторией таких телекомпаний/телерадиокомпаний как «СургутИнформТВ» и «Сургутинтерновости» являются пенсионеры, а также специалисты различных сфер деятельности. ТРК «Регион-Тюмень» в большинстве случаев отмечали респонденты, являющиеся руководителями высшего и среднего звена, а участники опроса, являющиеся студентами, в большинстве отметили вариант ответа: «не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании».

Приоритетом в выборе той или иной телекомпании/телерадиокомпании, большинством респондентов ежегодно отмечается актуальность информации, транслируемой на данном канале (70,3%). Далее, в исследовании 2019 года одним из основных критериев выбора респондентами канала стало наличие адекватных, приятных и интересных ведущих (24,9%). При этом 24,1% опрошенных отметили удобное время выхода передач, что также из года в год является немаловажным фактором при выборе телекомпании, которой респонденты отдают свое предпочтение (рис. 8).

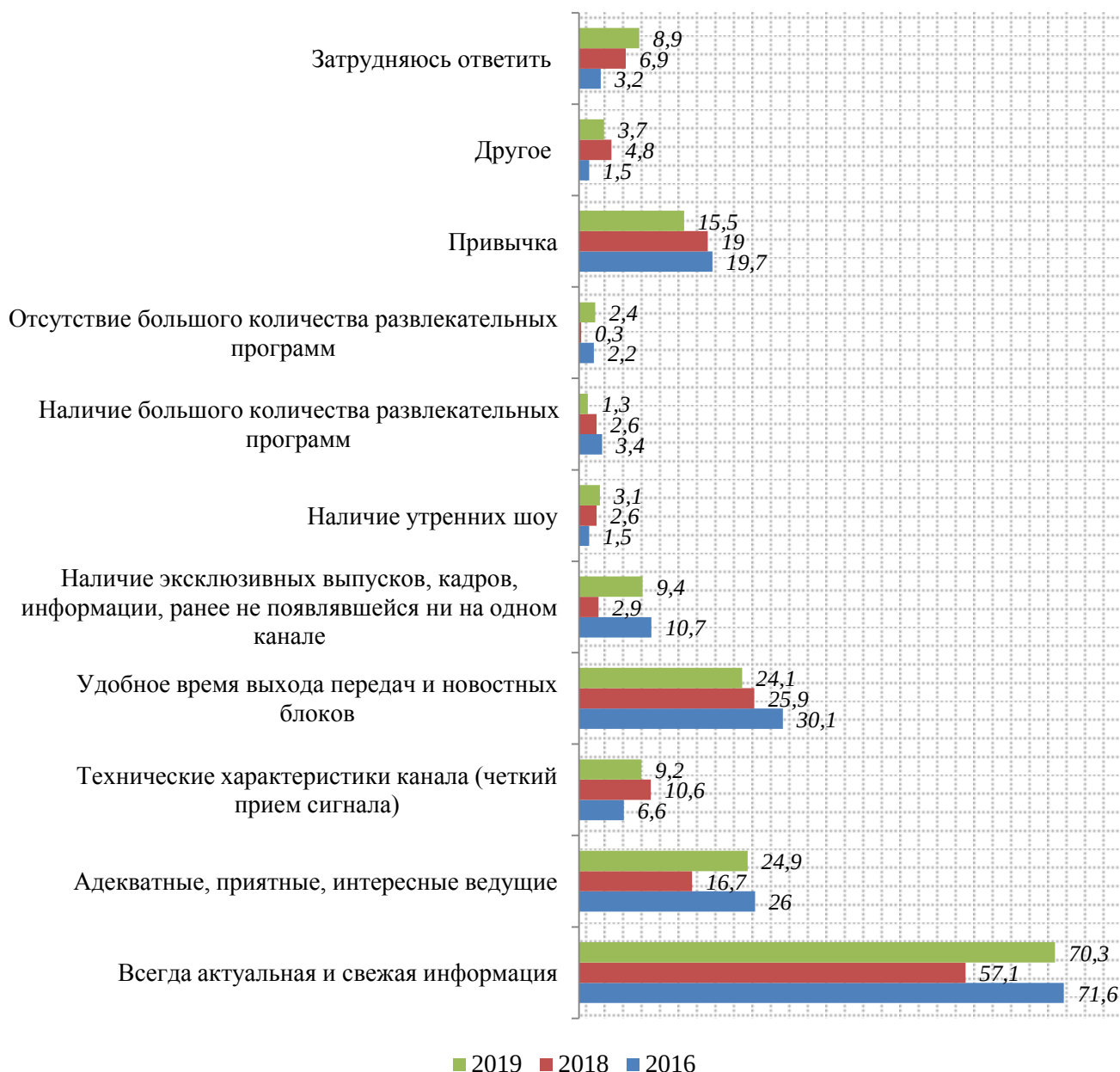


Рис. 8. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?, в динамике 2016-2019 гг., %

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

были выбраны, показали, что большинство респондентов, составляющие аудиторию ТК «СургутИнформТВ» отмечают выбор данного канала наличием утренних шоу. Наибольшее число опрошиваемых, выбравших приоритетным для получения информации ТРК «Сургутинтерновости», отметили данный канал за отсутствие большого количества развлекательных программ и наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале. Благодаря удобному времени выхода передач и новостных блоков большинство респондентов отдают предпочтение ГТРК «Югория», а наличие большого количества развлекательных программ, в свою очередь, отметили респонденты, являющиеся зрителями ТРК «Регион-Тюмень» (табл. 9).

Таблица 9. Парные распределения ответов на вопрос: «Каким телеканалом Вы отдаете предпочтение?» с вопросом «Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?», %

	всегда актуальная и свежая информация	адекватные, приятные, интересные ведущие	технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	удобное время выхода передач и новостных блоков	наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	наличие утренних шоу	наличие большого количества развлекательных программ	отсутствие большого количества развлекательных программ	привычка	другое	затрудняюсь ответить
ТК «СургутИнформТВ»	81,3	80,0	74,3	82,6	80,6	83,3	80,0	77,8	78,0	42,9	34,4
ТРК «Сургутинтерновости»	72,4	74,7	88,6	80,4	88,9	50,0	60,0	88,9	71,2	35,7	28,1
ТРК «Регион-Тюмень»	22,0	28,4	34,3	28,3	11,1	8,3	60,0	11,1	16,9	0,0	3,1
ГТРК «Югория»	14,9	18,9	17,1	22,8	11,1	16,7	20,0	0,0	6,8	0,0	3,1
ОТРК «Югра»	10,8	17,9	8,6	10,9	13,9	16,7	20,0	22,2	13,6	14,3	0,0
Другое	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,1	0,0	3,1

Среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, по-прежнему лидируют новостные блоки. Программа «Новости Сургута» (72,3%) ТК «СургутИнформТВ» и «В центре событий» (43%) ТРК «Сургутинтерновости» из года в год являются самыми интересными программами, по мнению сургутян (рис. 9). Стоит отметить, что основными зрителями программы «Новости Сургута», согласно проведенному анализу, являются мужчины и горожане старше 55 лет (в частности пенсионеры). Молодое поколение (18-24 года), аналогично результатам исследования прошлого года, отдают наибольшее предпочтение новостным блокам «В центре событий» телерадиокомпании «Сургутинтерновости». На третьей и четвертой позиции рейтинга самых просматриваемых программ ежегодно остаются «Итоги недели» (22,1%) и «Новости Югры» (16,8%).

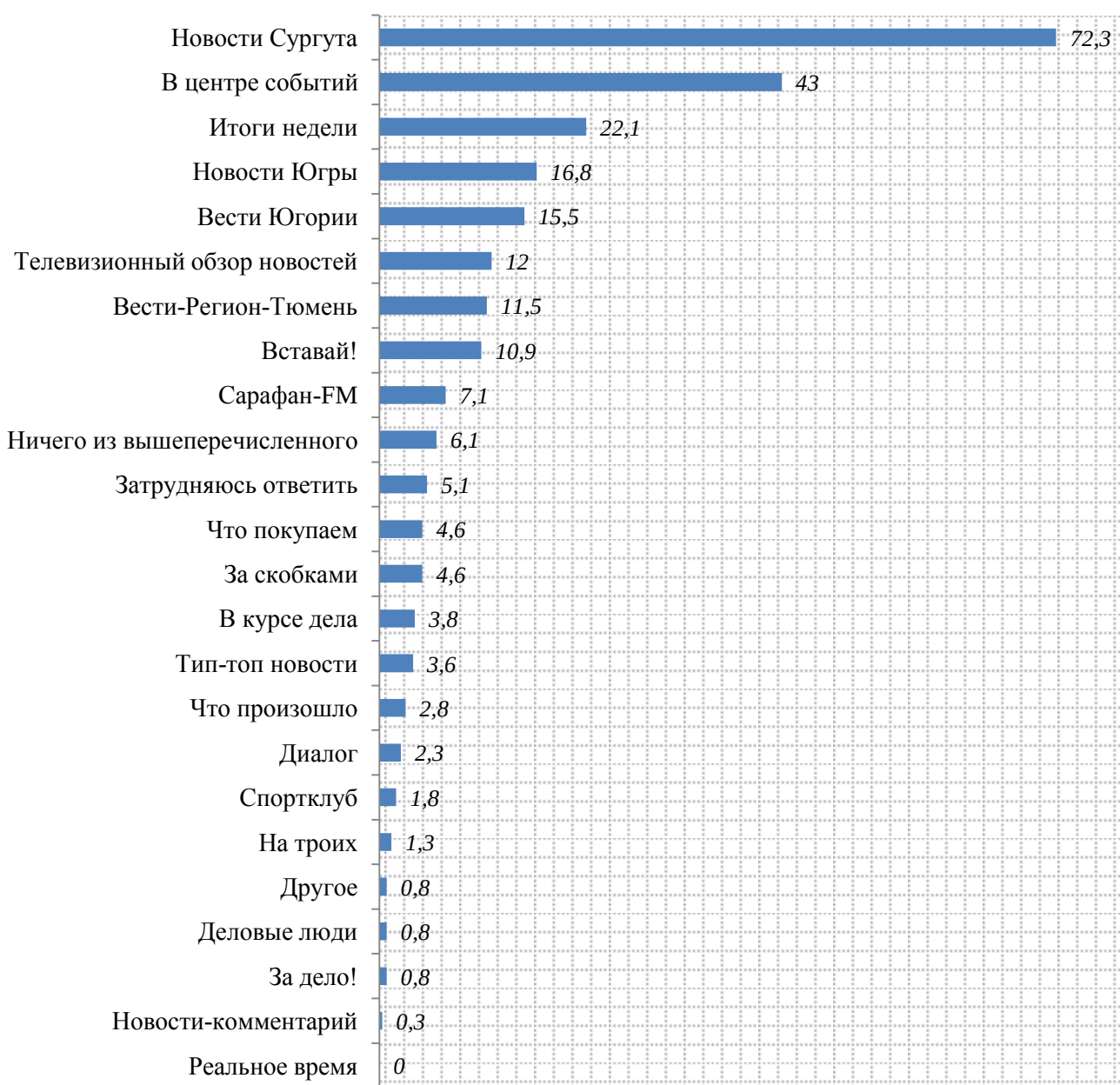


Рис. 9. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, %

Мониторинг рейтинга телевизионных программ с 2016 года выглядит следующим образом (табл. 10).

Таблица 10. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, в динамике 2016-2019 гг., %

2016 год		2018 год		2019 год	
Новости Сургута	82,6	Новости Сургута	69,6	Новости Сургута	72,3
В центре событий	44,3	В центре событий	19,0	В центре событий	43
Итоги недели	26,7	Новости Югры	16,7	Итоги недели	22,1
Новости Югры	22,4	Итоги недели	14,3	Новости Югры	16,8
Вставай!	13,8	Другое	7,4	Вести Югории	15,5
ТОН	12,9	Вести Югории	7,1	Телевизионный обзор новостей	12
Вести Югории	10,0	Затрудняюсь ответить	6,6	Вести-Регион-Тюмень	11,5
Новости Севера	8,8	Ничего из вышеперечисленного	5,8	Вставай!	10,9
Диалог	5,5	ТОН	5,3	Сарафан-FM	7,1
Ничего из вышеперечисленного	3,8	Новости Севера	5,0	Ничего из вышеперечисленного	6,1
Кухня	3,3	Что покупаем	4,5	Затрудняюсь ответить	5,1
Тип-топ новости	2,9	Вставай!	4,0	За скобками	4,6
Затрудняюсь ответить	1,4	Излом	3,7	Что покупаем	4,6
Стройка	1,0	Тип-топ новости	1,1	В курсе дела	3,8
Эпицентр	0,7	За скобками	1,1	Тип-топ новости	3,6
Не все равно	0,2	Что произошло	0,8	Что произошло	2,8
За!дело	0,2	Усы, лапы, хвост	0,8	Диалог	2,3
Другое	0,2	Диалог	0,5	Спортклуб	1,8
Регламент	0,2	За!дело	0,3	На троих	1,3
Формула событий	0,0			За дело!	0,8
				Деловые люди	0,8
				Другое	0,8
				Новости-комментарий	0,3
				Реальное время	0

Самым удобным для респондентов временем, для просмотра телевизионных программ остается, так же как и в исследовании прошлого года, вечернее (78,8%) и утреннее (39,5%) время (рис. 10).

Дневное время, исходя из результатов проведенного опроса, является наиболее удобным для респондентов, определивших свой социальный статус как

безработный, а просмотр ночных телепередач – для представителей возрастной категории 18-24 года, преимущественно являющихся служащими нижнего звена аппарата и студентами.

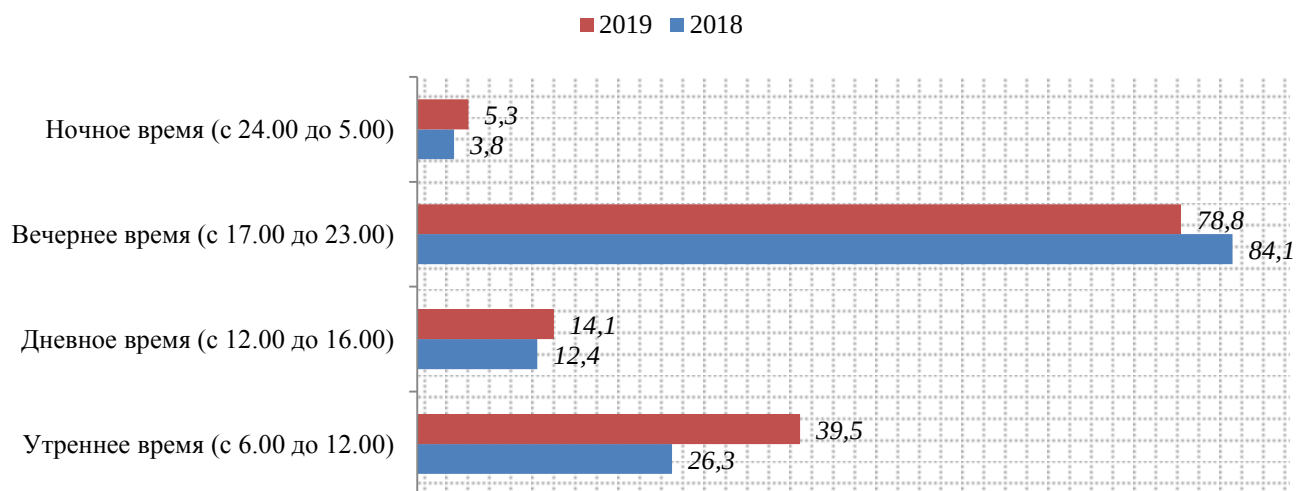


Рис. 10. В какое время суток Вы обычно просматриваете телевизионные программы (кино или др.)?, в динамике 2018-2019 гг., %

Далее, респондентам был задан вопрос, готовы ли они вообще отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений (рис. 11).

Стоит отметить, что согласно данным Всероссийского опроса, проведенного ФОМ⁷ в январе 2019 года, 60% россиян не готовы отказаться от телевидения, в пользу других источников СМИ, в то время как допускают такую возможность всего 26% жителей страны.

Ответы сургутян, исходя из полученных результатов, соответствуют данным Всероссийского опроса. Боле половины респондентов (56,8%) полностью исключают возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации, но 34,2% все же допускают такую возможность. Затруднились при ответе на данный вопрос всего 9% респондентов (рис. 11).

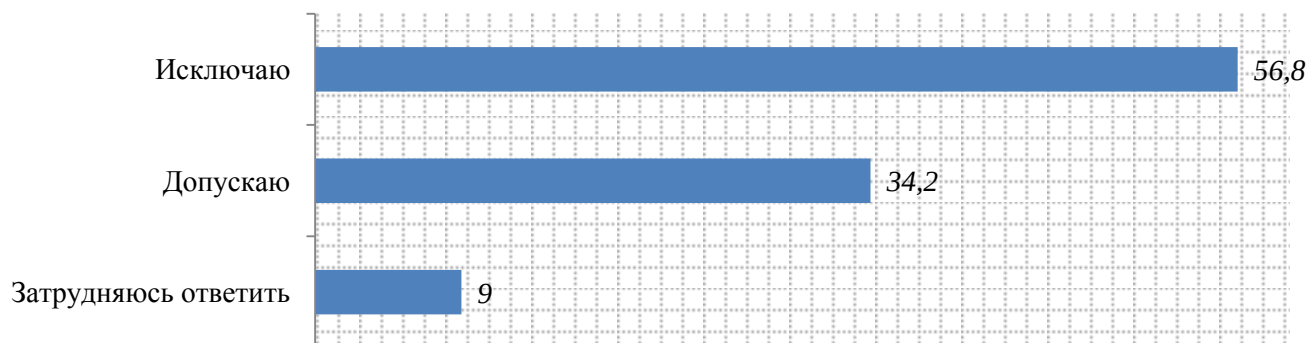


Рис. 11. Вы допускаете или исключаете для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений?, %

⁷ Фонд «Общественное мнение», данные социологического исследования на тему: «Источники новостей и доверие СМИ», январь 2019 года. <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170>

4.2. Пресса

Тройка самых популярных печатных изданий в исследовании 2019 года полностью соответствует результатам, полученным годом ранее (рис. 12):



Рис. 12. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?, %

Более половины опрошенных отметили, что вовсе не читают прессу (52,7%). Среди тех, кто все же использует периодические печатные издания для получения информации о событиях в городе, 29,2% отдают свое предпочтение газете «Сургутская трибуна», а 21,2% участников опроса – газете «Новый город».

Согласно полученным данным, печатную прессу предпочитают в большинстве женщины и представители старшей возрастной группы (55 лет и старше).

Мониторинг результатов опроса по федеральным печатным СМИ показал ежегодное угасание интереса у большинства респондентов к общероссийским

изданиям. Стоит отметить, что среди наиболее популярных у читающих федеральную прессу изданий, таких как: «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда», аудитория опрошенных респондентов также значительно уменьшается (рис. 13).

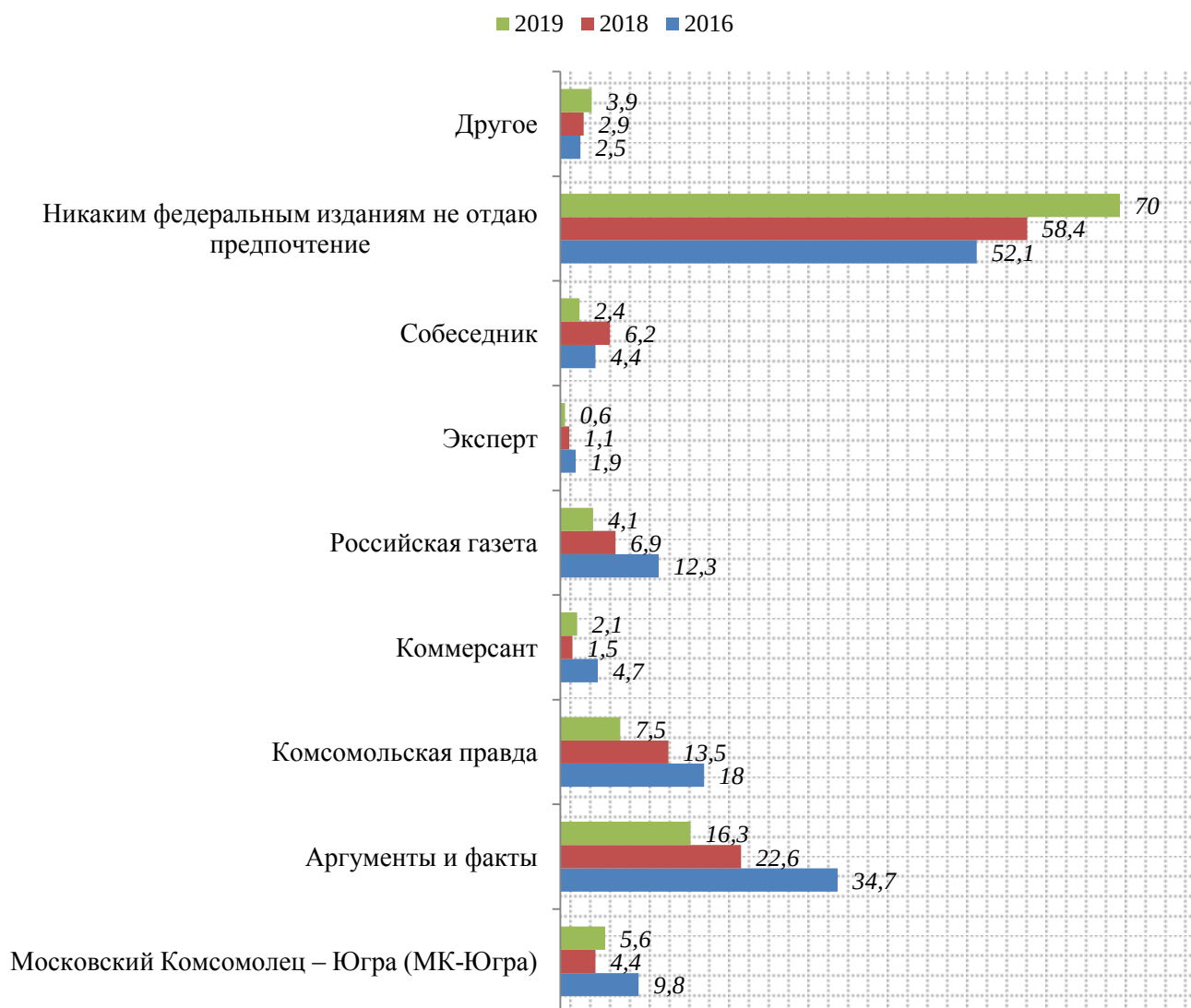


Рис. 13. Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?, в динамике 2016-2019 гг., %

Данные результаты говорят о том, что печатные СМИ как источник получения информации с развитием технологий продолжают терять свою актуальность в современном мире.

4.3. Радио

С целью определения рейтинга самых популярных радиостанций респондентам традиционно был задан открытый вопрос, в котором они могли в свободной форме высказать мнение относительно своих предпочтений (рис. 14). Стоит обратить внимание, что варианты ответов не предоставлялись и

респонденты сами называли радиостанции, которые они чаще всего прослушивают.

Наиболее прослушиваемыми радиостанциями в исследовании этого года респондентами были названы «Авторадио» (26,3%) и «Дорожное радио» (21%). Третьим по популярности ответом стал: «не слушаю никакие радиостанции» (19,5%).

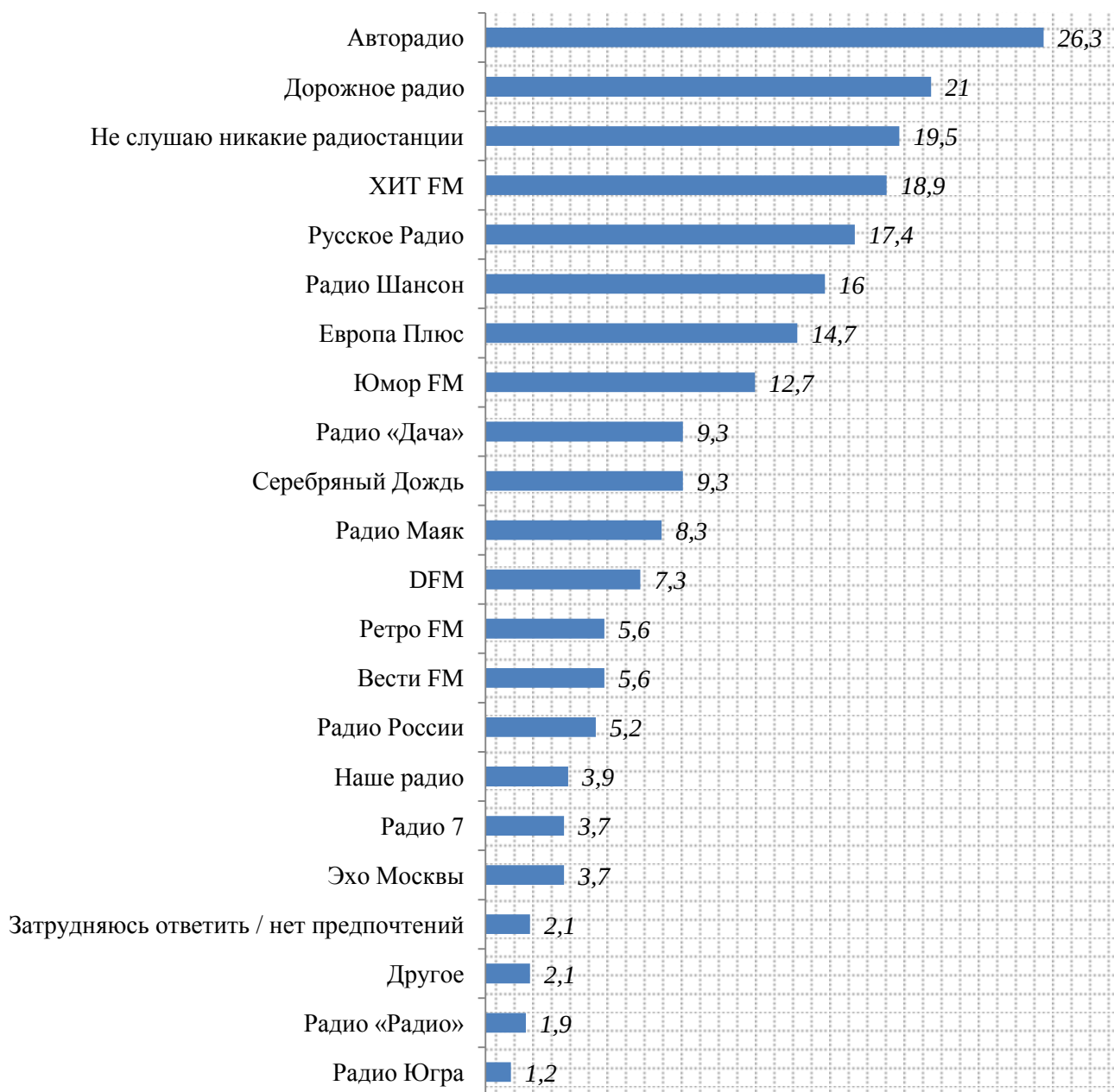


Рис. 14. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?, %

Говоря о причинах выбора той или иной радиостанции, респонденты, кроме мнений о хорошей музыке и интересной информации, неоднократно называли такой фактор, как четкий прием сигнала в машине либо отмечали, что слушают

радио только во время поездок в авто⁸. Стоит предположить, что радио, как средство массовой информации в большей степени используется участниками опроса ситуативно.

Рассматривая вопрос о прослушивании предпочитаемых радиостанций с частотой использования радио, можно отметить, что большинство радиослушателей ежедневно пользующиеся данным источником информации, чаще отмечали такие радиостанции, как: «Авторадио», «Русское радио», «ХИТ FM» и «Дорожное радио» (рис. 15).

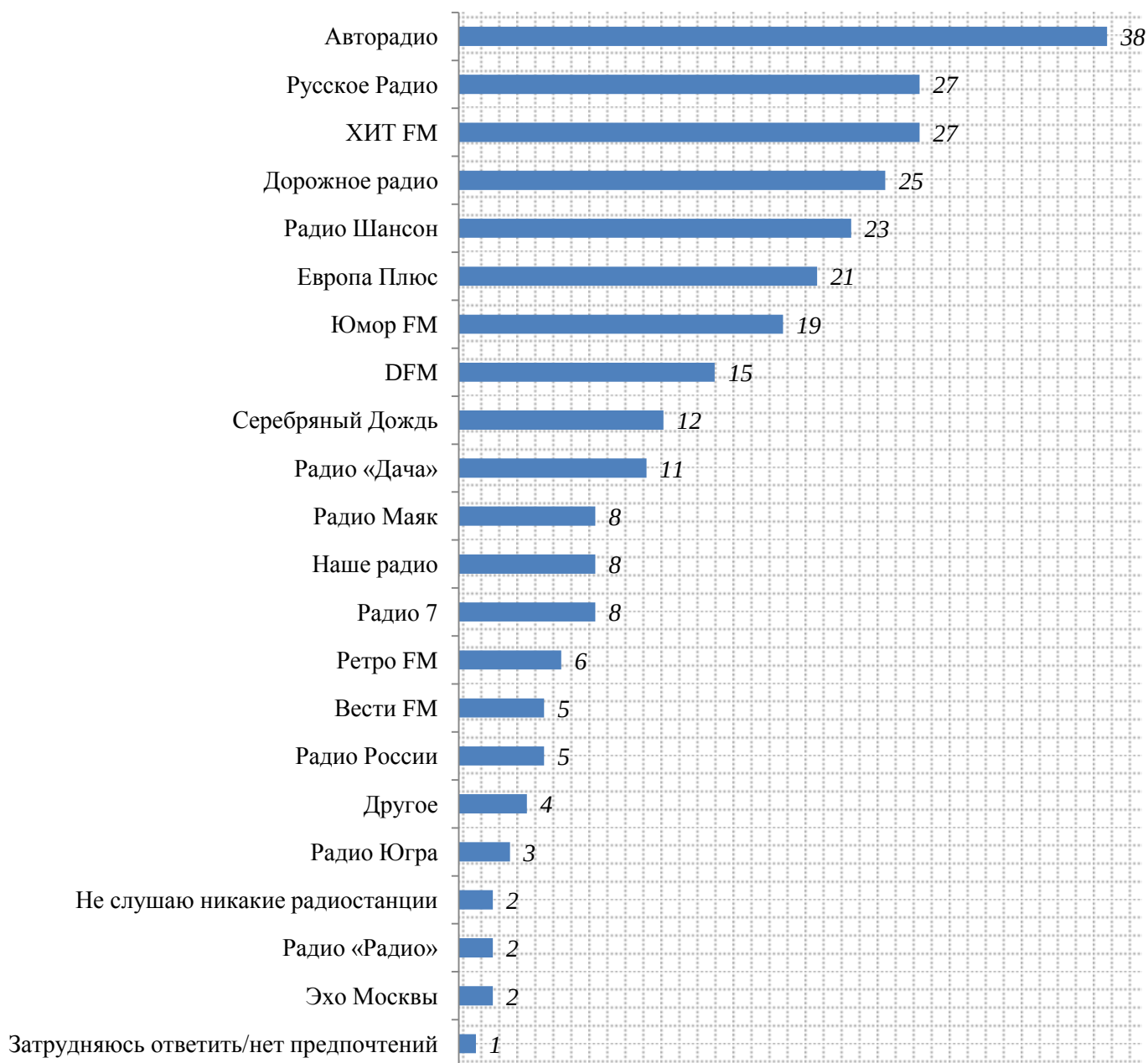


Рис. 15. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?» с вопросом «Как часто вы используете радио в качестве источника информации? (вариант ответа «каждый день»)), %

⁸ Подробнее с ответами на открытый вопрос анкеты можно ознакомиться в приложении 2 к отчету.

Парное распределение ответов на вопрос о предпочитаемых радиостанциях с возрастом респондентов показало, что для участников опроса в возрасте 18-24 лет наиболее предпочтительной радиостанцией является «ХИТ FM». Участники опроса 25-34 лет, исходя из ответов, являются слушателями радиостанции «Европа плюс». Горожане в возрасте 35-44 лет чаще слушают «Авторадио», а респонденты старшей возрастной категории в большинстве сказали о том, что вообще не слушают никакие радиостанции (табл. 11).

Таблица 11. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?» с возрастными характеристиками респондентов, %⁹

	18-24 (лет)	25-34 (лет)	35-44 (лет)	45-54 (лет)	55 и старше
Радио России	0	2,3	2,9	12,2	8,3
Эхо Москвы	5,4	2,3	5,7	3,7	2,8
ХИТ FM	33,9	27,1	21	8,5	7,4
Серебряный Дождь	7,1	9,3	7,6	13,4	9,3
Радио «Радио»	0	1,6	2,9	4,9	0
Дорожное радио	25	21,7	19	22	18,5
Юмор FM	3,6	14	22,9	17,1	2,8
Вести FM	5,4	3,9	7,6	6,1	5,6
Русское Радио	12,5	20,9	24,8	17,1	9,3
Радио 7	3,6	1,6	7,6	6,1	0,9
Ретро FM	5,4	4,7	4,8	9,8	4,6
Авторадио	16,1	25,6	38,1	24,4	21,3
Радио Шансон	8,9	7	19	24,4	20,4
DFM	12,5	14,7	7,6	0	0
Радио Югра	0	0,8	1,9	2,4	0,9
Европа Плюс	19,6	28,7	14,3	7,3	0,9
Наше радио	1,8	3,1	11,4	2,4	0
Радио Маяк	5,4	2,3	9,5	13,4	12
Радио «Дача»	7,1	3,9	14,3	8,5	13
Другое	3,6	4,7	0	2,4	0
Не слушаю никакие радиостанции	23,2	12,4	13,3	17,1	34,3
Затрудняюсь ответить/нет предпочтений	1,8	3,1	1,9	2,4	0,9

⁹ Распределение ответов по столбцу.

4.4. Интернет

Аналогично исследованиям последних лет, социальные сети сохраняют лидирующие позиции в рейтинге профилей интернет-порталов (рис. 16).

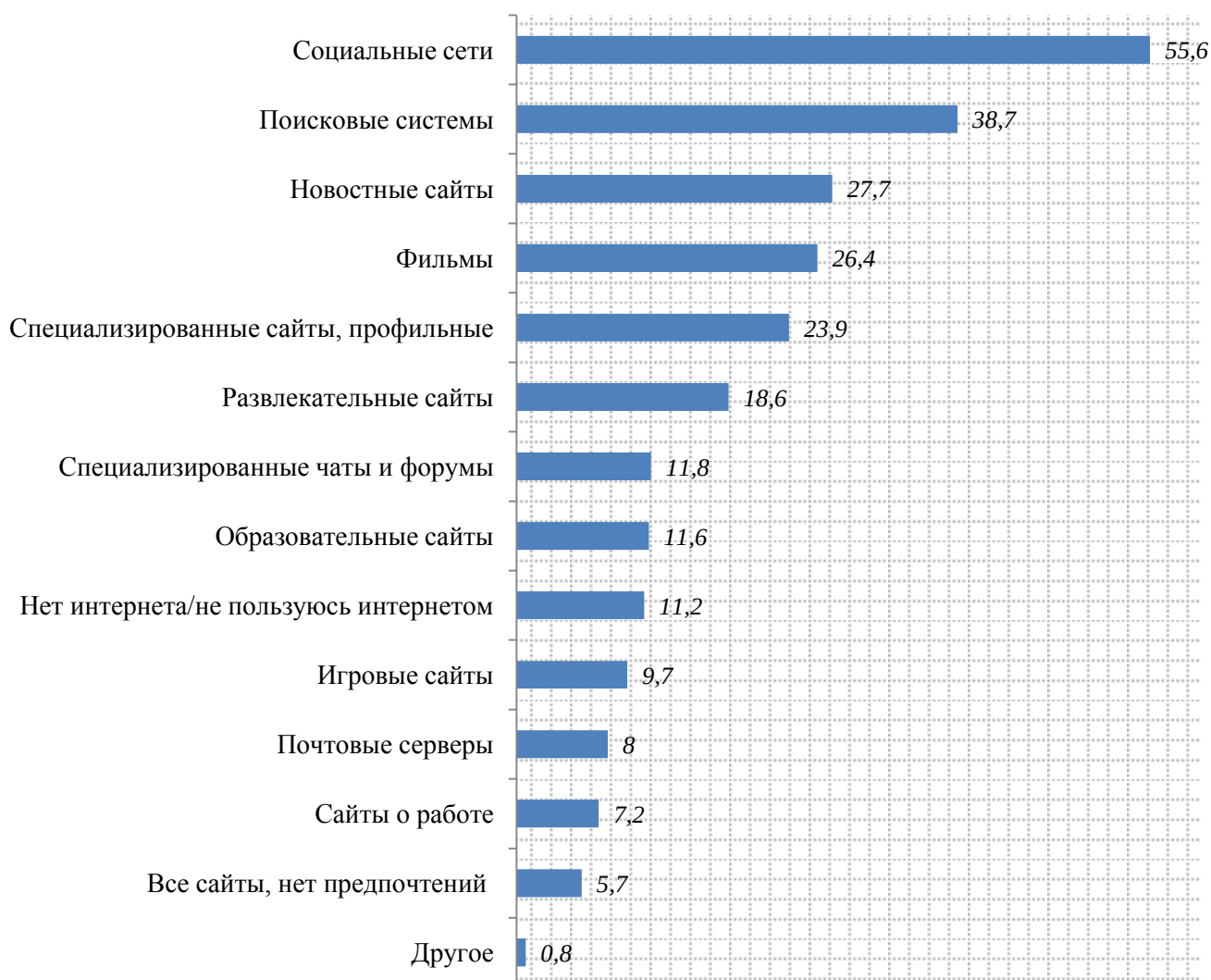


Рис. 16. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?, %

Предпочтения участников опроса в выборе интернет-порталов, как видно на рис. 17, незначительно изменились. Лидирующие позиции, исходя из ответов горожан, остаются за социальными сетями, поисковыми системами и новостными сайтами. Но стоит отметить, что большинство респондентов среди своих предпочтений в исследовании этого года выделили просмотр фильмов посредством интернета – 26,4% (в 2018 году – 9,9%), а также использование развлекательных (18,6%) и игровых сайтов (9,7%) (в 2018 году 7,9% и 3% соответственно).

Социальными сетями, так же как развлекательными сайтами и просмотром фильмов онлайн, по данным исследования, в большинстве пользуются представители возрастной категории 18-24 (68,5%), новостные сайты являются

наиболее популярными у жителей города в возрасте 35-44 лет (36,2%), к поисковым системам чаще обращаются респонденты 25-34 лет (53,6%), а отвечали, что не пользуются интернетом, традиционно, граждане старшей возрастной группы – 55 лет и старше.



Рис. 17. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?, в динамике 2018-2019 гг., %

Согласно результатам опроса наиболее узнаваемым, а также вызывающим наибольшее доверие респондентов, аналогично исследованию прошлого года, является официальный сайт Администрации города Сургута («знаю» – 64,2%, «доверяю» – 49%). Далее, среди наиболее узнаваемых сайтов респондентами были названы: сайт Думы города Сургута («знаю» – 31,3%, «доверяю» – 23,2%) и Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО – Югры («знаю» – 27,2%, «доверяю» – 21,7%) (рис. 18).

Стоит отметить, что узнаваемость того или иного сайта не гарантирует полного доверия к информации, размещенной на нем.

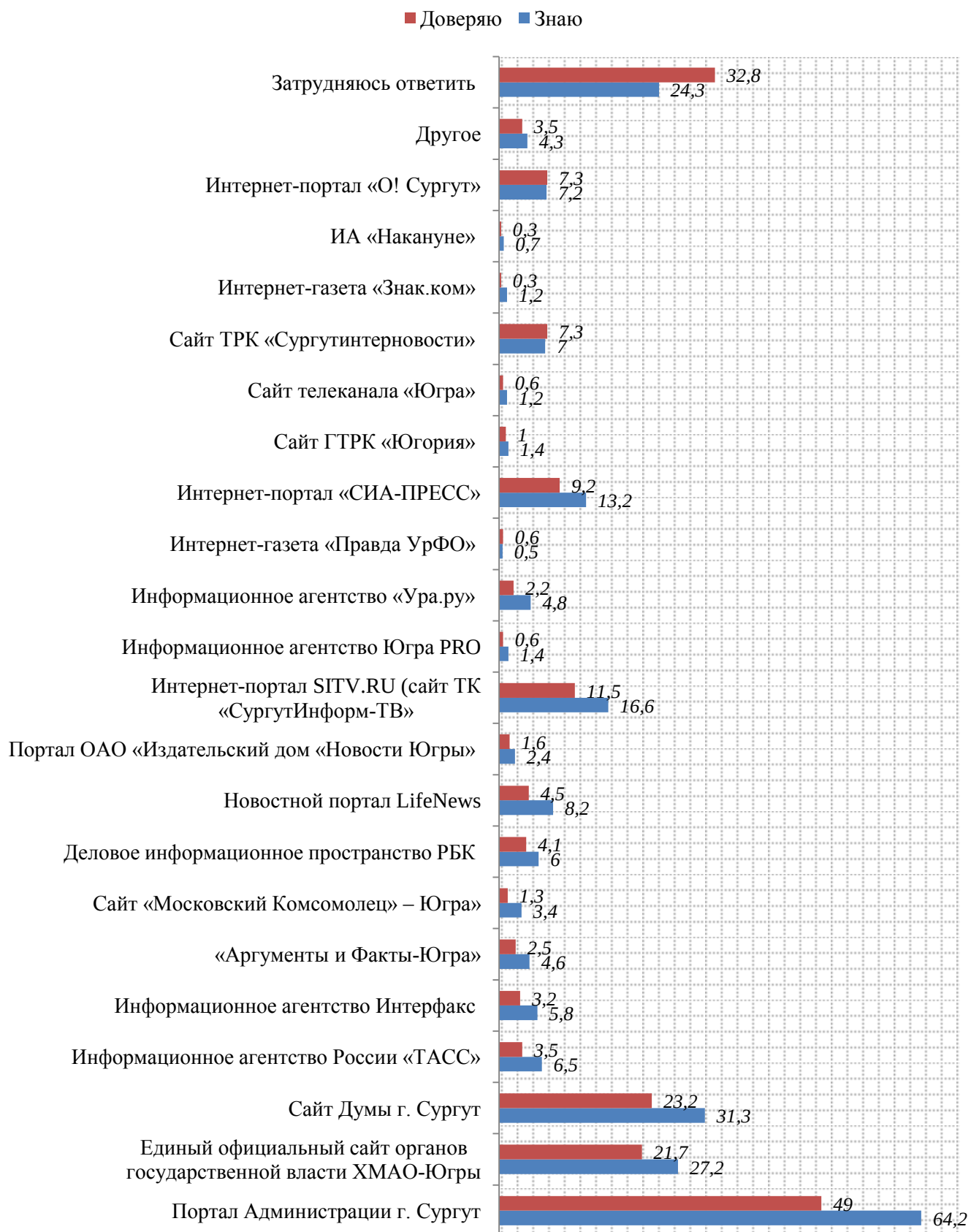


Рис. 18. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы доверяете, %

Говоря об узнаваемости того или иного сайта в динамике с 2018 года можно отметить, что по итогам опроса 2019 года, сайт Думы города Сургута стал более узнаваем респондентами (11,5% в 2018 году, 31,3% в 2019 году), также как и интернет-портал «СИА-ПРЕСС», который в 2018 был известен только 7,8% респондентов, в нынешнем году уже был отмечен 13,2% участниками опроса (рис. 19).

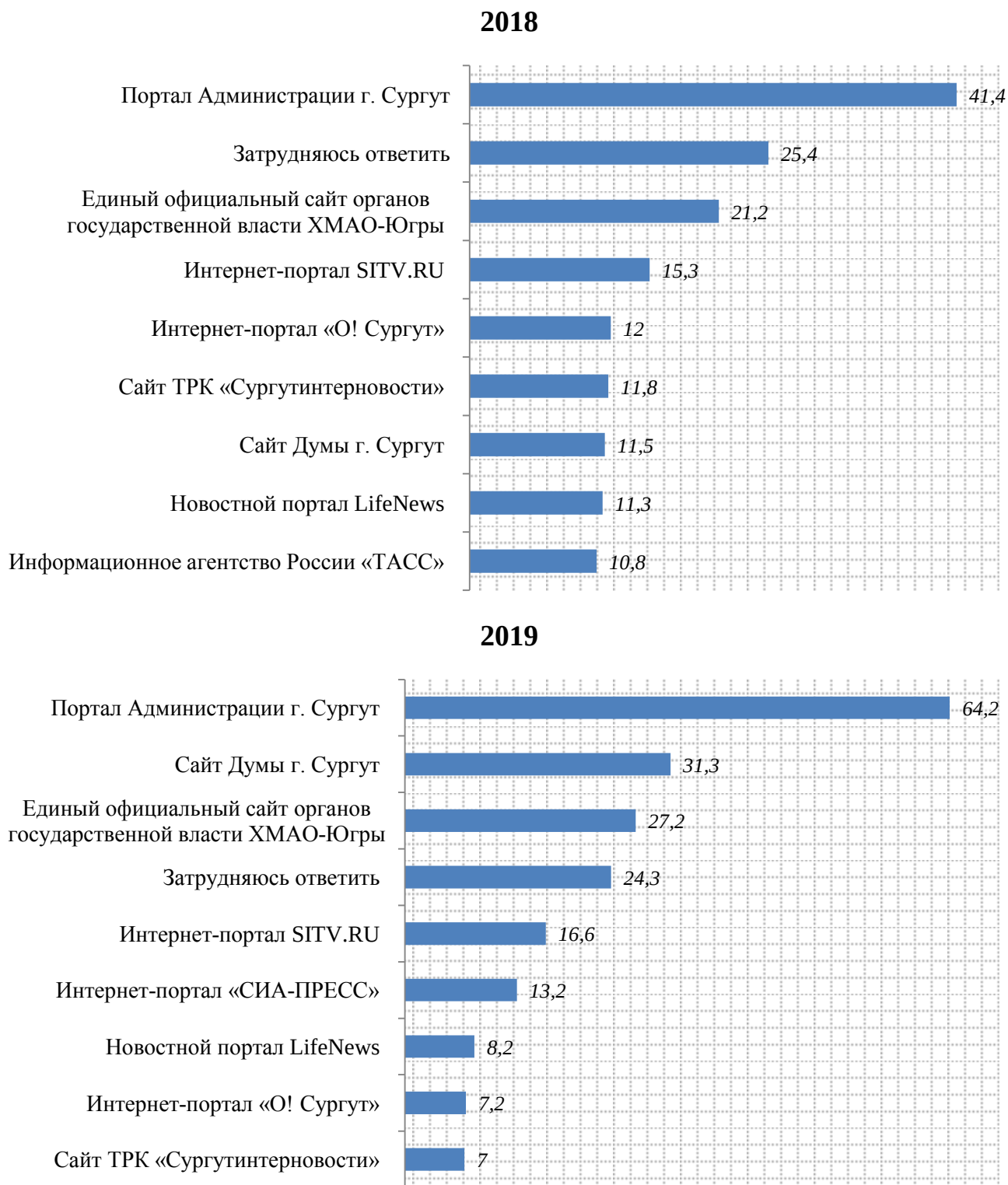


Рис. 19. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны (ТОП-9 ответов респондентов), в динамике 2018-2019 гг., %

В отношении уровня доверия к перечисленным интернет-сайтам получены следующие результаты (рис. 20):

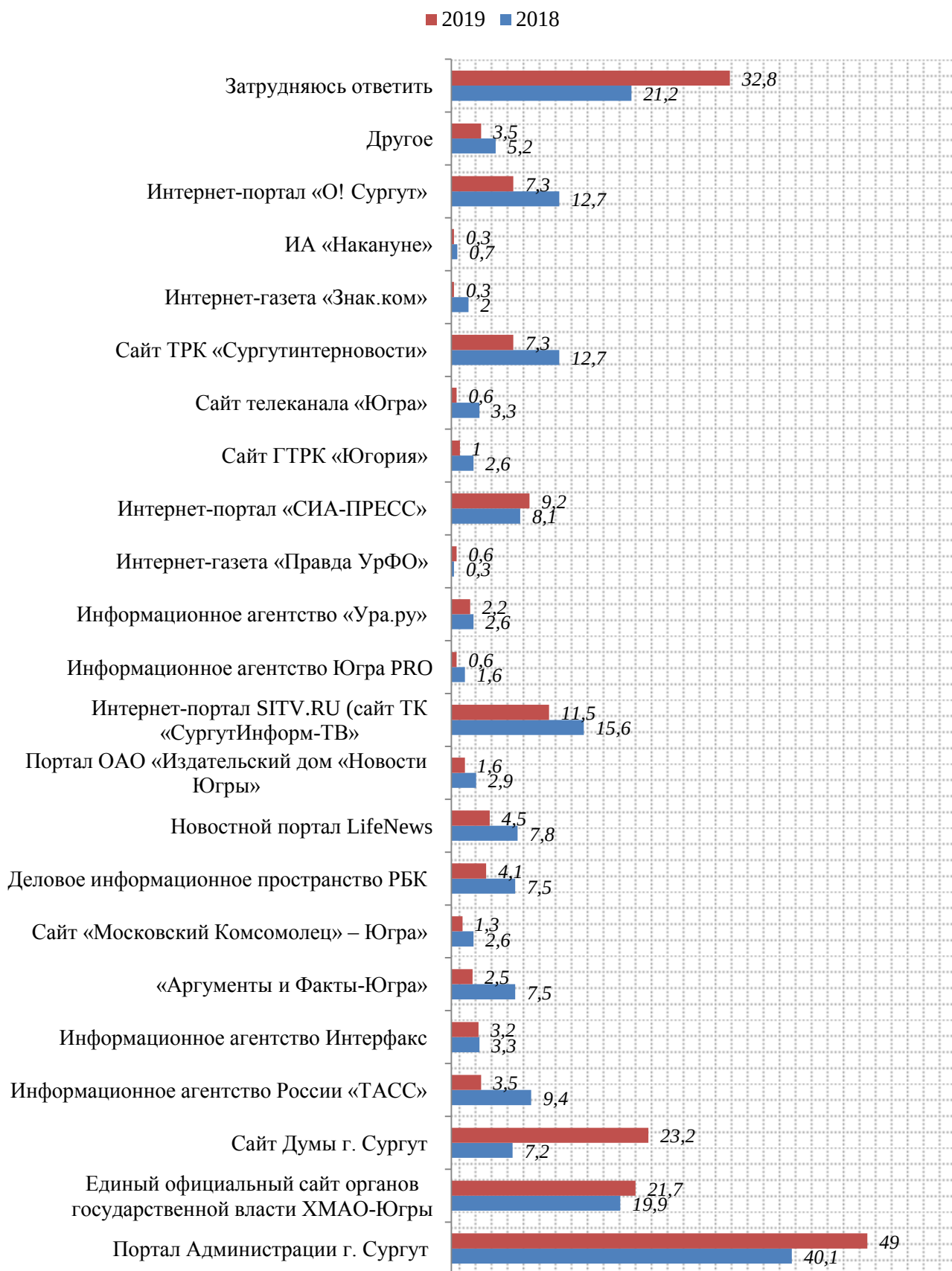


Рис. 20. Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных Интернет-сайтов Вы доверяете?, в динамике 2018-2019 гг., %

Анализируя мнения горожан, о снижении уровня доверия в 2019 году можно сказать в отношении таких интернет-ресурсов, как: «О!Сургут», «LifeNews», «РБК», а также сайтов интернет-газет и телеканалов, при том, что уровень доверия к portalу Администрации города, Думы г. Сургута и сайту органов государственной власти ХМАО-Югры, исходя из ответов, в значительной мере вырос.

Наиболее востребованными поисковиками сургутянами были названы Яндекс (74%), Google (52,5%) и Mail.ru (19,9%), что соответствует результатам, полученным в прошлом году (рис. 21).

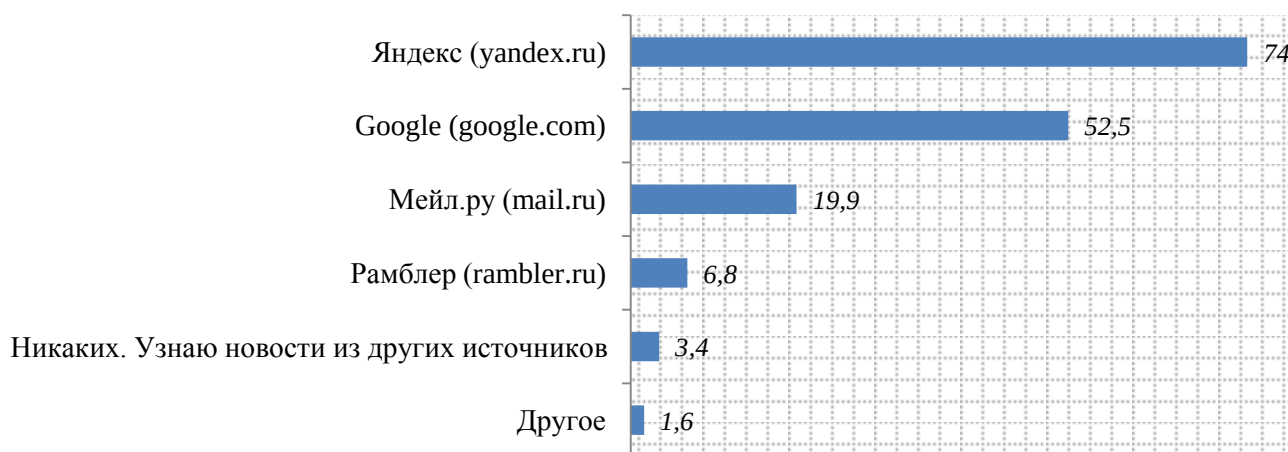


Рис. 21. На каких поисковиках вы обычно читаете новости, информационные сообщения?, %

Согласно данным глобальной статистики интернета от SEO AUDITOR¹⁰ большинство российских интернет пользователей также отдают свое предпочтение поисковым системам Яндекс, Google и Мейл.ру.

Ситуация с активными пользователями социальных сетей за прошедший год практически не поменялась. Отметим, что пользуются соц. сетями 85,7% участников опроса (рис. 22).

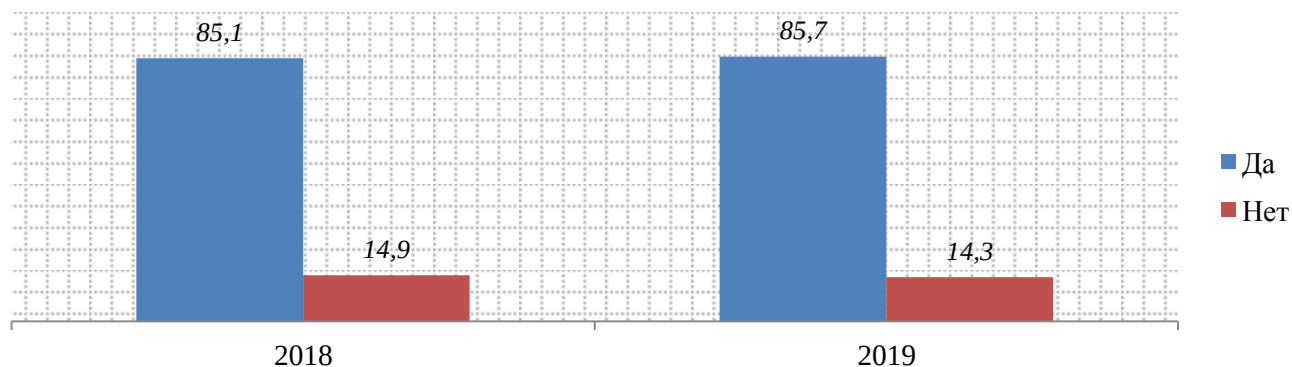


Рис. 22. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?, в динамике 2018-2019 гг., %

¹⁰ Представляет собой данные, собранные всеми счетчиками, установленными на пользовательских сайтах, зарегистрированных в системах Яндекс.Метрика, SpyLog/Openstat, LiveInternet, Hotlog, Рейтинг@Mail.ru.

Самыми активными пользователями социальных сетей в 2019 году, согласно анализу парных распределений, являются домохозяйки и руководители высшего и среднего звена, а также предприниматели (рис. 23).

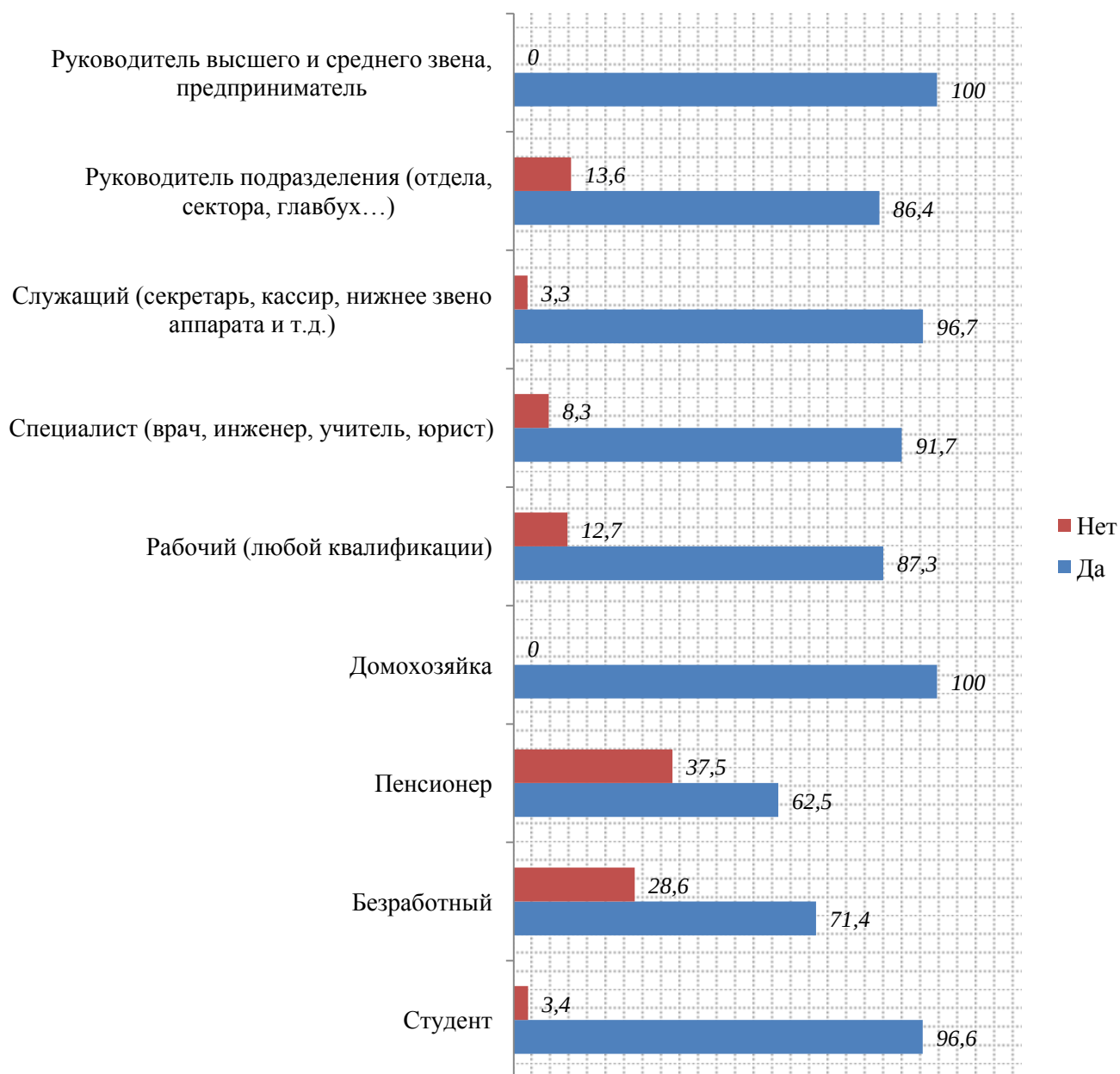


Рис. 23. Парное распределение ответов на вопрос «Пользуетесь ли Вы социальными сетями» с социальным положением респондентов, %

Причины использования соц. сетей по прошествии года также остаются неизменными. Главными причинами большинством респондентов были названы: «общение с друзьями» – так считают 84,4%, «быть в курсе новостей и событий» – 69,3% и «обмен информацией (хочу выразить свое мнение)» – 34,9% (рис. 24).

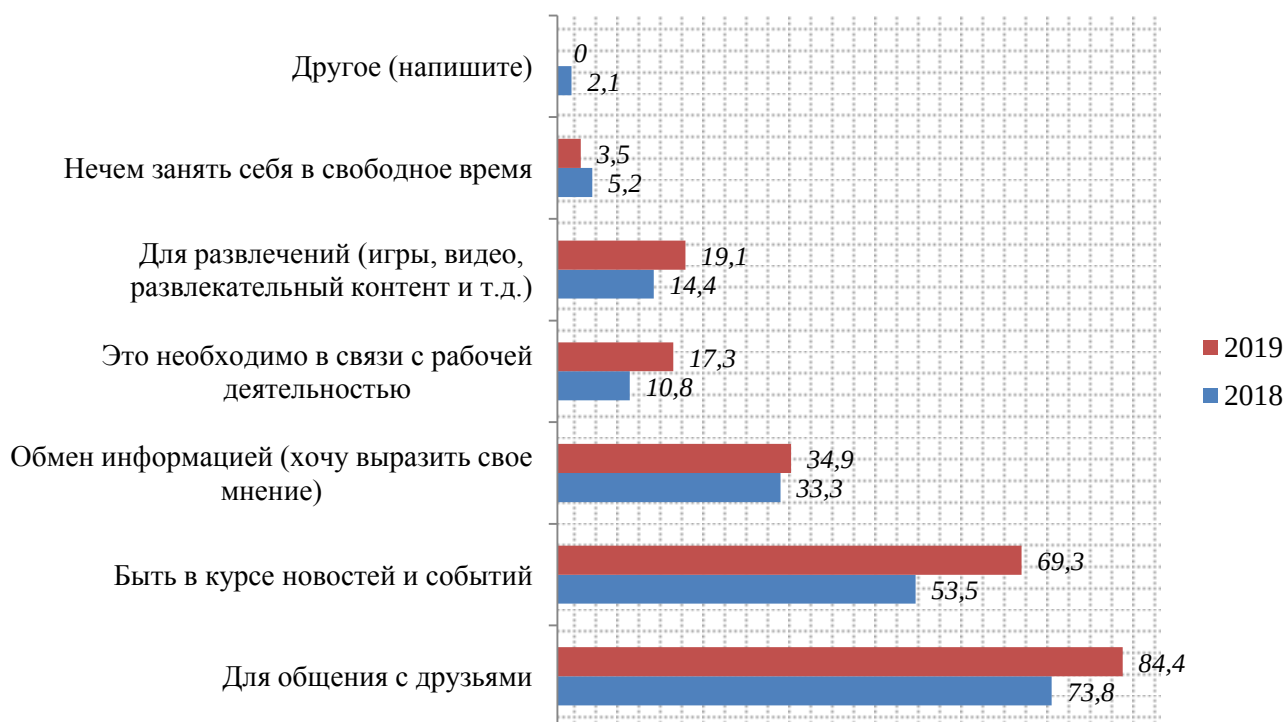


Рис. 24. Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?, в динамике 2018-2019 гг., %

Социальные сети как средство общения и способ получения/передачи информации чаще, исходя из полученных результатов, используются представителями женского пола. Мужчины же, в большинстве, отметили, что пользуются возможностями социальных сетей в связи с рабочей необходимостью, а также с целью использования развлекательного контента (игры, видео и т.д.) (рис. 25).

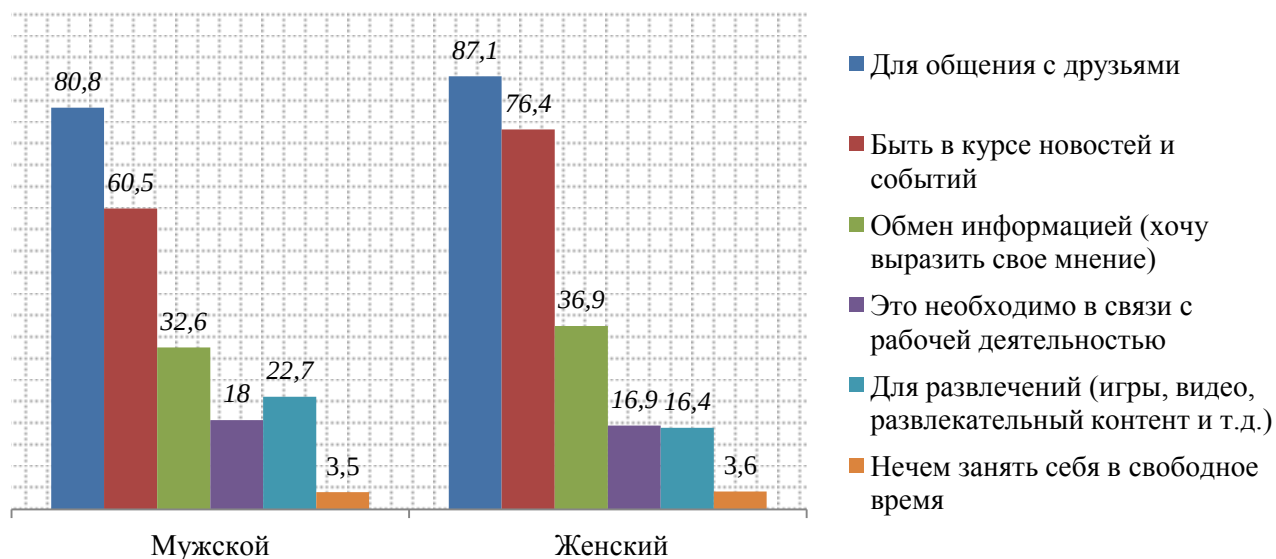


Рис. 25. Парное распределение ответов на вопрос: «Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?» с гендерными характеристиками респондентов, %

Что касается возрастных характеристик, стоит отметить, что для общения с друзьями и обмена информацией соц. сети, в большей степени, используют респонденты в возрасте 18-24 лет. «Быть в курсе новостей и событий» платформы социальных сетей помогают горожанам в возрасте 45-54 лет, а их необходимость для ведения рабочей деятельности отметили, в основном, участники опроса в возрасте от 25 до 44 лет.

Самой популярной, по мнению респондентов на протяжении последних двух лет остается социальная сеть «ВКонтакте», активными пользователями которой являются 68,1% респондентов. «Одноклассники» находятся на втором месте рейтинга, по мнению 54,4% горожан. Третье место принадлежит «Инстаграму» (48,4%), чья популярность продолжает набирать обороты благодаря активным пользователям сети с мобильных устройств (рис. 26).

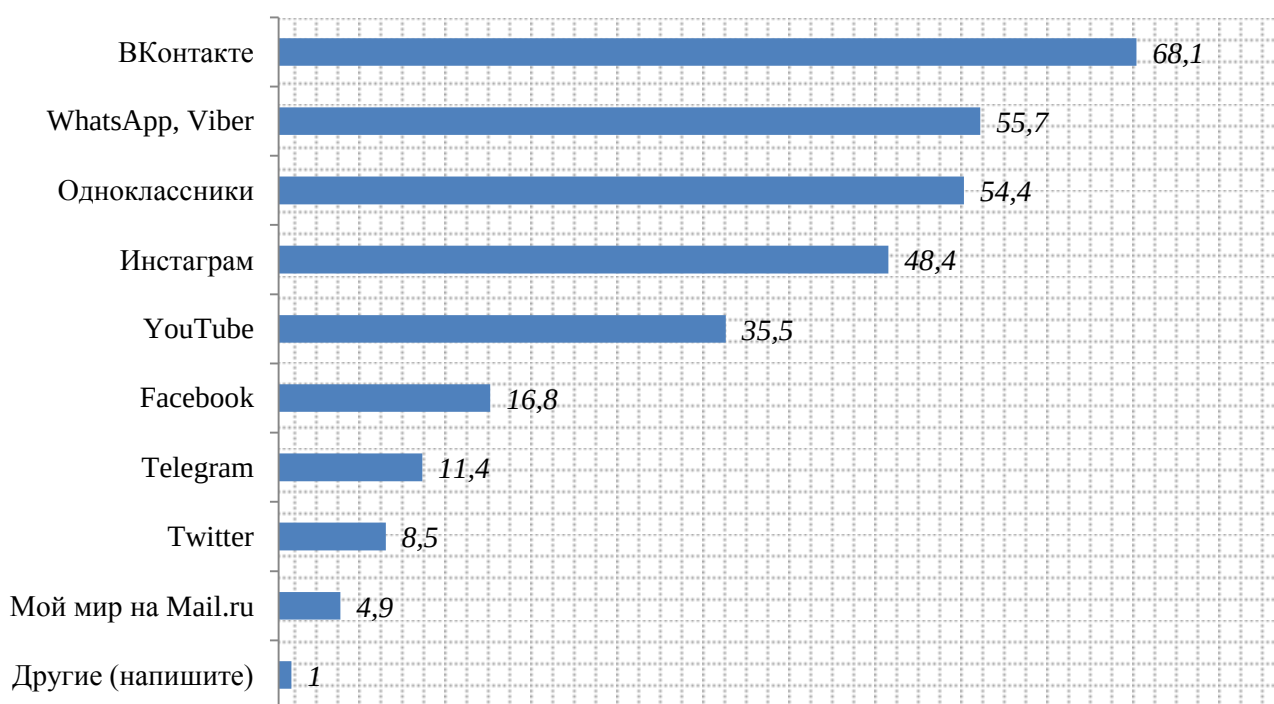


Рис. 26. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?, %

Стоит отметить, что не менее популярными для пользователей сети интернет являются мессенджеры (Viber, WhatsApp), которым не удалось обойти по популярности самую известную среди горожан соц. сеть «ВКонтакте», но обойти в рейтинге такую платформу как «Одноклассники» мессенджеры все же смогли, получив 55,7% от общего числа опрошенных.

Согласно анализу парных распределений, такие соц. сети, как: «ВКонтакте», Инстаграм, Telegram и YouTube чаще используются студентами, в то время как Facebook и Twitter пользуются большей популярностью у респондентов, являющихся руководителями подразделений.

Анализируя ответы респондентов о приоритете использования тех или иных социальных сетей и причинах их использования в принципе, удалось установить, что такие соц. сети, как: «ВКонтакте», «Инстаграм», «Twitter», а также мессенджеры чаще используются в связи с рабочей деятельностью респондентов, в то время как основной причиной использования платформ «Одноклассники» и «Facebook», по мнению большинства опрошенных, в основном связано с необходимостью обмена информацией и выражением своего мнения посредством сети.

При этом респонденты, не знающие чем занять себя в свободное время, или с целью посещения развлекательного и игрового контента, в большинстве, отметили использование таких ресурсов, как «YouTube» и «Telegram» (табл. 12).

Таблица 12. Парные распределения ответов на вопрос: «Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?» с ответами на вопрос: «Какими социальными сетями Вы пользуетесь?», %

	Для общения с друзьями	Быть в курсе новостей и событий	Обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	Это необходимо в связи с рабочей деятельностью	Для развлечений (игры, видео, развлекат. контент и т.д.)	Нечем занять себя в свободное время
ВКонтакте	69,5	68,3	73,3	80,6	72,6	78,6
Инстаграм	50,3	51,7	57,8	71,6	52,1	57,1
Одноклассники	57,3	58,5	60,7	40,3	52,1	42,9
Facebook	17,7	16,6	26,7	16,4	21,9	14,3
Twitter	8,5	8,7	10,4	16,4	13,7	0,0
YouTube	34,8	32,8	41,5	40,3	54,8	57,1
WhatsApp, Viber	55,8	57,4	53,3	71,6	58,9	64,3
Telegram	10,1	11,3	13,3	13,4	23,3	14,3
Мой мир на Mail.ru	5,5	4,5	6,7	4,5	4,1	0,0
Другие	0,9	1,1	0,0	0,0	2,7	0,0

Тенденция, отмеченная в исследовании прошлого года, о соотношении возрастных характеристик участников опроса и выбора социальных сетей, которыми они пользуются, практически не поменялась. Чем старше респондент, тем более часто отмечается ответ о выборе платформы «Одноклассники», из списка предпочитаемых соц. сетей, при этом, число пользователей таких ресурсов как «ВКонтакте» и «Инстаграм» с повышением возрастных характеристик уменьшается (рис. 27).

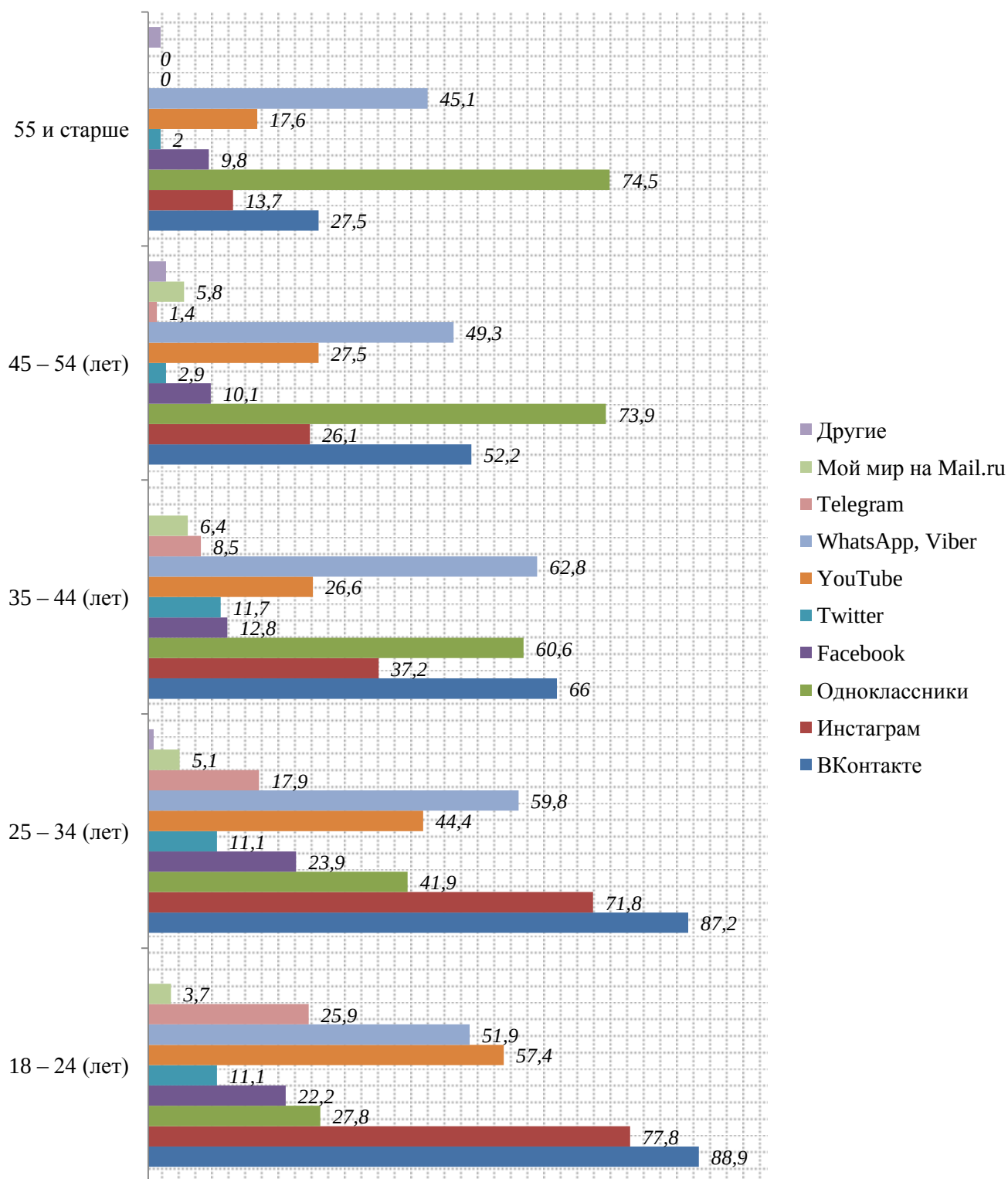


Рис. 27. Парные распределения ответов на вопрос: «Какими социальными сетями Вы пользуетесь?» с возрастными характеристиками респондентов, %

Примечательно, что использование мессенджеров (Viber, WhatsApp), является актуальным для пользователей сети всех возрастов. В процентном соотношении, число респондентов пользующихся возможностями

Viber/WhatsApp варьируется от 45,1% (возрастная категория 55 лет и старше) до 62,8% (горожане в возрасте от 35 до 44 лет).

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

Мониторинг ответов на вопрос, знают ли горожане об этих информационных ресурсах и подписаны ли на них, выглядит следующим образом (рис. 28):

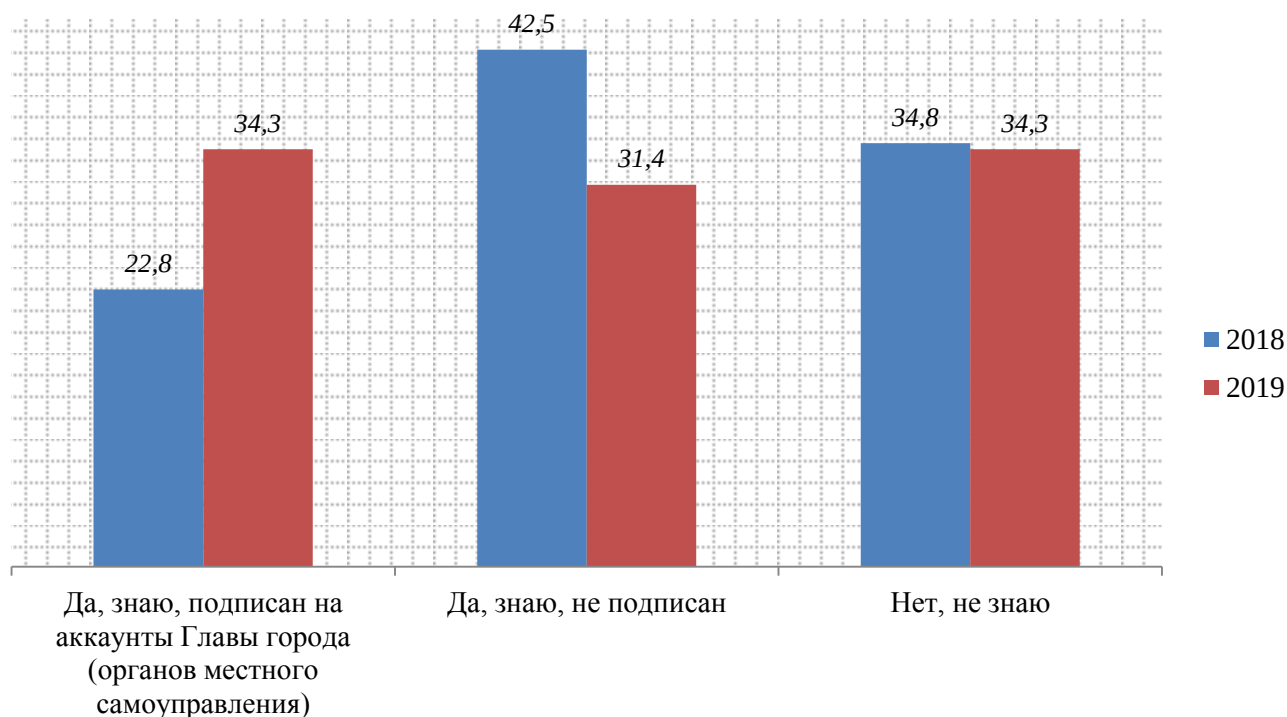


Рис. 28. Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И, если «да», подписаны ли вы на них?, в динамике 2018-2019 гг., %

По результатам исследования 2019 года можно заключить, что официальный аккаунт Главы стал более интересен для горожан, так как количество подписчиков, среди опрошенных респондентов, увеличилось на 11,5% по сравнению с прошлым годом. Также стоит отметить, что уменьшилось процентное соотношение тех респондентов, которые знали о существовании аккаунтов Главы, но по той или иной причине не были на них подписаны. Неизменным за последний год остался только процент не имеющих представление о том, что Глава ведет собственные страницы в социальных сетях, и в основном это число составляют мужчины и горожане в возрасте 55 лет и старше.

При этом основными подписчиками, аналогично результатам прошлого года преимущественно остаются женщины и жители города в возрасте 25-34 лет (рис. 29, 30).

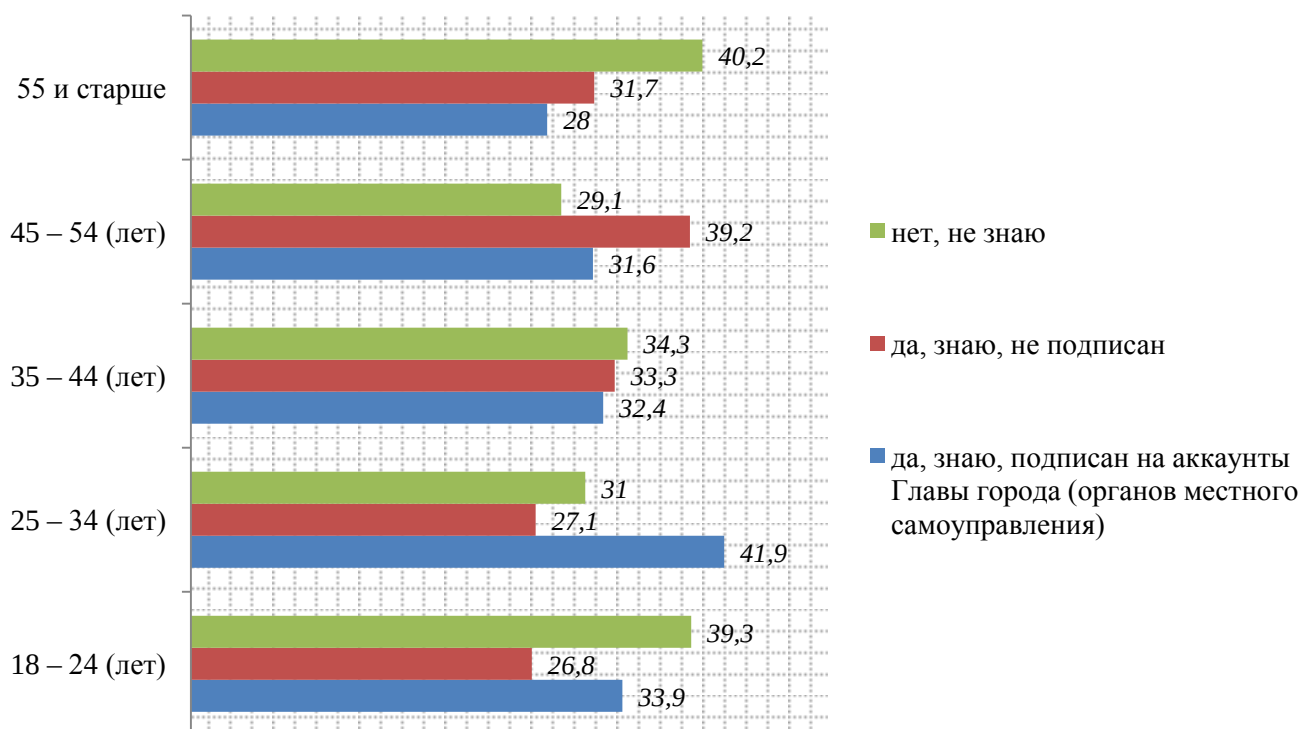


Рис. 29. Парные распределения ответов на вопрос «Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И если «да», подписаны ли вы на них?» с возрастными характеристиками респондентов, %

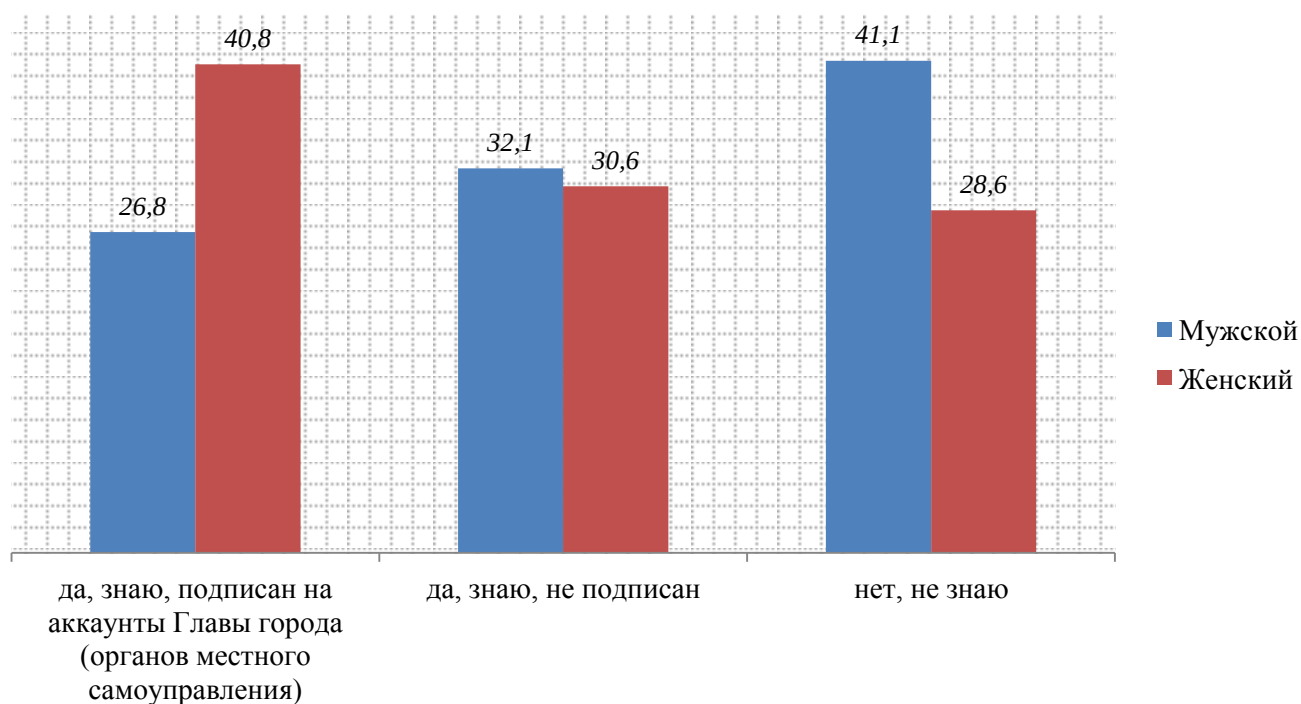


Рис. 30. Парные распределения ответов на вопрос «Знаете ли Вы о том, что в социальных сетях есть официальные аккаунты Главы города Сургута (органов местного самоуправления)? И, если «да», подписаны ли вы на них?» с гендерными характеристиками респондентов, %

Рассматривая отношение горожан к интернет-активности Главы города в социальных сетях можно отметить, что процент ответов о равнодушном отношении респондентов к тому, что Глава города является активным пользователем социальных сетей снизился на 5,1% по сравнению с прошлым годом (рис. 31).

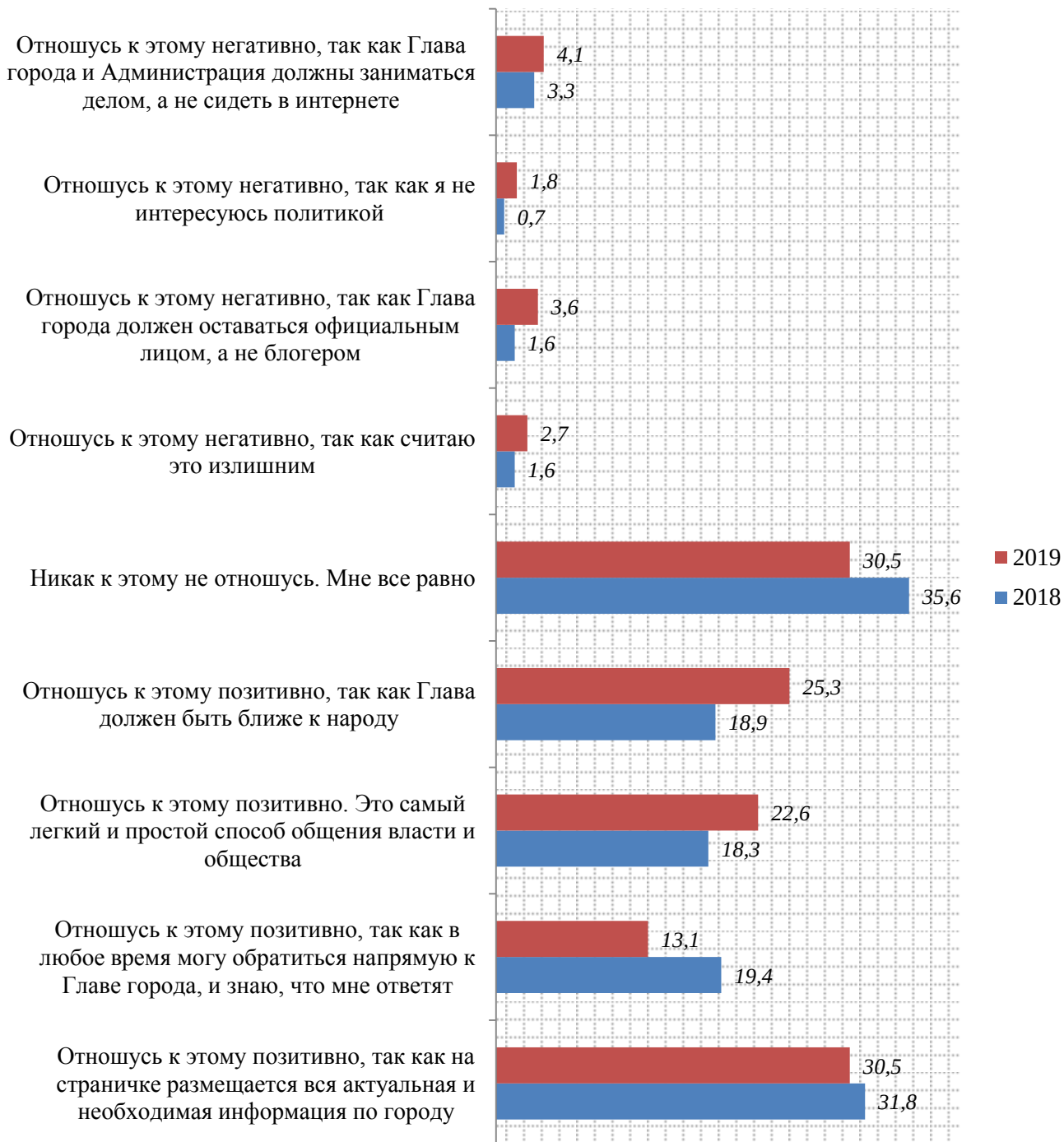


Рис. 31. Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях, в динамике 2018-2019 гг., %

Стоит отметить, что положительное мнение об активном ведении аккаунтов Главой в социальных сетях в исследовании 2019 года отмечено большим

количеством респондентов, чем в прошлом году, за исключением ответа об обратной связи с Главой города. Если в 2018 году 19,4% участников опроса выразили позитивный настрой о нахождении В.Н. Шувалова в соц. сетях, объясняя это тем, что всегда можно обратиться напрямую к Главе и знать, что тебе ответят, то в исследовании 2019 года число ответивших подобным образом сократилось до 13,1%.

Свое негативное отношение к ведению Главой аккаунтов в социальных сетях выразили, в совокупности, 12,2% респондентов.

Далее, для получения более объективной оценки нами было проанализировано отношение подписчиков к ведению Главой соц. сетей среди тех респондентов, которые являются подписчиками данных страниц (рис. 32).

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

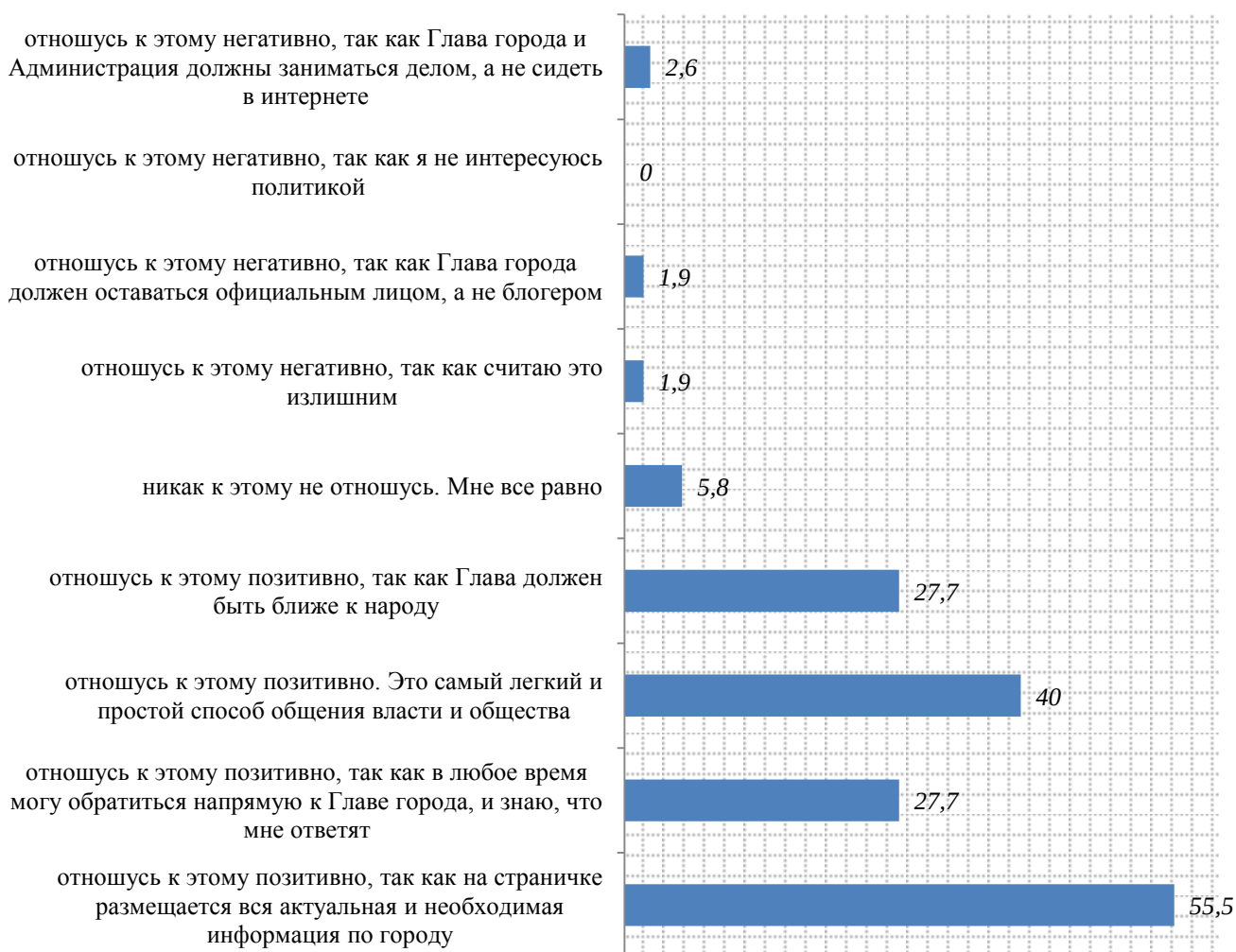


Рис. 32. Выразите свое отношение к интернет-активности Главы города в социальных сетях (ответ: «Да, знаю, подписан на аккаунты Главы города (органов местного самоуправления)», %

Согласно полученным результатам большинство респондентов, имеющих подписку на страницы в соц. сетях, выразили положительное отношение к аккаунтам Главы (органов местного самоуправления), что соответствует результатам исследования прошлого года. Учитывая полученные данные можно заключить, что деятельность Главы города в социальных сетях горожанами воспринимается в целом положительно. Количество подписчиков, согласно результатам, растет и респонденты, являющиеся активными подписчиками, помимо получения через данные аккаунты необходимой информации о жизни в Сургуте, отмечают также, что общение через интернет сообщества является наиболее легким способом организации обратной связи.

В заключении мы выяснили, что, как и в исследовании прошлого года, самым удобным временем для просмотра социальных сетей является время, свободное от работы (26,6%), но все же большинство участников опроса на протяжении двух лет отмечают вариант «захожу в соц. сети в течение всего дня» (60,4%), что еще раз подтверждает тот факт, что социальные сети являются неотъемлемой частью жизни в современном мире (рис. 33).

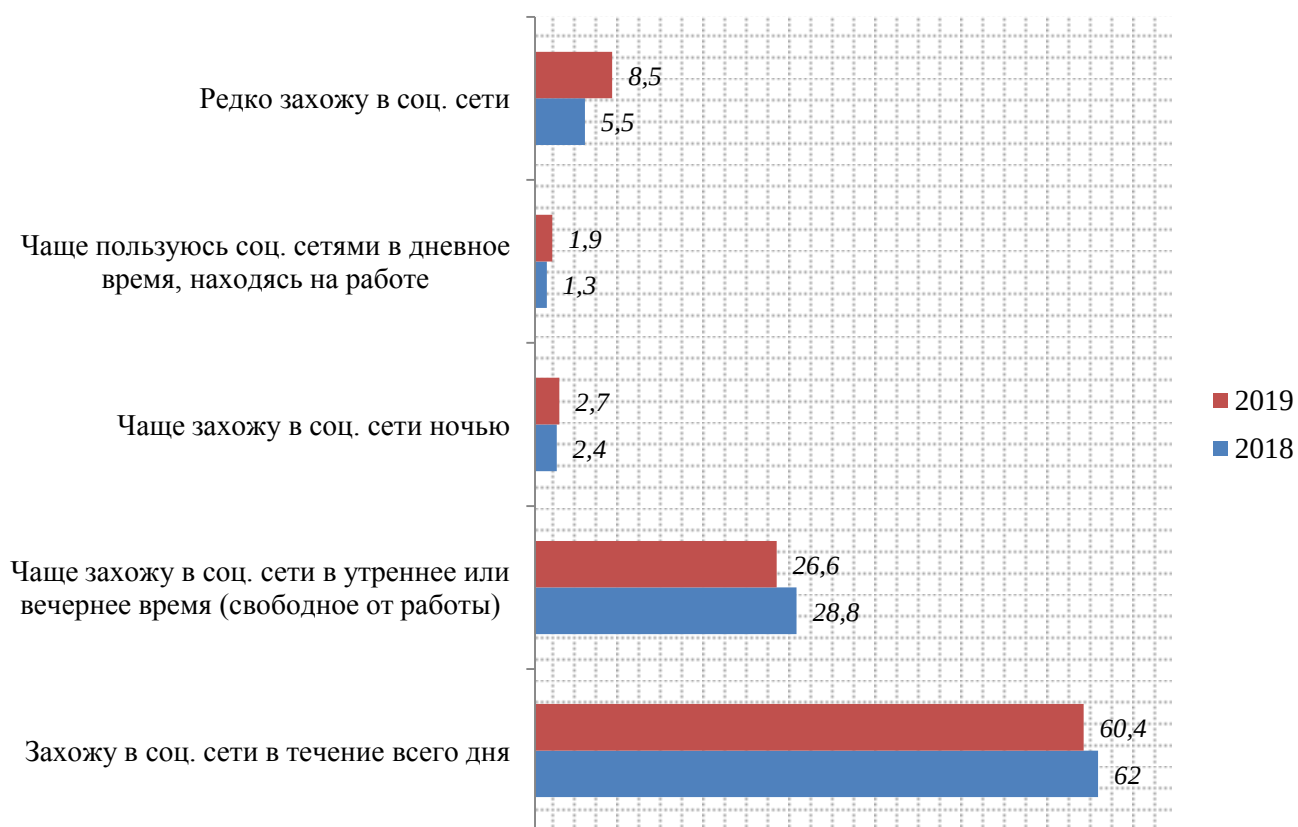


Рис. 33. Как часто и в какое время суток Вы обычно заходите в социальные сети?, в динамике 2018-2019 гг., %

Заключение

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 79,5% участников опроса, при том, что телевидение ежедневно используют только 70,3% ответивших. К средствам массовой информации, которые респонденты практически не используют, большинство отнесли прессу (48%) и радио (28,9%). При этом стоит отметить, что почти половина участников опроса (49,3%) сказали, что не читают вообще никакую прессу. Таким образом, свое подтверждение, по результатам опроса, нашла еще одна гипотеза. Согласно полученным данным, печатную прессу предпочитают в большинстве женщины, представители старшей возрастной группы (55 лет и старше).

Рейтинг самых популярных у сургутян региональных и городских телеканалов ежегодно возглавляют «СургутИнформТВ» – 55,4% и ТРК «Сургутинтерновости» – 50%. При этом стоит отметить, что вариант ответа «не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании», находится на стабильном третьем месте рейтинга с 2016 года, причем данный ответ в большинстве случаев выбирали участники опроса в возрасте от 18 до 34 лет.

Приоритетами в выборе той или иной телекомпании/телерадиокомпании, большинством респондентов были отмечены: актуальность информации, транслируемой на данном канале (70,3%), наличие адекватных, приятных и интересных ведущих (24,9%), а также удобное время выхода передач (24,1%).

По результатам проведенного опроса, среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, по-прежнему лидируют новостные блоки. При этом самыми популярными программами, по мнению горожан, являются «Новости Сургута» (72,3%) ТК «СургутИнформТВ» и «В центре событий» (43%) ТРК «Сургутинтерновости».

Среди тех, кто все же использует периодические печатные издания для получения информации о событиях в городе, 29,2% респондентов отдают свое предпочтение газете «Сургутская трибуна», а 21,2% – газете «Новый город». Что касается результатов опроса по федеральным печатным СМИ, то стоит отметить, что даже среди наиболее популярных у читающих федеральную прессу изданий,

таких как: «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда», с каждым годом аудитория уменьшается.

Радио, как средство массовой информации в большей степени используется участниками опроса ситуативно. Анализируя варианты ответов, озвученные респондентами в исследовании этого года, наиболее частое использование радио, как приоритетного источника информации было отмечено при поездках, в дороге, в автомобиле. Возможно, этим и объясняются лидирующие позиции таких радиостанций как: «Авторадио» (26,3%) и «Дорожное радио» (21%) в опросе, проведенном в 2019 году.

Среди интернет-порталов наиболее узнаваемым, а также вызывающим наибольшее доверие респондентов является, аналогично исследованию прошлого года, официальный сайт Администрации города Сургута («знаю» – 64,2%, «доверяю» – 49%). Далее, среди наиболее узнаваемых сайтов респондентами были названы: сайт Думы города Сургута («знаю» – 31,3%, «доверяю» – 23,2%) и Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО – Югры («знаю» – 27,2%, «доверяю» – 21,7%), при этом, как показывают результаты опроса, узнаваемость того или иного сайта не гарантирует полного доверия к информации, размещенной на нем.

Аналогично исследованиям последних лет, социальные сети сохраняют лидирующие позиции в рейтинге профилей интернет-порталов, а активными пользователями соц. сетей, по данным проведенного опроса, являются 85,7% респондентов. При этом самой популярной, по мнению респондентов, на протяжении последних двух лет остается соц. сеть «ВКонтакте», активными пользователями которой являются 68,1% респондентов.

Одними из главных причин использования социальных сетей, традиционно, респондентами были названы: «общение с друзьями» (84,4%), «быть в курсе новостей и событий» (69,3%) и «обмен информацией (хочу выразить свое мнение)» (34,9%).

По результатам проведенного исследования можно заключить, что официальный аккаунт Главы стал более интересен для горожан, так как количество подписчиков, среди участников опроса, увеличилось на 11,5% по сравнению с прошлым годом. При этом основными подписчиками, преимущественно, являются женщины и жители города в возрасте 25-34 лет. Стоит отметить, что согласно полученным результатам большинство респондентов, выразили положительное отношение к аккаунтам Главы (органов местного самоуправления), что подтверждает еще одну гипотезу, выдвинутую в начале исследования.

Таблицы линейных распределений

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

Вариант ответа	Результат, %	
	В стране	В городе
Центральное телевидение	72,9	32,3
Региональное и/или местное телевидение	12,1	45,3
Интернет	64,7	64,2
Центральные газеты	1,8	2,0
Региональные и/или местные газеты	2,5	5,9
Центральное радио	6,4	5,0
Региональное и/или местное радио	2,5	5,0
Другое	0,4	0,2
Затрудняюсь ответить	0,6	0,7

2. Как часто вы используете следующие источники информации?

	Каждый день	Несколько раз в неделю	Реже, чем 1 раз в неделю	Крайне редко	Не использую
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

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

Не читаю прессу	49,3
В основном в печатном виде	18,4
В основном в электронном виде	25,6
В равной степени в печатном и электронном виде	6,8

4. Есть ли источники информации, которым вы доверяете больше, чем остальным? И если да, то, каким именно?

Телевидение	52,8
Новостные сайты в интернете	40,5
Форумы, блоги, сайты социальных сетей	19,0
Печатная пресса (газеты, журналы)	10,8
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми	12,1
Радио	4,7
Другое	3,1
Нет источников информации, которым доверяю больше, чем остальным	15,3

5. Каким региональным и городским телекомпаниям Вы отдаете предпочтение?

ТК «СургутИнформТВ»	55,4
ТРК «Сургутинтерновости»	50,0
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	14,1
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	9,3
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	7,5

Другое	1,0
Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	22,8
Затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	5,0

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

Всегда актуальная и свежая информация	70,3
Адекватные, приятные, интересные ведущие	24,9
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	9,2
Удобное время выхода передач и новостных блоков	24,1
Наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	9,4
Наличие утренних шоу	3,1
Наличие большого количества развлекательных программ	1,3
Отсутствие большого количества развлекательных программ	2,4
Привычка	15,5
Другое	3,7
Затрудняюсь ответить	8,9

7. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?

Новости Сургута	72,3
В центре событий	43,0
Новости Югры	16,8
Вести Югории	15,5
Новости-комментарий	0,3
Тип-топ новости	3,6
Итоги недели	22,1
За скобками	4,6
Реальное время	0,0
Спортклуб	1,8
За дело!	0,8
Сарафан-FM	7,1
В курсе дела	3,8
На троих	1,3
Вставай!	10,9
Телевизионный обзор новостей	12,0
Диалог	2,3
Что произошло	2,8
Что покупаем	4,6
Вести-Регион-Тюмень	11,5
Деловые люди	0,8
Другое	0,8
Ничего из вышеперечисленного	6,1
Затрудняюсь ответить	5,1

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

Утреннее время (с 6.00 до 12.00)	39,5
Дневное время (с 12.00 до 16.00)	14,1
Вечернее время (с 17.00 до 23.00)	78,8

Ночное время (с 24.00 до 5.00)	5,3
--------------------------------	-----

9. Вы допускаете или исключаете для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений?

Допускаю	34,2
Исключаю	56,8
Затрудняюсь ответить	9,0

10. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?

Новый город	21,2
Сургутская трибуна	29,2
Вестник	4,8
Нефть Приобья	5,9
Северный университет	0,0
Ступени СурГПУ	0,8
Сургутские ведомости Скрижаль	4,4
Северный колокол	0,8
Сибирский газетик	1,3
Скрижаль	0,4
На страже закона	1,9
Электропрофсоюз	0,0
Другое	0,8
Не читаю никакие периодические издания (прессу)	52,7
Затрудняюсь ответить/никаким не отдаю предпочтение	5,3

12. Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?

Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	5,6
Аргументы и факты	16,3
Комсомольская правда	7,5
Коммерсант	2,1
Российская газета	4,1
Эксперт	0,6
Собеседник	2,4
Никаким федеральным изданиям не отдаю предпочтение	70,0
Другое	3,9

13. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?

Радио России	5,2
Эхо Москвы	3,7
ХИТ FM	18,9
Серебряный Дождь	9,3
Радио «Радио»	1,9
Дорожное радио	21,0
Юмор FM	12,7
Вести FM	5,6
Русское Радио	17,4
Радио 7	3,7
Ретро FM	5,6
Авторadio	26,3
Радио Шансон	16,0
DFM	7,3

Радио Югра	1,2
Европа Плюс	14,7
Наше радио	3,9
Радио Маяк	8,3
Радио «Дача»	9,3
Другое	2,1
Не слушаю никакие радиостанции	19,5
Затрудняюсь ответить/нет предпочтений	2,1

15. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?

Специализированные сайты, профильные	23,9
Специализированные чаты и форумы	11,8
Социальные сети	55,6
Поисковые системы	38,7
Новостные сайты	27,7
Развлекательные сайты	18,6
Образовательные сайты	11,6
Фильмы	26,4
Сайты о работе	7,2
Игровые сайты	9,7
Почтовые серверы	8,0
Все сайты, нет предпочтений	5,7
Другое	0,8
Нет интернета/не пользуюсь интернетом	11,2

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

	Знаю	Доверяю
Портал Администрации г. Сургут (www.admsurgut.ru)	64,2	49,0
Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры (http://www.admhmao.ru)	27,2	21,7
Сайт Думы г. Сургут (http://www.dumasurgut.ru/)	31,3	23,2
Информационное агентство России «ТАСС» (http://tass.ru)	6,5	3,5
Информационное агентство Интерфакс (http://www.interfax.ru)	5,8	3,2
«Аргументы и Факты-Югра» (www.yugra.aif.ru)	4,6	2,5
Сайт «Московский Комсомолец» – Югра» (http://ugra.mk.ru/)	3,4	1,3
Деловое информационное пространство РБК (http://t.rbc.ru)	6,0	4,1
Новостной портал LifeNews (http://lifenews.ru)	8,2	4,5
Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры» (http://www.ugra-news.ru/)	2,4	1,6
Интернет-портал SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru))	16,6	11,5
Информационное агентство Югра PRO (http://www.ugrapro.ru/)	1,4	0,6
Информационное агентство «Ура.ру» (http://www.ura.ru/)	4,8	2,2
Интернет-газета «Правда УрФО» (http://pravdaurfo.ru/)	0,5	0,6
Интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (http://www.siapress.ru/)	13,2	9,2
Сайт ГТРК «Югория» (http://www.ugoria.tv)	1,4	1,0
Сайт телеканала «Югра» (www.ugra-tv.ru)	1,2	0,6
Сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru)	7,0	7,3
Интернет-газета «Знак.ком» (http://www.znak.com/)	1,2	0,3
ИА «Накануне» (http://www.nakanune.ru/)	0,7	0,3

Интернет-портал «О! Сургут» (http://osurgut.com/)	7,2	7,3
Другое	4,3	3,5
Затрудняюсь ответить	24,3	32,8

17. На каких поисковиках вы обычно читаете новости, информационные сообщения?

Яндекс (yandex.ru)	74,0
Рамблер (rambler.ru)	6,8
Мейл.ру (mail.ru)	19,9
Google (google.com)	52,5
Другое	1,6
Никаких. Узнаю новости из других источников	3,4

18. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?

Да	85,7
Нет	14,3

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

Захожу в соц. сети в течение всего дня	60,4
Чаше захожу в соц. сети в утреннее или вечернее время (свободное от работы)	26,6
Чаше захожу в соц. сети ночью	2,7
Чаше пользуюсь соц. сетями в дневное время, находясь на работе	1,9
Редко захожу в соц. сети	8,5

20. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?

ВКонтакте	68,1
Инстаграм	48,4
Одноклассники	54,4
Facebook	16,8
Twitter	8,5
YouTube	35,5
WhatsApp, Viber	55,7
Telegram	11,4
Мой мир на Mail.ru	4,9
Другие	1,0

21. Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?

Для общения с друзьями	84,4
Быть в курсе новостей и событий	69,3
Обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	34,9
Это необходимо в связи с рабочей деятельностью	17,3
Для развлечений (игры, видео, развлекательный контент и т.д.)	19,1
Нечем занять себя в свободное время	3,5
Другое (напишите)	0,0

22. 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)	34,3
Да, знаю, но не подписан, потому что	31,4

Нет, не знаю	34,3
--------------	------

23. 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	30,5
Отношусь к этому позитивно, так как в любое время могу обратиться напрямую к Главе города, и знаю, что мне ответят	13,1
Отношусь к этому позитивно. Это самый легкий и простой способ общения власти и общества	22,6
Отношусь к этому позитивно, так как Глава должен быть ближе к народу	25,3
Никак к этому не отношусь. Мне все равно	30,5
Отношусь к этому негативно, так как считаю это излишним	2,7
Отношусь к этому негативно, так как Глава города должен оставаться официальным лицом, а не блогером	3,6
Отношусь к этому негативно, так как я не интересуюсь политикой	1,8
Отношусь к этому негативно, так как Глава города и Администрация должны заниматься делом, а не сидеть в интернете	4,1

24. Ваш пол

Мужской	46,1
Женский	53,9

25. Ваш возраст

18 – 24 (лет)	11,2
25 – 34 (лет)	26,3
35 – 44 (лет)	22,3
45 – 54 (лет)	17,7
55 и старше	22,5

26. Ваше социальное положение

Студент	6,1
Безработный	1,5
Пенсионер	21,3
Домохозяйка	7,6
Рабочий (любой квалификации)	33,5
Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	16,0
Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	6,3
Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух...)	5,1
Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель	2,5

Кодификатор открытых и «полузакрытых вопросов»

Есть ли источники информации, которым вы доверяете больше, чем остальным? И если да, то, каким именно? (другое)

Номер анкеты	Вариант ответа	Кол-во повторений
277,42	Ни кому не верю	2
313	Индивидуально, по тематике	1
34	Вопрос спорный	1
57	Нет	1
77	Всем доверяю	1
493	Интернет сайты	1
457	Знакомый учитель права	1

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

48,419	Местный канал	2
274	Потому что других не знаю	1
1	Не всегда смотрю	1
369	Нравится	1
419	Больше на слуху	1

Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение (другое)

26	Новости Югры	1
338	Сургутские ведомости	1

Почему именно этим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение? (другое)

22,170,215,230,236,264,283,106,424,464	Интересно/интересная и свежая информация	10
213,242,17,26,41,43,67,480,370	По привычке/всегда беру их/всю жизнь выписываю/давно читаю	9
315,317,333,337,338,383,409,434,463	Всегда актуальная информация	9
302,25,62,477,497,435,473	Доверяю/много лет доверяю	7
194,201,270,46,72,386,461	Доступность	7
299,113,431,486,465	Информативность/много информации/свежая информация	5
239,479,481,407	Дают на работе/выдают на работе	4
288,477,372	Чаще на слуху/более популярная	3
42,48,64	Раньше выписывала Сургутскую трибуну/давно читаю Сургутскую трибуну	3
273,280	Наиболее актуальны	2
276,79	Приносят бесплатно/потому что мне их приносят	2
313,487	Старый и надежный источник/одно из старых печатных изданий	2
233,97	Печатается у нас/работаем в одном месте	2
23,40	Узнаю, что происходит рядом/узнаю новости Сургута и округа	2
72,424,	Приятное оформление	1
342,467	Правдивая информация	1
402,426	Родители выписывают	1
107	Оформила подписку	1

229	Давно известна эта газета	1
187	Бывают интересные материалы	1
15	Я – комсомолец	1
21	Считаю более полными	1
292	Выписывала и читала их раньше	1
61	Сообщают все новости	1
71	Интересный паблик в интернете	1
371	Пишут об истории Сургута	1
410	Не ангажированная газета	1
418	Профессия нефтяника, поэтому актуально – Нефть Приобья	1
441	Получаю информацию о городе	1

Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение (другое)

429,430,443,468	Не читаю	4
58,65	РБК	2
67	Телесемь	1
67	Стархит	1
447	Местные издания	1

Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение (другое)

80,87,420	Радио Рекорд	3
197,297	Энерджи	2
34	По настроению	1
81	Лав радио	1
83	Серебряный дождь	1

Почему именно этим радиостанциям Вы отдаете предпочтение? (другое)

139,174,177,197,204,223,224,226,228,230,238,239,240,244,247,250,259,266,270,272,273,288,291,292,297,301,303,304,305,306,309,310,311,19,23,59,65,71,74,75,77,79,80,81,82,83,85,90,95,96,107,114,477,479,480,493,494,500,320,321,314,323,324,326,327,337,338,343,357,370,379,383,385,395,399,400,401,402,409,420,425,427,431,433,435,436,439,442,451,458,463,464,465,472,473	Понятная музыка/оригинальная музыка/современная музыка/приятная музыка/душевная музыка/легкая музыка/хорошая музыка/мои любимые песни/хорошие песни/нравится репертуар песен/нравится музыкальная подборка/люблю зажигательную музыку. Там больше позитива/стиль музыки	95
177,234,235,236,242,246,253,262,264,277,283,285,25,27,67,74,81,114,481,487,500,352,371,431,467,470	Интересная информация/интересно/интересно и приятно слушать/интересная реклама/интересные передачи/интересный репертуар	26
45,46,49,73,76,87,100,115,499,342,346,358,368,369,373,374,375,377,378,380,386,387,389,390,391	Нравится	25
4,12,24,33,50,52,56,256,89,92,93,39,412,418,421,448,183,190,191,423,460	Слушаю только в машине/ эти радиостанции ловит в автомобиле/слушаем в авто/веселее в дороге ехать/занимаюсь ремонтом автомобилей/звуковой фон во время движения/коротает время в пути	21
204,255,281,10,58,479,481,48	Нравится их контент, а так же, как проводятся	14

4,497,341,408,425,434,462	эфиры/хорошие программы/много полезного контента/развлекательные программы	
288,54,65,83,228,230,239,273,88,96,107,113,477,493	Не назойливые новости/новости узнаю/периодические выпуски новостей/свежие новости/интересные новости передают/краткий обзор новостей	14
174,223,288,297,301,303,306,310,356,409,451	Приятные ведущие/хорошие ведущие	11
187,319,322,325,331,332	Актуальность	6
260,276,62,108	Отличное качество частот/хорошо ловит/четкий прием сигнала в машине	4
3,13,17,37	Слушаю редко интересные/слушаю иногда	4
35,44,47	По настроению	3
187,310	Тематика	2
299,79	Содержательность и разносторонность/развивающие передачи	2
225,245	Более правдивое/достоверная информация	2
249,360	Хорошее, с советских времен	2
445,452	Отвлекаюсь от проблем/дел	2
299	Хороший плей-лист	1
294	Предпочитаю музыку российских исполнителей	1
282	Радио моей молодости	1
270	Юмор	1
261	Работает друг	1
254	Нет политики	1
252	Привычка	1
227	Важные обсуждения	1
22	Лучше нет	1
32	Постоянно включен	1
34	Никому не отдаю предпочтение	1
41	Другие каналы не ловит	1
42	Люблю народную музыку	1
68	Так как они более известны	1
364	Ловит только эту волну	1
392	Играет на работе	1
396	Равнодушно	1
410	Достаточно либеральные	1

Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете (другое)

42,48	Творчество. Вяжу	2
-------	------------------	---

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

293,89,364	К-Информ	3
238,275,276	Знаю все	3
161	СМИ-2	1
34	Капремонт	1
34	Госуслуги	1
87	Сургутская трибуна	1
465	Не пользуюсь	1
472	Не знакома	1

**На каких поисковиках вы обычно читаете новости, информационные сообщения?
(другое)**

161	СМИ-2	1
55	На всех вышеперечисленных	1
67	Lenta.ru	1
69	Сафари	1
447	Нет компьютера	1

Какими социальными сетями Вы пользуетесь (другое)

76	Все вышеуказанное	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, но не подписан, потому что)

174,200,221,248,289,299, 305,308,311,312,33,34,36, 41,43,79,341,346,358,365, 368,436,441	Не было необходимости/нет необходимости/не считаю необходимым, нужным/не нуждаюсь в этом/нет надобности/не испытываю потребности	23
198,228,241,250,81,83,92, 95,112,478,347,354,364, 369,457	Не интересно/не интересует	15
206,216,232,238,245,479, 487,491,497,424	Не хочу/нет желания/нет потребности	10
297,300,3,114,349	Нет смысла/не вижу смысла/не хочу	5
69,93,94,106,111	Не было времени подписаться/некогда/много работаю	5
48	Нет личного компьютера	1
56	Захожу, когда есть смысл	1
83	Не постят ничего путного	1
332	Считаю это излишним	1
96	Не думал об этом	1
345	Нет аккаунта в социальных сетях	1
418	Держусь в стороне от соц. сетей	1

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

23	Это все нормально, а встречи с народом без интернета? Почему не бывают как раньше у Попова	1
394	Этим занимаются его помощники	1

Таблицы сопряженности

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
1.1 Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе: в стране																
1) центральное телевидение	73,1	72,9	42,9	58,0	78,8	79,3	95,4	37,9	28,6	92,9	77,1	71,5	71,1	66,7	75,0	66,7
2) региональное и / или местное телевидение	7,6	15,6	10,7	9,9	10,6	11,5	17,6	13,8	0,0	17,3	14,3	9,3	9,2	13,3	12,5	0,0
3) интернет	67,3	63,0	87,5	80,2	72,1	60,9	30,6	82,8	57,1	30,6	82,9	67,5	82,9	66,7	75,0	66,7
4) центральные газеты	1,8	1,9	3,6	1,5	1,0	1,1	2,8	3,4	14,3	3,1	2,9	0,7	1,3	0,0	4,2	0,0
5) региональные и / или местные газеты	3,1	1,9	0,0	0,8	1,0	2,3	7,4	0,0	14,3	7,1	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0
6) центральное радио	5,4	7,3	8,9	9,2	1,0	8,0	5,6	3,4	14,3	5,1	11,4	6,0	5,3	16,7	8,3	0,0
7) региональное и / или местное радио	2,7	2,3	1,8	0,8	1,9	6,9	1,9	3,4	14,3	2,0	2,9	3,3	0,0	3,3	4,2	0,0
8) другое	0,4	0,4	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0
99) затрудняюсь ответить	0,0	0,8	0,0	1,5	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
1.2 Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе: в городе																
1) центральное телевидение	31,6	32,8	14,0	28,7	34,0	31,7	43,8	8,0	16,7	40,0	26,5	36,6	31,9	24,0	34,8	30,0
2) региональное и / или местное телевидение	41,5	49,0	34,0	27,0	47,0	53,7	64,8	36,0	0,0	67,4	41,2	38,6	47,2	36,0	34,8	40,0
3) интернет	64,6	64,4	80,0	82,0	69,0	63,4	32,4	80,0	83,3	29,5	79,4	64,8	77,8	84,0	82,6	70,0
4) центральные газеты	1,9	2,0	0,0	0,8	1,0	2,4	4,8	0,0	16,7	4,2	0,0	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0
5) региональные и / или местные газеты	5,7	6,1	4,0	3,3	3,0	1,2	16,2	4,0	0,0	16,8	2,9	2,8	1,4	4,0	0,0	0,0
6) центральное радио	5,2	4,9	10,0	6,6	4,0	6,1	1,0	8,0	16,7	0,0	5,9	6,2	6,9	4,0	8,7	0,0
7) региональное и / или местное радио	6,1	4,0	6,0	5,7	4,0	8,5	1,9	8,0	16,7	1,1	5,9	7,6	1,4	16,0	4,3	0,0
8) другое	0,0	0,4	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0
99) затрудняюсь ответить	0,0	0,8	0,0	1,6	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1 Как часто вы используете следующие источники информации: телевидение																
Не использую	5,5	4,3	9,8	10,7	3,8	0,0	1,8	16,0	16,7	1,0	0,0	4,6	2,8	13,8	8,3	0,0
Крайне редко	5,0	6,3	15,7	9,9	1,9	3,4	1,8	20,0	33,3	2,0	3,0	3,9	8,3	0,0	8,3	20,0
Реже, чем 1 раз в неделю	3,7	2,0	2,0	5,0	2,8	3,4	0,9	0,0	0,0	1,0	3,0	3,3	5,6	3,4	4,2	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
Несколько раз в неделю	18,3	14,5	29,4	19,8	14,2	22,7	2,7	32,0	0,0	5,0	12,1	23,5	11,1	24,1	20,8	0,0
Каждый день	67,6	73,0	43,1	54,5	77,4	70,5	92,7	32,0	50,0	91,0	81,8	64,7	72,2	58,6	58,3	80,0
2.2 Как часто вы используете следующие источники информации: пресса																
Не использую	51,3	45,2	62,8	57,0	49,5	49,3	28,7	66,7	40,0	32,6	56,7	54,6	45,3	57,1	47,6	50,0
Крайне редко	23,0	26,0	20,9	28,0	28,6	18,3	23,4	23,8	20,0	17,4	26,7	29,2	32,8	19,0	14,3	33,3
Реже, чем 1 раз в неделю	10,7	10,0	11,6	8,4	8,8	9,9	13,8	4,8	40,0	11,6	10,0	9,2	4,7	14,3	9,5	16,7
Несколько раз в неделю	10,2	12,3	4,7	2,8	7,7	18,3	22,3	4,8	0,0	25,6	6,7	6,2	7,8	0,0	19,0	0,0
Каждый день	4,8	6,4	0,0	3,7	5,5	4,2	11,7	0,0	0,0	12,8	0,0	0,8	9,4	9,5	9,5	0,0
2.3 Как часто вы используете следующие источники информации: радио																
Не использую	28,5	29,5	30,0	24,1	26,1	29,7	37,6	45,0	20,0	41,6	29,0	23,3	31,3	28,6	28,6	0,0
Крайне редко	15,0	22,9	27,5	16,1	17,4	21,6	18,8	30,0	40,0	19,5	16,1	18,0	18,8	14,3	9,5	33,3
Реже, чем 1 раз в неделю	9,8	8,6	10,0	12,5	5,4	5,4	11,8	5,0	20,0	10,4	12,9	8,3	6,3	4,8	4,8	11,1
Несколько раз в неделю	17,6	18,6	7,5	23,2	18,5	17,6	15,3	5,0	0,0	16,9	16,1	26,3	10,9	14,3	9,5	22,2
Каждый день	29,0	20,5	25,0	24,1	32,6	25,7	16,5	15,0	20,0	11,7	25,8	24,1	32,8	38,1	47,6	33,3
2.4 Как часто вы используете следующие источники информации: интернет																
Не использую	9,7	8,0	1,8	1,5	1,9	7,5	31,3	0,0	0,0	30,2	0,0	8,8	0,0	0,0	4,5	0,0
Крайне редко	1,8	4,4	0,0	0,0	3,8	2,5	9,4	0,0	14,3	10,5	0,0	1,4	1,3	3,4	0,0	0,0
Реже, чем 1 раз в неделю	1,4	0,8	0,0	0,8	1,9	1,3	1,0	0,0	0,0	1,2	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
Несколько раз в неделю	10,1	5,2	1,8	3,8	10,6	8,8	11,5	0,0	0,0	9,3	2,9	9,5	9,2	0,0	9,1	10,0
Каждый день	77,0	81,5	96,4	93,8	81,7	80,0	46,9	100,0	85,7	48,8	97,1	77,7	89,5	96,6	86,4	90,0
3. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?																
Не читаю прессу	53,2	46,0	66,7	55,0	46,7	48,8	36,7	67,9	28,6	39,4	65,7	54,5	44,7	44,4	42,9	58,3
В основном в печатном виде	14,9	21,5	5,6	4,7	8,6	22,1	47,7	3,6	0,0	47,5	11,4	13,6	6,6	11,1	9,5	8,3
В основном в электронном виде	25,7	25,3	25,9	34,1	32,4	20,9	11,9	28,6	57,1	10,1	17,1	22,7	40,8	40,7	28,6	33,3
В равной степени в печатном и электронном виде	6,3	7,3	1,9	6,2	12,4	8,1	3,7	0,0	14,3	3,0	5,7	9,1	7,9	3,7	19,0	0,0
4. Есть ли источники информации, которым вы доверяете больше, чем остальным? И если да, то, каким именно?																
Телевидение	52,0	53,6	27,3	38,9	45,3	68,2	77,3	24,1	57,1	75,8	50,0	54,2	39,5	46,7	43,5	58,3
Новостные сайты в интернете	38,6	41,8	54,5	49,6	46,2	38,8	17,3	58,6	14,3	18,2	63,9	45,8	44,7	40,0	43,5	33,3
Форумы, блоги, сайты социальных сетей	18,8	19,4	43,6	31,3	14,2	8,2	5,5	51,7	28,6	4,0	22,2	13,7	28,9	36,7	17,4	25,0
Печатная пресса (газеты, журналы)	7,6	13,7	3,6	3,8	4,7	12,9	27,3	3,4	0,0	28,3	2,8	7,2	6,6	3,3	8,7	16,7
Разговоры с родственниками, друзьями, знакомыми	12,1	11,8	5,5	8,4	19,8	12,9	11,8	6,9	14,3	9,1	13,9	13,7	7,9	23,3	4,3	16,7

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
Радио	5,4	4,2	3,6	4,6	3,8	8,2	3,6	0,0	0,0	5,1	8,3	5,9	3,9	3,3	8,7	0,0
Другое	2,7	3,4	3,6	0,8	6,6	3,5	1,8	6,9	0,0	4,0	0,0	1,3	6,6	3,3	4,3	0,0
Нет источников информации, которым доверяю больше, чем остальным	16,1	14,4	18,2	17,6	19,8	10,6	10,9	10,3	14,3	9,1	11,1	14,4	15,8	23,3	17,4	16,7
5. Каким региональным и городским телеканалам Вы отдаете предпочтение?																
1) ТК «СургутИнформТВ»	54,6	56,4	32,1	44,3	60,0	60,9	70,9	31,0	42,9	67,3	57,1	52,5	61,8	43,3	47,8	41,7
2) ТРК «Сургутинтерновости»	46,7	53,0	35,7	41,2	50,0	56,3	62,7	27,6	28,6	61,4	48,6	46,2	61,8	43,3	56,5	16,7
3) ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	12,8	15,4	7,1	4,6	16,4	17,2	24,5	3,4	14,3	24,8	11,4	8,2	11,8	20,0	13,0	25,0
4) ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	7,9	10,5	1,8	3,8	9,1	13,8	16,4	3,4	0,0	16,8	5,7	7,6	7,9	6,7	8,7	0,0
5) ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	6,2	8,6	1,8	3,1	9,1	6,9	14,5	0,0	14,3	13,9	5,7	5,1	7,9	6,7	8,7	0,0
6) другое	0,9	1,1	0,0	0,0	2,7	1,1	0,9	0,0	0,0	1,0	0,0	1,3	1,3	0,0	4,3	0,0
7) не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	23,3	22,2	46,4	37,4	14,5	20,7	3,6	51,7	42,9	6,9	34,3	24,7	17,1	30,0	21,7	41,7

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
99) затрудняюсь ответить / никаким не отдаю предпочтение	4,8	4,9	10,7	4,6	6,4	4,6	1,8	10,3	0,0	3,0	0,0	6,3	3,9	6,7	4,3	16,7
6. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?																
1) всегда актуальная и свежая информация	65,5	74,4	61,3	66,3	69,3	75,0	73,6	57,1	100,0	75,8	76,9	70,8	72,1	47,4	66,7	57,1
2) адекватные, приятные, интересные ведущие	25,4	24,6	41,9	22,1	18,2	22,1	30,2	57,1	25,0	28,6	34,6	20,8	19,7	21,1	33,3	14,3
3) технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	7,9	10,3	9,7	5,8	10,2	5,9	13,2	14,3	0,0	14,3	15,4	5,0	6,6	10,5	5,6	28,6
4) удобное время выхода передач и новостных блоков	18,6	29,1	19,4	19,8	26,1	32,4	22,6	7,1	25,0	23,1	34,6	22,5	27,9	10,5	33,3	14,3
5) наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	10,2	8,9	9,7	5,8	8,0	16,2	9,4	0,0	25,0	8,8	3,8	11,7	14,8	5,3	5,6	0,0
6) наличие утренних шоу	0,6	5,4	3,2	3,5	2,3	5,9	1,9	7,1	0,0	2,2	11,5	1,7	1,6	0,0	0,0	0,0
7) наличие большого количества развлекательных программ	0,6	2,0	3,2	1,2	2,3	1,5	0,0	0,0	25,0	0,0	3,8	0,8	3,3	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
8) отсутствие большого количества развлекательных программ	3,4	1,5	0,0	2,3	5,7	1,5	0,9	0,0	0,0	1,1	0,0	3,3	1,6	10,5	0,0	0,0
9) привычка	16,4	14,8	12,9	12,8	20,5	11,8	17,0	14,3	0,0	17,6	7,7	13,3	24,6	21,1	11,1	14,3
10) другое	5,6	2,0	6,5	7,0	2,3	1,5	2,8	14,3	0,0	3,3	0,0	3,3	3,3	5,3	5,6	14,3
99) затрудняюсь ответить	9,0	8,9	16,1	10,5	6,8	10,3	6,6	7,1	0,0	6,6	11,5	10,0	4,9	15,8	5,6	28,6
7. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?																
1) Новости Сургута	74,6	70,6	48,5	62,1	73,4	80,9	81,7	43,8	75,0	81,3	76,0	69,2	74,6	52,4	84,2	71,4
2) В центре событий	42,9	43,0	51,5	31,0	41,5	48,5	46,8	50,0	50,0	46,9	48,0	41,7	46,0	28,6	31,6	42,9
3) Новости Югры	15,3	18,2	12,1	12,6	12,8	19,1	23,9	18,8	25,0	24,0	16,0	13,3	11,1	14,3	21,1	28,6
4) Вести Югории	16,4	15,0	12,1	6,9	14,9	23,5	19,3	6,3	25,0	24,0	12,0	12,5	14,3	4,8	26,3	0,0
5) Новости-комментарий	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
6) Тип-топ новости	2,3	4,7	6,1	5,7	2,1	4,4	1,8	6,3	25,0	1,0	20,0	2,5	0,0	0,0	5,3	14,3
7) Итоги недели	14,1	29,0	27,3	16,1	27,7	23,5	20,2	18,8	0,0	20,8	28,0	23,3	22,2	23,8	26,3	28,6
8) За скобками	4,5	4,7	0,0	2,3	5,3	8,8	4,6	0,0	0,0	4,2	4,0	5,8	6,3	4,8	5,3	0,0
9) Реальное время	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10) Спортклуб	3,4	0,5	3,0	3,4	0,0	1,5	1,8	0,0	0,0	1,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0
11) За дело!	0,6	0,5	0,0	0,0	1,1	1,5	0,9	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	1,6	0,0	5,3	0,0
12) Сарафан-FM	5,6	8,4	9,1	3,4	6,4	11,8	7,3	12,5	25,0	9,4	0,0	7,5	6,3	4,8	5,3	0,0
13) В курсе дела	3,4	4,2	3,0	4,6	5,3	2,9	2,8	0,0	0,0	2,1	8,0	3,3	9,5	4,8	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
14) На троих	2,3	0,5	0,0	1,1	1,1	0,0	2,8	0,0	0,0	2,1	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0
15) Вставай!	7,9	13,6	9,1	14,9	12,8	11,8	6,4	12,5	0,0	10,4	24,0	12,5	9,5	9,5	5,3	14,3
16) Телевизионный обзор новостей	11,9	12,1	12,1	12,6	11,7	10,3	12,8	12,5	0,0	8,3	16,0	11,7	14,3	23,8	15,8	0,0
17) Диалог	3,4	1,4	0,0	4,6	4,3	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	3,3	3,2	4,8	0,0	0,0
18) Что произошло	2,3	3,3	3,0	2,3	3,2	2,9	2,8	6,3	0,0	3,1	12,0	1,7	1,6	0,0	5,3	0,0
19) Что покупаем	1,1	7,5	9,1	2,3	9,6	4,4	0,0	12,5	0,0	0,0	8,0	5,8	3,2	14,3	0,0	0,0
20) Вести-Регион-Тюмень	8,5	14,0	9,1	8,0	19,1	8,8	9,2	0,0	25,0	12,5	8,0	8,3	11,1	19,0	15,8	14,3
21) Деловые люди	0,6	0,9	0,0	0,0	1,1	0,0	1,8	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0
22) другое	1,1	0,5	0,0	1,1	0,0	1,5	0,9	0,0	0,0	1,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
23) ничего из вышеперечисленного	8,5	4,2	15,2	10,3	4,3	2,9	3,7	18,8	0,0	3,1	4,0	6,7	3,2	14,3	5,3	14,3
99) затрудняюсь ответить	3,4	6,5	9,1	4,6	7,4	2,9	3,7	12,5	0,0	4,2	8,0	4,2	6,3	9,5	0,0	14,3
8. В какое время суток Вы обычно просматриваете телевизионные программы (кино или др.)?																
1) утреннее время (с 6.00 до 12.00)	35,5	43,4	30,3	32,9	41,5	28,0	54,6	25,0	40,0	55,2	37,5	33,6	42,9	25,0	26,3	50,0
2) дневное время (с 12.00 до 16.00)	10,4	17,5	15,2	7,1	5,3	17,3	25,0	12,5	60,0	31,3	29,2	5,6	3,2	10,0	0,0	0,0
3) вечернее время (с 17.00 до 23.00)	80,3	77,4	84,8	77,6	78,7	84,0	74,1	87,5	20,0	75,0	66,7	83,2	81,0	80,0	78,9	75,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
4) ночное время (с 24.00 до 5.00)	7,1	3,8	9,1	7,1	6,4	6,7	0,9	12,5	0,0	0,0	4,2	6,4	1,6	15,0	21,1	12,5
9. Вы допускаете или исключаете для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений?																
1) Допускаю	37,9	30,8	57,1	53,6	38,5	26,8	13,9	66,7	25,0	11,4	43,5	36,1	39,3	50,0	61,1	42,9
2) Исключаю	56,3	57,2	35,7	36,9	51,6	69,0	74,3	20,0	50,0	77,3	47,8	58,0	50,8	40,9	38,9	57,1
99). Затрудняюсь ответить	5,7	11,9	7,1	9,5	9,9	4,2	11,9	13,3	25,0	11,4	8,7	5,9	9,8	9,1	0,0	0,0
10. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?																
1) Новый город	19,2	23,2	18,9	18,5	18,9	20,7	28,4	14,8	0,0	25,0	24,2	20,9	20,5	23,3	28,6	0,0
2) Сургутская трибуна	21,9	35,4	18,9	18,5	26,4	30,5	48,6	18,5	14,3	46,0	27,3	23,0	30,1	23,3	38,1	8,3
3) Вестник	3,7	5,9	9,4	6,5	3,8	2,4	3,7	7,4	28,6	5,0	0,0	6,1	4,1	0,0	9,5	0,0
4) Нефть Приобья	5,0	6,7	0,0	8,1	2,8	9,8	6,4	0,0	0,0	8,0	3,0	6,1	5,5	6,7	14,3	8,3
5) Северный университет																
6) Ступени СурГПУ	0,9	0,8	1,9	0,8	1,9	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	3,3	4,8	0,0
7) Сургутские ведомости Скрижаль	2,7	5,9	1,9	1,6	3,8	6,1	8,3	0,0	0,0	7,0	6,1	2,7	1,4	10,0	4,8	8,3
8) Северный колокол	1,4	0,4	1,9	0,0	0,9	2,4	0,0	3,7	14,3	1,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
9) Сибирский газовик	1,8	0,8	0,0	0,8	2,8	0,0	1,8	0,0	0,0	1,0	0,0	1,4	1,4	3,3	4,8	0,0
10) Скрижаль	0,9	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,9	0,0	0,0	1,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
11) На страже закона	1,4	2,4	1,9	1,6	2,8	2,4	0,9	3,7	0,0	2,0	3,0	2,0	0,0	0,0	4,8	0,0
12) Электропрофсоюз																

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
13) другое	0,5	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
14) не читаю никакие периодические издания (прессу)	58,4	47,6	69,8	58,9	54,7	51,2	35,8	74,1	42,9	37,0	63,6	55,4	53,4	50,0	47,6	75,0
99) затрудняюсь ответить/никаким не отдаю предпочтение	5,0	5,5	3,8	8,1	7,5	1,2	3,7	0,0	14,3	5,0	6,1	4,7	5,5	10,0	0,0	8,3
12. Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?																
1) Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	5,2	5,9	7,5	3,2	6,9	6,0	5,9	7,4	0,0	8,8	3,0	6,0	5,5	0,0	4,5	0,0
2) Аргументы и факты	15,7	16,9	9,4	11,1	17,8	15,7	24,5	7,4	42,9	24,2	9,1	16,1	16,4	10,3	4,5	16,7
3) Комсомольская правда	7,6	7,5	1,9	6,3	6,9	8,4	10,8	0,0	0,0	12,1	9,1	7,4	5,5	10,3	4,5	8,3
4) Коммерсант	2,9	1,6	0,0	1,6	5,0	1,2	2,0	0,0	0,0	2,2	3,0	0,7	5,5	0,0	4,5	0,0
5) Российская газета	3,3	4,7	3,8	6,3	2,0	3,6	3,9	3,7	0,0	4,4	0,0	3,4	6,8	6,9	4,5	8,3
6) Эксперт	0,5	0,8	0,0	0,8	1,0	0,0	1,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	1,4	0,0	4,5	0,0
7) Собеседник	2,4	2,4	1,9	2,4	3,0	2,4	2,0	3,7	0,0	3,3	0,0	3,4	2,7	0,0	0,0	0,0
8) никаким федеральным изданиям не отдаю предпочтение	70,5	69,3	81,1	73,8	68,3	71,1	60,8	85,2	57,1	59,3	75,8	70,5	68,5	75,9	77,3	75,0
9) другое	4,3	3,5	1,9	4,8	4,0	2,4	4,9	0,0	0,0	5,5	9,1	2,0	2,7	6,9	9,1	8,3
13. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?																
1) Радио России	6,3	4,3	0,0	2,3	2,9	12,2	8,3	0,0	28,6	6,1	2,9	5,3	6,7	0,0	4,3	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
2) Эхо Москвы	5,0	2,7	5,4	2,3	5,7	3,7	2,8	6,9	0,0	3,1	2,9	4,0	2,7	7,4	4,3	0,0
3) ХИТ FM	17,2	20,5	33,9	27,1	21,0	8,5	7,4	37,9	14,3	6,1	20,0	25,2	24,0	7,4	17,4	16,7
4) Серебряный Дождь	11,8	7,4	7,1	9,3	7,6	13,4	9,3	6,9	0,0	7,1	5,7	10,6	9,3	14,8	17,4	0,0
5) Радио «Радио»	2,3	1,6	0,0	1,6	2,9	4,9	0,0	0,0	14,3	0,0	2,9	2,0	1,3	0,0	8,7	0,0
6) Дорожное радио	23,1	19,4	25,0	21,7	19,0	22,0	18,5	20,7	14,3	16,3	25,7	19,9	14,7	33,3	39,1	33,3
7) Юмор FM	14,5	10,9	3,6	14,0	22,9	17,1	2,8	6,9	0,0	5,1	8,6	17,9	14,7	11,1	17,4	8,3
8) Вести FM	5,9	5,4	5,4	3,9	7,6	6,1	5,6	6,9	14,3	6,1	5,7	3,3	8,0	3,7	8,7	8,3
9) Русское Радио	14,9	19,8	12,5	20,9	24,8	17,1	9,3	10,3	14,3	10,2	17,1	17,2	26,7	29,6	13,0	8,3
10) Радио 7	3,6	3,9	3,6	1,6	7,6	6,1	0,9	6,9	0,0	2,0	0,0	4,0	4,0	7,4	8,7	0,0
11) Ретро FM	4,5	6,6	5,4	4,7	4,8	9,8	4,6	3,4	14,3	6,1	5,7	6,0	8,0	3,7	0,0	0,0
12) Авторadio	31,2	22,1	16,1	25,6	38,1	24,4	21,3	3,4	14,3	17,3	22,9	33,8	26,7	40,7	34,8	25,0
13) Радио Шансон	23,1	10,1	8,9	7,0	19,0	24,4	20,4	3,4	14,3	19,4	2,9	20,5	12,0	11,1	21,7	8,3
14) DFM	5,0	8,5	12,5	14,7	7,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	7,9	10,7	18,5	4,3	0,0
15) Радио Югра	1,4	1,2	0,0	0,8	1,9	2,4	0,9	0,0	0,0	1,0	2,9	0,7	1,3	3,7	0,0	0,0
16) Европа Плюс	12,7	16,3	19,6	28,7	14,3	7,3	0,9	20,7	14,3	1,0	28,6	15,9	20,0	29,6	8,7	25,0
17) Наше радио	4,5	3,5	1,8	3,1	11,4	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	8,6	2,0	6,7	11,1	4,3	16,7
18) Радио Маяк	8,6	7,8	5,4	2,3	9,5	13,4	12,0	0,0	28,6	14,3	8,6	7,3	4,0	7,4	4,3	0,0
19) Радио «Дача»	8,6	10,1	7,1	3,9	14,3	8,5	13,0	0,0	0,0	13,3	2,9	9,3	9,3	7,4	13,0	16,7
20) другое	2,3	1,9	3,6	4,7	0,0	2,4	0,0	3,4	0,0	1,0	0,0	0,7	4,0	7,4	8,7	0,0
21) не слушаю никакие	16,7	22,1	23,2	12,4	13,3	17,1	34,3	34,5	0,0	36,7	20,0	15,2	12,0	14,8	8,7	8,3

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, ниже звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
радиостанции																
99) затрудняюсь ответить / нет предпочтений	2,7	1,6	1,8	3,1	1,9	2,4	0,9	0,0	0,0	0,0	2,9	2,0	6,7	3,7	0,0	0,0
15. Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?																
1) специализированные сайты, профильные	25,9	22,4	31,5	34,4	27,6	16,7	9,7	34,5	14,3	11,6	14,7	17,4	37,5	36,7	27,3	50,0
2) специализированные чаты и форумы	10,6	12,6	24,1	16,0	12,4	4,8	4,9	34,5	14,3	5,3	14,7	8,7	12,5	13,3	9,1	20,0
3) социальные сети	48,6	61,8	68,5	64,8	61,9	53,6	32,0	65,5	42,9	32,6	67,6	60,4	63,9	66,7	59,1	50,0
4) поисковые системы	37,0	39,8	46,3	53,6	41,9	31,0	19,4	37,9	42,9	22,1	41,2	36,2	54,2	46,7	31,8	50,0
5) новостные сайты	31,0	24,8	20,4	28,8	36,2	33,3	15,5	24,1	42,9	17,9	32,4	26,8	40,3	30,0	50,0	10,0
6) развлекательные сайты	18,5	18,9	31,5	24,8	17,1	15,5	8,7	27,6	14,3	10,5	20,6	25,5	11,1	16,7	31,8	0,0
7) образовательные сайты	7,9	14,6	18,5	14,4	17,1	6,0	3,9	27,6	0,0	4,2	14,7	3,4	23,6	26,7	9,1	20,0
8) фильмы	25,5	27,2	38,9	30,4	33,3	22,6	10,7	37,9	28,6	13,7	35,3	30,9	22,2	43,3	22,7	0,0
9) сайты о работе	6,0	8,3	5,6	8,0	12,4	8,3	1,0	3,4	0,0	1,1	2,9	6,7	13,9	13,3	18,2	20,0
10) игровые сайты	13,9	6,3	14,8	9,6	11,4	11,9	3,9	13,8	0,0	6,3	11,8	15,4	0,0	10,0	4,5	10,0
11) почтовые серверы	8,3	7,9	13,0	13,6	5,7	7,1	1,9	20,7	0,0	2,1	5,9	6,7	9,7	16,7	9,1	30,0
12) все сайты, нет предпочтений	5,6	5,9	5,6	5,6	8,6	7,1	1,9	6,9	0,0	1,1	5,9	6,7	9,7	3,3	9,1	0,0
13) другое	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	1,2	2,9	0,0	0,0	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
14) нет интернета / не пользуюсь интернетом	12,0	10,2	0,0	0,0	2,9	10,7	39,8	0,0	0,0	36,8	0,0	10,1	0,0	0,0	4,5	10,0
16.1. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы ЗНАЕТЕ:																
1) Портал Администрации г. Сургут	60,1	67,7	64,2	63,3	60,6	73,0	63,2	64,3	33,3	61,2	75,8	57,1	71,0	69,0	70,0	75,0
2) Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры	24,5	29,2	30,2	34,2	25,3	17,6	26,5	35,7	33,3	26,9	24,2	16,5	31,9	27,6	30,0	37,5
3) Сайт Думы г. Сургут	26,6	35,4	30,2	30,0	30,3	36,5	30,9	32,1	33,3	31,3	36,4	21,8	31,9	34,5	45,0	37,5
4) Информационное агентство России «ТАСС»	6,4	6,2	7,5	9,2	4,0	5,4	5,9	10,7	16,7	7,5	3,0	4,5	4,3	13,8	5,0	12,5
5) Информационное агентство Интерфакс	9,0	2,7	3,8	7,5	5,1	8,1	2,9	7,1	0,0	6,0	3,0	3,0	8,7	13,8	5,0	12,5
6) «Аргументы и Факты-Югра»	4,3	4,9	1,9	5,8	4,0	6,8	2,9	3,6	0,0	6,0	0,0	2,3	4,3	13,8	10,0	0,0
7) Сайт «Московский Комсомолец» – Югра»	4,8	2,2	3,8	3,3	2,0	5,4	2,9	7,1	0,0	4,5	0,0	2,3	1,4	10,3	5,0	0,0
8) Деловое информационное пространство РБК	8,5	4,0	1,9	7,5	6,1	6,8	5,9	0,0	0,0	4,5	3,0	5,3	11,6	10,3	10,0	12,5
9) Новостной портал LifeNews	6,9	9,3	11,3	14,2	5,1	6,8	1,5	10,7	16,7	3,0	15,2	3,8	13,0	10,3	25,0	0,0
10) Портал ОАО «Издателский	3,2	1,8	3,8	1,7	3,0	1,4	2,9	3,6	0,0	1,5	0,0	1,5	1,4	6,9	10,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
дом «Новости Югры»																
11) Интернет-портал SITV.RU	14,9	18,1	15,1	14,2	18,2	24,3	11,8	14,3	0,0	13,4	21,2	15,8	20,3	24,1	30,0	12,5
12) Информационное агентство Югра PRO	2,7	0,4	0,0	0,8	2,0	0,0	4,4	0,0	0,0	3,0	0,0	1,5	0,0	3,4	5,0	0,0
13) Информационное агентство «Ура.ру»	4,3	5,3	1,9	6,7	7,1	5,4	0,0	0,0	16,7	0,0	6,1	2,3	11,6	3,4	15,0	12,5
14) Интернет-газета «Правда УрФО»	0,5	0,4	1,9	0,0	1,0	0,0	0,0	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0
15) Интернет-портал «СИА-ПРЕСС»	15,4	11,5	15,1	11,7	17,2	14,9	7,4	10,7	16,7	9,0	15,2	9,0	26,1	13,8	15,0	25,0
16) Сайт ГТРК «Югория»	2,1	0,9	3,8	1,7	1,0	1,4	0,0	3,6	0,0	0,0	0,0	3,0	0,0	3,4	0,0	0,0
17) Сайт телеканала «Югра	0,0	2,2	3,8	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0	16,7	0,0	3,0	0,0	0,0	6,9	0,0	0,0
18) Сайт ТРК «Сургутинтерновости»	7,4	6,6	15,1	6,7	6,1	6,8	2,9	14,3	0,0	3,0	3,0	7,5	13,0	6,9	5,0	0,0
19) Интернет-газета «Знак.ком»	2,1	0,4	0,0	1,7	0,0	2,7	1,5	0,0	16,7	1,5	3,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
20) ИА «Накануне»	0,0	0,9	1,9	0,8	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
21) Интернет-портал «О! Сургут»	7,4	7,1	9,4	12,5	6,1	4,1	1,5	7,1	0,0	1,5	18,2	5,3	14,5	6,9	5,0	12,5
22) другое	5,3	3,5	1,9	5,8	1,0	6,8	5,9	3,6	0,0	7,5	6,1	3,8	5,8	0,0	5,0	0,0
99) затрудняюсь ответить	28,2	20,8	28,3	20,8	27,3	17,6	27,9	32,1	33,3	28,4	15,2	31,6	14,5	17,2	15,0	12,5

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
16.2. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, каким из них Вы <u>ДОВЕРЯЕТЕ</u>:																
1) Портал Администрации г. Сургут	39,4	56,5	37,5	48,9	51,9	57,6	44,9	45,5	20,0	44,9	60,0	42,4	56,4	50,0	53,3	50,0
2) Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры	17,5	24,9	20,0	21,6	26,0	15,3	24,5	22,7	40,0	26,5	24,0	11,1	23,6	20,0	26,7	16,7
3) Сайт Думы г. Сургут	16,1	28,8	22,5	20,5	24,7	27,1	22,4	22,7	20,0	26,5	20,0	14,1	23,6	30,0	33,3	16,7
4) Информационное агентство России «ТАСС»	3,6	3,4	0,0	4,5	3,9	5,1	2,0	0,0	20,0	4,1	8,0	3,0	0,0	0,0	6,7	0,0
5) Информационное агентство Интерфакс	5,8	1,1	0,0	2,3	2,6	6,8	4,1	0,0	0,0	4,1	4,0	2,0	3,6	10,0	6,7	0,0
6) «Аргументы и Факты-Югра»	2,2	2,8	2,5	0,0	2,6	8,5	0,0	4,5	20,0	4,1	0,0	3,0	1,8	0,0	0,0	0,0
7) Сайт «Московский Комсомолец» – Югра»	2,2	0,6	0,0	1,1	0,0	3,4	2,0	0,0	0,0	2,0	4,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0
8) Деловое информационное пространство РБК	6,6	2,3	0,0	4,5	6,5	6,8	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	2,0	7,3	15,0	6,7	16,7
9) Новостной портал LifeNews	3,6	5,1	2,5	9,1	2,6	5,1	0,0	0,0	0,0	2,0	8,0	3,0	7,3	5,0	13,3	0,0
10) Портал ОАО «Издателский дом «Новости Югры»	0,7	2,3	0,0	2,3	1,3	3,4	0,0	0,0	20,0	2,0	0,0	2,0	0,0	0,0	6,7	0,0
11) Интернет-портал SITV.RU	8,8	13,6	7,5	10,2	13,0	20,3	4,1	9,1	0,0	6,1	28,0	10,1	12,7	15,0	13,3	16,7

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
12) Информационное агентство Югра PRO	0,0	1,1	2,5	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
13) Информационное агентство «Ура.ру»	2,9	1,7	0,0	4,5	1,3	1,7	2,0	0,0	20,0	0,0	4,0	3,0	0,0	0,0	0,0	16,7
14) Интернет-газета «Правда УрФО»	0,0	1,1	2,5	0,0	0,0	1,7	0,0	4,5	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
15) Интернет-портал «СИА-ПРЕСС»	8,0	10,2	7,5	8,0	13,0	11,9	4,1	9,1	0,0	8,2	8,0	5,1	18,2	10,0	20,0	16,7
16) Сайт ГТРК «Югория»	1,5	0,6	5,0	1,1	0,0	0,0	0,0	4,5	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
17) Сайт телеканала «Югра	0,0	1,1	2,5	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0
18) Сайт ТРК «Сургутинтерновости»	8,0	6,8	15,0	9,1	5,2	5,1	4,1	18,2	0,0	4,1	0,0	7,1	12,7	5,0	13,3	0,0
19) Интернет-газета «Знак.ком»	0,7	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0									
20) ИА «Накануне»	0,7	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0
21) Интернет-портал «О! Сургут»	7,3	7,3	10,0	11,4	7,8	3,4	2,0	4,5	0,0	2,0	20,0	5,1	14,5	10,0	6,7	0,0
22) другое	3,6	3,4	0,0	4,5	1,3	6,8	4,1	0,0	0,0	6,1	4,0	3,0	7,3	0,0	0,0	0,0
99) затрудняюсь ответить	38,7	28,2	37,5	30,7	35,1	22,0	40,8	40,9	40,0	40,8	20,0	43,4	18,2	25,0	20,0	33,3
17. На каких поисковиках вы обычно читаете новости, информационные сообщения?																
1) Яндекс (yandex.ru)	72,6	75,7	58,9	73,2	76,2	83,3	73,2	55,2	71,4	72,5	73,5	73,9	74,0	86,7	68,2	88,9

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
2) Рамблер (rambler.ru)	10,2	4,2	16,1	6,3	11,4	1,3	0,0	13,8	0,0	0,0	2,9	7,0	11,0	10,0	4,5	11,1
3) Мейл.ру (mail.ru)	16,2	23,0	33,9	21,3	18,1	24,4	4,2	37,9	0,0	8,7	26,5	19,7	16,4	26,7	27,3	22,2
4) Google (google.com)	51,8	53,6	71,4	59,8	60,0	35,9	31,0	79,3	42,9	30,4	55,9	52,8	50,7	66,7	63,6	33,3
5) другое	3,6	0,0	1,8	0,8	0,0	3,8	2,8	3,4	14,3	2,9	0,0	0,7	2,7	0,0	0,0	0,0
6) никаких. Узнаю новости из других источников	4,1	2,1	1,8	1,6	1,9	1,3	12,7	0,0	0,0	13,0	0,0	2,1	2,7	0,0	4,5	0,0
18. Пользуетесь ли Вы социальными сетями?																
1) да	81,5	89,5	96,4	91,4	88,6	84,2	64,9	96,6	71,4	62,5	100,0	87,3	91,7	96,7	86,4	100,0
2) нет	18,5	10,5	3,6	8,6	11,4	15,8	35,1	3,4	28,6	37,5	0,0	12,7	8,3	3,3	13,6	0,0
19. Как часто и в какое время суток Вы обычно заходите в социальные сети?																
1) захожу в соц. сети в течение всего дня	55,6	64,2	70,4	66,1	53,8	57,8	51,0	78,6	80,0	61,7	79,4	52,8	66,7	51,7	47,1	44,4
2) чаще захожу в соц. сети в утреннее или вечернее время (свободное от работы)	28,8	24,7	20,4	25,2	34,1	21,9	29,4	7,1	0,0	21,3	11,8	33,3	27,3	37,9	23,5	33,3
3) чаще захожу в соц. сети ночью	4,4	1,4	0,0	2,6	3,3	6,3	0,0	0,0	20,0	0,0	2,9	4,1	0,0	3,4	11,8	0,0
4) чаще пользуюсь соц. сетями в дневное время, находясь на работе	1,9	1,9	3,7	1,7	0,0	3,1	2,0	3,6	0,0	2,1	0,0	2,4	0,0	0,0	5,9	11,1

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
5) редко захожу в соц. сети	9,4	7,9	5,6	4,3	8,8	10,9	17,6	10,7	0,0	14,9	5,9	7,3	6,1	6,9	11,8	11,1
20. Какими социальными сетями Вы пользуетесь?																
1) ВКонтакте	60,6	73,6	88,9	87,2	66,0	52,2	27,5	92,9	66,7	27,1	82,4	67,5	80,9	89,7	63,2	40,0
2) Инстаграм	35,8	57,7	77,8	71,8	37,2	26,1	13,7	85,7	50,0	16,7	79,4	39,7	51,5	58,6	57,9	50,0
3) Одноклассники	42,4	63,6	27,8	41,9	60,6	73,9	74,5	25,0	16,7	81,3	58,8	57,1	48,5	48,3	52,6	40,0
4) Facebook	16,4	16,8	22,2	23,9	12,8	10,1	9,8	25,0	16,7	16,7	23,5	10,3	19,1	24,1	26,3	20,0
5) Twitter	8,5	8,6	11,1	11,1	11,7	2,9	2,0	14,3	16,7	0,0	11,8	4,0	11,8	17,2	21,1	0,0
6) YouTube	34,5	35,9	57,4	44,4	26,6	27,5	17,6	71,4	50,0	22,9	32,4	32,5	32,4	41,4	42,1	40,0
7) WhatsApp, Viber	56,4	55,0	51,9	59,8	62,8	49,3	45,1	50,0	66,7	41,7	61,8	50,8	66,2	69,0	63,2	60,0
8) Telegram	11,5	10,9	25,9	17,9	8,5	1,4	0,0	35,7	16,7	0,0	8,8	7,9	14,7	13,8	10,5	10,0
9) Мой мир на Mail.ru	5,5	4,5	3,7	5,1	6,4	5,8	0,0	7,1	0,0	0,0	5,9	7,1	4,4	10,3	0,0	0,0
10) другие (напишите)	1,8	0,5	0,0	0,9	0,0	2,9	2,0	0,0	0,0	2,1	0,0	1,6	0,0	3,4	0,0	0,0
21. Какова основная причина Вашего использования социальных сетей?																
1) для общения с друзьями	80,8	87,1	90,9	83,9	85,7	79,4	82,8	92,9	80,0	84,6	91,4	89,0	77,5	79,3	61,9	80,0
2) быть в курсе новостей и событий	60,5	76,4	67,3	66,9	74,5	75,0	62,1	67,9	80,0	63,5	71,4	67,7	78,9	55,2	85,7	50,0
3) обмен информацией (хочу выразить свое мнение)	32,6	36,9	43,6	36,4	31,6	32,4	32,8	50,0	40,0	36,5	45,7	33,9	31,0	34,5	9,5	50,0
4) это необходимо в связи с рабочей деятельностью	18,0	16,9	16,4	22,0	22,4	16,2	1,7	10,7	0,0	1,9	14,3	7,1	29,6	34,5	47,6	50,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
5) для развлечений (игры, видео, развлекательный контент и т.д.)	22,7	16,4	25,5	24,6	11,2	20,6	13,8	32,1	0,0	17,3	17,1	20,5	14,1	34,5	14,3	10,0
6) нечем занять себя в свободное время	3,5	3,6	9,1	1,7	4,1	1,5	3,4	10,7	20,0	1,9	8,6	4,7	0,0	0,0	0,0	0,0
7) другое (напишите)																
22. 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)	26,8	40,8	37,9	57,1	28,9	51,4	25,0	37,9	57,1	28,9	51,4	25,0	46,7	34,5	34,8	33,3
2) да, знаю, не подписан	32,1	30,6	20,7	0,0	34,2	28,6	27,7	20,7	0,0	34,2	28,6	27,7	26,7	44,8	56,5	44,4
3) нет, не знаю	41,1	28,6	41,4	42,9	36,8	20,0	47,3	41,4	42,9	36,8	20,0	47,3	26,7	20,7	8,7	22,2
23. 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	26,7	33,9	31,5	32,8	27,6	37,2	23,7	18,5	42,9	22,9	57,1	26,0	36,0	28,6	50,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
2) отношусь к этому позитивно, так как в любое время могу обратиться напрямую к Главе города, и знаю, что мне ответят	9,9	15,9	9,3	14,8	11,4	11,5	15,8	11,1	42,9	17,1	20,0	9,6	14,7	3,6	9,1	0,0
3) отношусь к этому позитивно. Это самый легкий и простой способ общения власти и общества	20,8	24,3	16,7	21,1	28,6	29,5	14,5	22,2	14,3	15,7	25,7	18,5	30,7	28,6	40,9	40,0
4) отношусь к этому позитивно, так как Глава должен быть ближе к народу	19,8	30,1	33,3	23,4	21,0	28,2	26,3	29,6	28,6	30,0	40,0	17,8	18,7	35,7	40,9	20,0
5) никак к этому не отношусь. Мне все равно	38,1	23,8	27,8	34,4	32,4	28,2	26,3	37,0	14,3	25,7	17,1	41,8	26,7	21,4	9,1	30,0
6) отношусь к этому негативно, так как считаю это излишним	1,5	3,8	1,9	0,8	4,8	1,3	5,3	0,0	28,6	2,9	5,7	1,4	0,0	10,7	4,5	0,0
7) отношусь к этому негативно, так как Глава города должен оставаться официальным лицом, а не блогером	3,0	4,2	0,0	4,7	3,8	1,3	6,6	0,0	0,0	4,3	2,9	4,8	1,3	3,6	9,1	0,0
8) отношусь к этому негативно,	1,5	2,1	3,7	1,6	1,9	1,3	1,3	7,4	0,0	1,4	2,9	0,7	1,3	3,6	0,0	10,0

Переменные	Пол		Возраст					Ваше социальное положение								
	Мужчины	Женщины	18-24 лет	25-34 лет	35-44 лет	45-54 лет	55 и старше	Студент	Безработный	Пенсионер	Домохозяйка	Рабочий (любой квалификации)	Специалист (врач, инженер, учитель, юрист)	Служащий (секретарь, кассир, нижнее звено аппарата и т.д.)	Руководитель подразделения (отдела, сектора, главбух)	Руководитель высшего и среднего звена, предприниматель
так как я не интересуюсь политикой																
9) отношусь к этому негативно, так как Глава города и Администрация должны заниматься делом, а не сидеть в интернете	4,5	3,8	3,7	3,9	3,8	1,3	7,9	0,0	0,0	8,6	2,9	4,1	2,7	7,1	4,5	0,0