



Наш город
Сургут

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

ОТЧЕТ

о результатах социологического исследования на тему:

**«Мониторинг информационного пространства
города Сургута»**

Руководитель проекта:

СЕРДЮКОВ Д.В. – директор МКУ «Наш город».

Составители:

АКИМОВА М.Н. – заместитель директора МКУ «Наш город»;

АФНАСЬЕВА О.С. – начальник информационно-аналитического отдела МКУ «Наш город»;

ВАЛИЕВА Р.Р. – эксперт МКУ «Наш город».

Сургут, 2016 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

	Стр.
1. Методологический раздел.....	3
1.1. Методико-процедурный раздел.....	4
1.2. Информация о респондентах.....	6
2. Приоритетные источники получения информации.....	9
3. Рейтинг средств массовой информации	17
4. Уровень удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации через СМИ	52
Заключение	61
Приложение 1. Таблицы линейных распределений.....	63
Приложение 2. Кодификатор открытых вопросов.....	72
Приложение 3. Таблица сопряжённости.....	81

1. Методологический раздел

Социологическое исследование, посвящённое определению уровня удовлетворенности населения получаемой информации через средства массовой информации (далее – СМИ), проведено во исполнение распоряжения Администрации города от 12.01.2016 №20 «Об утверждении плана-графика социологических исследований на 2016 год» (с последующими изменениями) муниципальным казённым учреждением «Наш город», в мае – июне 2016 года.

Актуальность работы обусловлена ростом роли СМИ в социализации масс, особенно молодежи, в усвоении новых норм жизни, утверждении демократических принципов свободы слова, плюрализма и толерантности.

Целью настоящего исследования является определение уровня удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ, в рамках реализации муниципальной программы «Развитие гражданского общества в городе Сургуте на 2014-2030 годы» и Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городской округ город Сургут на период до 2030 года.

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 выборе телевизионных каналов, печатных изданий, радиостанций, интернет-ресурсов;
- проанализировать степень объективности основных источников информации в оценках сургутян;
- определить степень удовлетворённости качеством получаемой информации из четырёх основных источников (телевидение, радио, Интернет, пресса) по установленным критериям;
- выявить основания выбора респондентами просмотра определённых региональных/городских телекомпаний/телерадиокомпаний.

Объект исследования – жители города Сургута старше 18 лет, проживающие на территории города.

Предмет исследования – удовлетворенность населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ.

Основная гипотеза исследования:

Оценка уровня удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ находится на высоком уровне.

Рабочие гипотезы:

1. Предпочтения населения г. Сургута, связанные с выбором наиболее приоритетных источников получения информации, аналогичны выбору сургутян, зафиксированному по результатам социологических исследований 2014-2015 гг., кроме того, аналогичны общероссийской тенденции.

2. Степень доверия основным источникам информирования со стороны сургутян, в сравнении с 2015 годом, осталась неизменной.

3. Большинство респондентов удовлетворены тем, как местные средства массовой информации освещают проблемы, темы, вопросы, затрагивающие интересы местного сообщества.

1.1. Методико-процедурный раздел

Выборочная совокупность

В ходе исследования был осуществлен сбор информации путем опроса респондентов методом формализованного интервью по месту жительства. Тип выборочной совокупности: случайная квотная выборка с распределением по полу и возрасту. Шаг выборки составляет 3/5 домохозяйств, в зависимости от количества этажей многоквартирного дома.

В результате исследования было опрошено 500 респондентов – жителей г. Сургута, старше 18 лет (n=500). Выборочная совокупность учитывала особенности социально-демографического состава генеральной совокупности. Структура объёма выборки основывается на статистических данных половозрастной структуры населения г. Сургута по состоянию на 01.01.2015 г. Ошибка выборки не превышает 5% на 97% доверительном интервале. Формулировки вопросов в отчете соответствуют формулировкам вопросов анкеты. Следует обратить внимание, что по ряду вопросов респонденты имели возможность дать несколько ответов, по этой причине сумма ответов может превышать 100%.

Таблица 1. Структура генеральной совокупности¹

Возраст	Мужчины	Женщины
18-24	12 419	13 881
25-34	36 396	38 065
35-44	28 049	29 216
45-54	22 473	25 973
55 и старше	22 489	31 851
Итого	121 826	138 986

¹ Данные Федеральной службы государственной статистики на 01.01.2015.

Таблица 2. Структура выборочной совокупности

Возраст	Мужчины	Женщины
18-24	24	27
25-34	67	76
35-44	52	58
45-54	44	48
55 и старше	49	55
Итого	236	264

Таблица 3. Рабочий план социологического исследования

№	Название этапа	Срок реализации
1. Подготовительный этап		
1.1	Изучение материалов по указанной теме, расчет выборки исследования	Февраль-Март 2016
1.2	Создание и согласование диагностического инструментария	Апрель 2016
2. Организационный этап		
2.1	Проведение опроса среди жителей города по вопросам удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ	Май - Июнь 2016
3. Завершающий этап		
3.1	Обработка и кодировка результатов опроса	Июль 2016
3.2	Подготовка и оформление отчета	Июль – Август 2016
3.3	Тиражирование и предоставление отчета в адрес заказчика	Июль – Август 2016

1.2. Информация о респондентах

В ежегодном мониторинге общественного мнения по вопросам удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ приняли участие 500 респондентов старше 18 лет, проживающих на территории города Сургута. Половозрастные характеристики участников опроса, с учетом параметров генеральной совокупности, представлены в диаграмме (Рис.1).

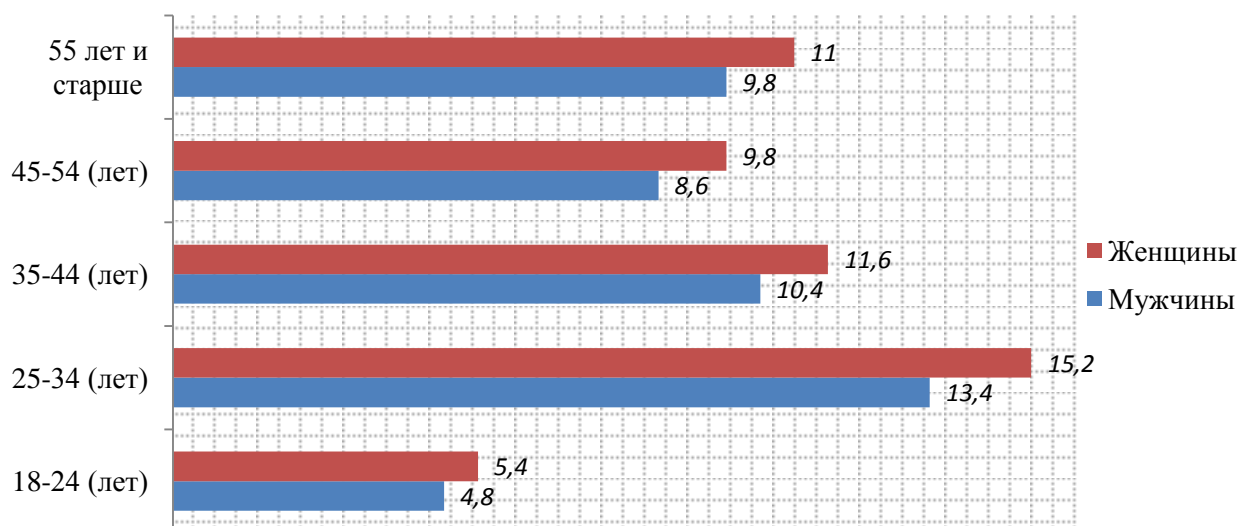


Рис.1. Половозрастные характеристики респондентов, %

Выборочная совокупность исследования полностью отражает данные генеральной совокупности. Процентное соотношение мужчин и женщин составляет 47% и 53% соответственно. В отношении возрастных категорий были получены следующие результаты: наибольший процент опрошиваемых находится в возрастном диапазоне от 25 до 34 лет (28,6%). Далее по численности следуют такие категории, как: 35-44 года (22%), граждане в возрасте 55 лет и старше (20,8%), респонденты от 45 до 54 лет (18,4%) и молодые люди от 18 до 24 лет (10,2%).

Большая часть из них – это семейные люди, выбравшие в вопросе о семейном положении вариант ответа: «женат/замужем» (63,3%). Практически четверть опрошенных холосты/не замужем, а 8,7% состоят в разводе.

В отличие от предыдущего года, в выборку опроса 2016 года вошли, в большей степени, респонденты со средним специальным образованием (Рис.2).

Тогда как распределения по сферам деятельности, в зависимости от периодов проведения опроса, практически не изменились. Среди трудозанятых респондентов: 10,7% работники бюджетной сферы (культуры, науки, образования и здравоохранения), 12,1% опрошенных трудятся в сфере услуг и торговли, 10,9% работают в области нефтедобычи, переработки и геологии.

Среди неработающей части участников опроса, наибольшее количество респондентов являются пенсионерами (15,4%).

В числе респондентов, выбравших вариант ответа «Другое»², 86%³ являются работающим населением (сотрудники медицинских учреждений, общепита, финансовой сферы, IT-технологий и пр.). Два респондента отказались назвать свою сферу деятельности (Рис.3).

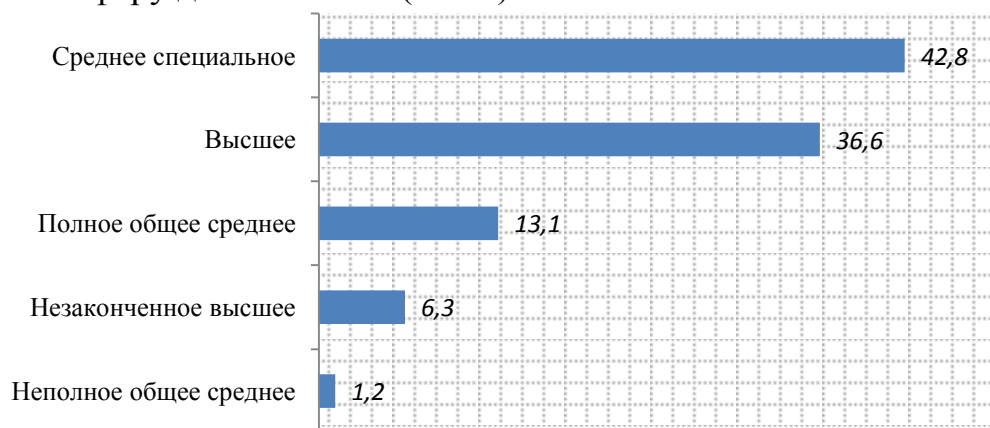


Рис.2. Образование респондентов, в%



Рис.3. В какой сфере Вы работаете?, в%

² С полной версией ответов респондентов на «открытые», «полузакрытые» вопросы можно ознакомиться в Приложении № 2 к отчету.

³ Из числа респондентов, выбравших вариант ответа «Другое».

Чуть более половины опрошенных отметили, что имеют средний материальный достаток. Выше среднего свое материальное положение оценивают 26,2% опрошенных. И только 1,9% интервьюируемых ответили, что живут очень бедно и еле сводят концы с концами (Рис.4).



Рис.4. Как бы Вы оценили материальное положение Вашей семьи?, в%

В отношении территорий города⁴, 21,4% адресов, указанных респондентами в качестве своего места жительства, относятся к Центральному району города, 39,8% - к Северному жилому району, 30,2% - к Восточному району, 6,4% - к Северо-Восточному району, 2,2% - к Северному промышленному району (Рис.5).

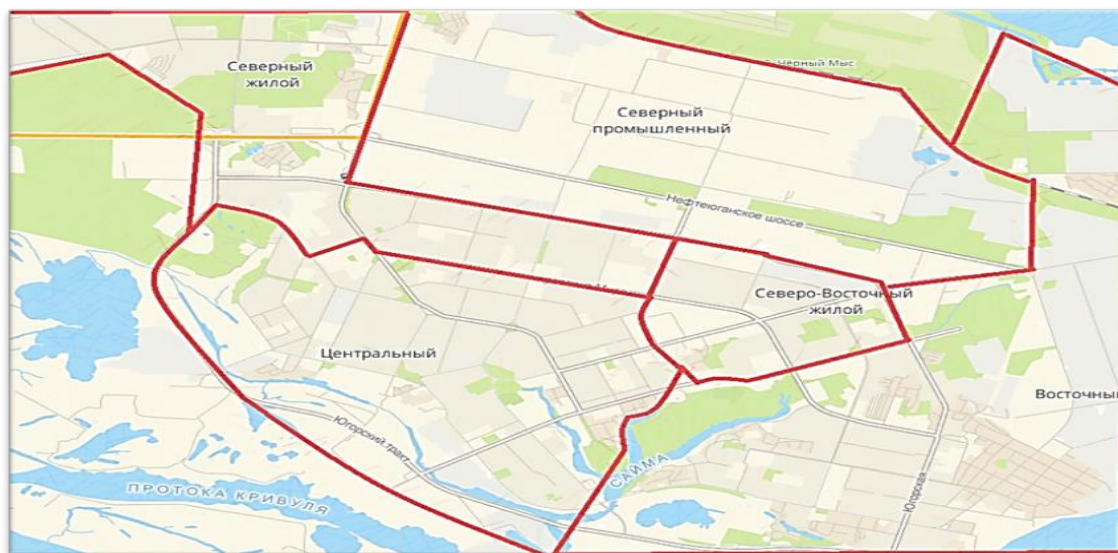


Рис.5. Территориальные границы районов г. Сургута

⁴ Квотирование выборки опроса по территориальному признаку не осуществлялось, при этом процентное распределение респондентов по району проживания, имеет схожие характеристики с фактическим распределением жителей по территориям проживания в городе. Вместе с тем, при анализе результатов исследования, следует учитывать погрешность статистических данных.

2. Приоритетные источники получения информации

Выбор респондентами приоритетных источников информации является одним из центральных вопросов исследования. По результатам опроса горожан выявлено, что сургутяне ранжируя источники получения информации, отдают предпочтение аудиовизуальному ряду.

Так, второй год подряд, наиболее популярными источниками получения информации о событиях в стране являются центральное телевидение и Интернет. О событиях в городе население узнает, традиционно, из регионального или местного телевидения, а также посредством интернет-источников (Рис.6).

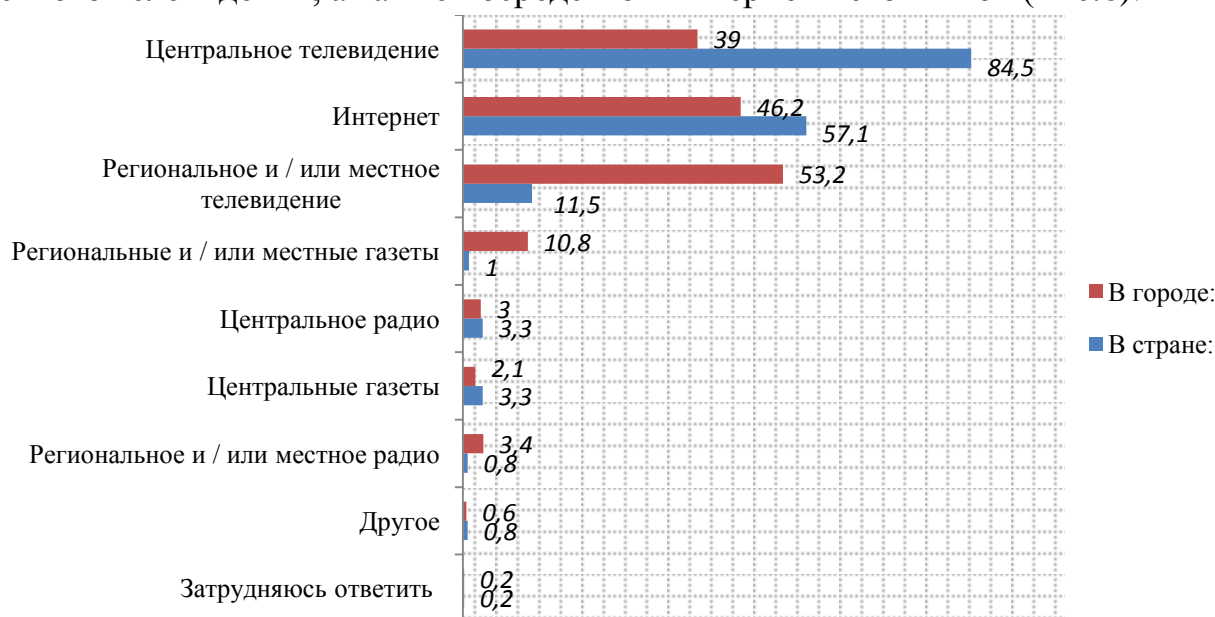


Рис.6. Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?⁵, в%

При этом можно отметить некоторые отличия в ответах респондентов исследований 2015-2016 годов, касающихся информации о событиях в городе, транслируемых каналами центрального телевидения. На 26,7% возросло число ответов респондентов, в пользу того, что они узнают о местных событиях через каналы центрального телевидения. Объяснением столь значительного изменения процентного соотношения ответов горожан, могут являться местные / региональные события, получившие широкую общественную огласку.

Однако в целом, результаты опроса свидетельствуют о том, что население города Сургута не меняет своих привычек, и большую часть информации предпочитает получать именно из телевизионных источников. Отметим, что эта тенденция наблюдается по стране в целом. Так, результаты телефонного опроса граждан РФ 18 лет и старше, проведенного Фондом Общественное Мнение в мае 2015 года свидетельствуют о том, что только 28% опрошенных могут отказаться

⁵ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов

от телевидения в пользу других источников информации, тогда как 52% - исключают такую возможность⁶ (Рис.7).

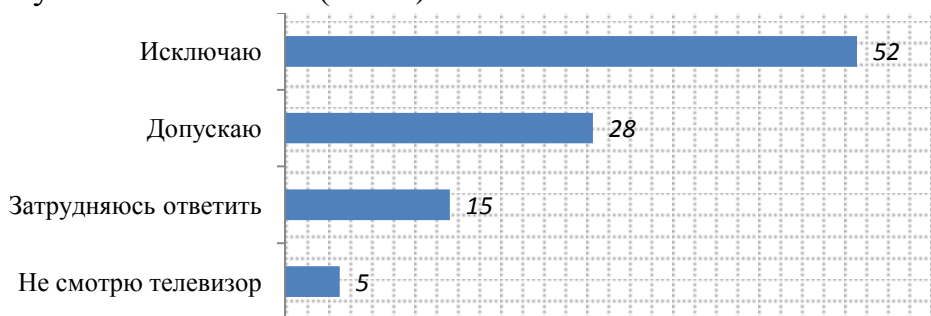


Рис.7. Вы допускаете или исключаете для себя возможность отказаться от телевидения в пользу других источников информации и развлечений?, %

Сравнение результатов аналогичных исследований, проведённых в Сургуте в период с 2014 по 2016 годы не показало и кардинальных изменений в отношении частоты использования того или иного источника информации.

Согласно всероссийскому опросу, подавляющее большинство россиян считают телевизор главным источником получения информации (60% граждан ежедневно смотрят новостные программы). При этом «интенсивность телепросмотра существенно опережает интенсивность прослушивания радиопередач — последние в качестве источника получения информации используются лишь 16% респондентов»⁷.

Опрос, проведенный по городу Сургуту, показал, что более 70% респондентов, аналогично всероссийскому опросу Левада Центра, ежедневно смотрят телевизор (Рис.8).

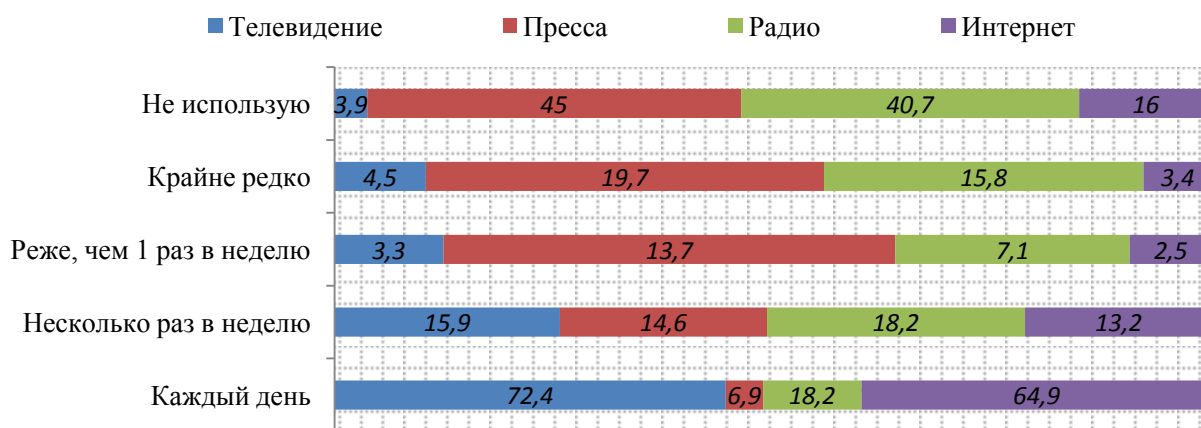


Рис.8. Как часто вы используете следующие источники информации?, %⁸

⁶ Источник данных: «ТелеФОМ» – телефонный опрос граждан РФ 18 лет и старше по случайной выборке номеров мобильных и стационарных телефонов. 24 мая 2015. 320 городов, 160 сел. 1000 респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,8%. Режим доступа: [<http://fom.ru/SMI-i-internet/12255>]

⁷ Источник данных: Левада-Центр. Всероссийский опрос. ТВ без альтернативы. 6.06.2016. Режим доступа: [<http://www.levada.ru/2016/06/06/tv-bez-alternativy/>]

⁸ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

Причем в большей степени, это женщины (Рис.9) и население в возрасте 55 лет и старше (Рис.10), а также респонденты со средним достатком или трудным материальным положением (Рис.11).

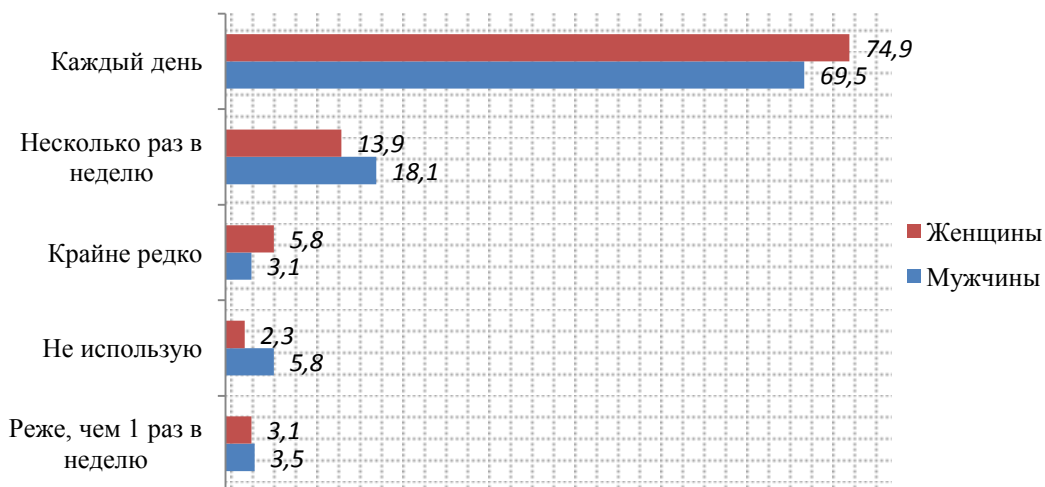


Рис.9. Парное распределение ответов на вопрос: «Как часто вы используете телевидение?» с гендерными характеристиками респондентов, в%⁹

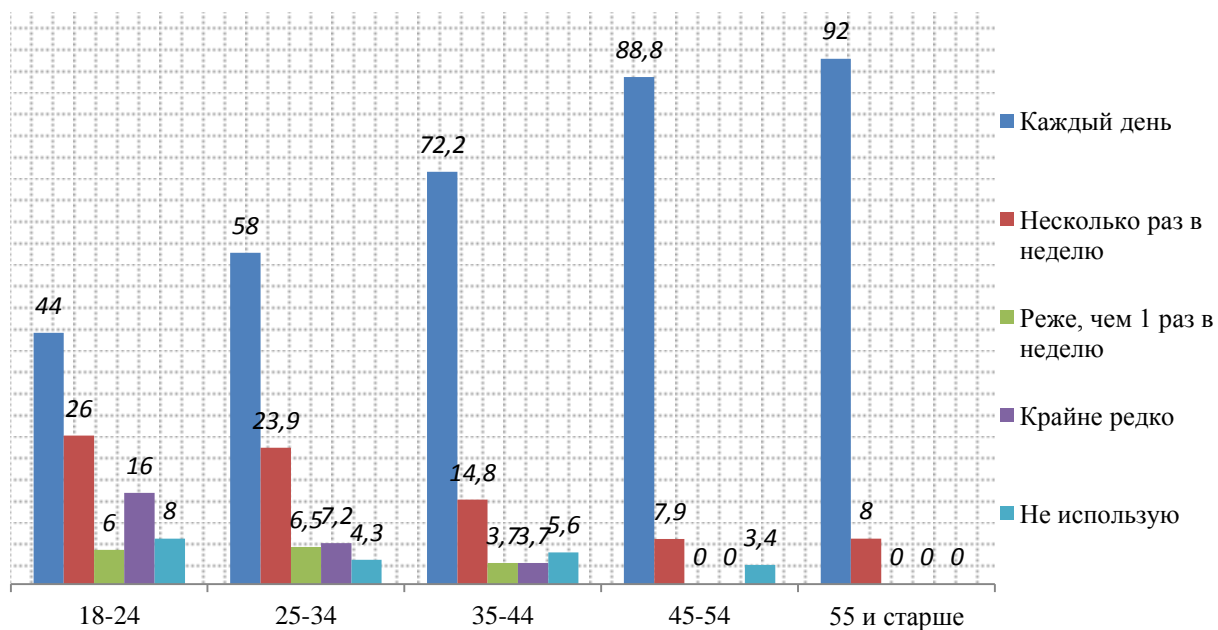


Рис.10. Парное распределение ответов на вопрос: «Как часто вы используете телевидение?» с возрастными характеристиками респондентов, в%¹⁰

⁹ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

¹⁰ Там же.

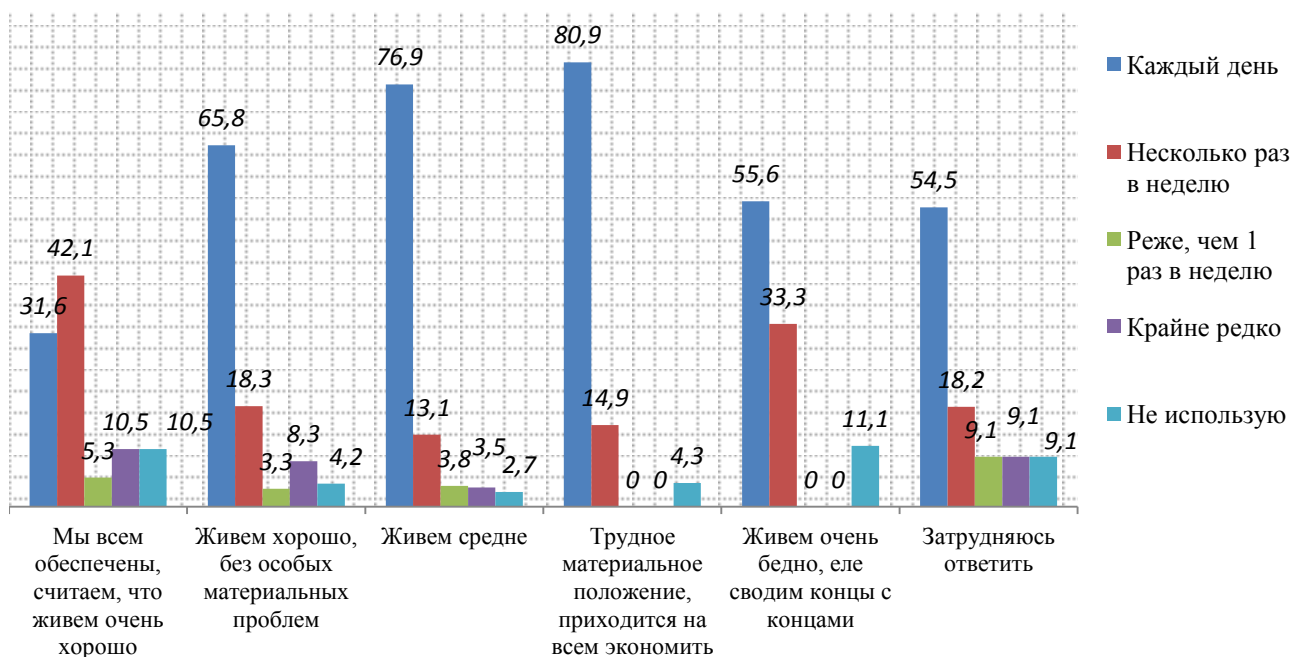


Рис.11. Парное распределение ответов на вопрос: «Как часто вы используете телевидение?» с материальным положением респондентов, в%¹¹

При этом прессу, радио и Интернет, ежедневно, в большей степени используют респонденты мужского пола (Рис.12).

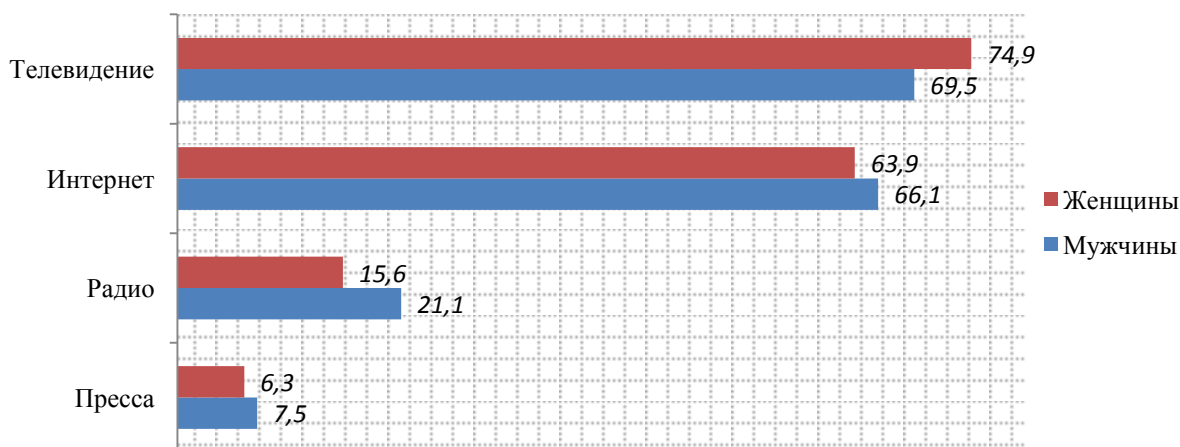


Рис.12. Парное распределение ответа «Каждый день» на вопрос: «Как часто вы используете телевидение, радио, прессу, Интернет?» с гендерными характеристиками респондентов, в%¹²

Наиболее частыми, ежедневными читателями прессы и радиослушателями, являются мужчины в возрасте 35-44 лет (37,5% и 33,3% соответственно). Интернетом же, чаще всех, ежедневно пользуются мужчины в возрасте от 25 до 34 лет (35,8%)¹³ (Рис.13).

¹¹ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

¹² Там же.

¹³ Распределение ответов по вопросу: «Как часто вы используете радио, прессу, Интернет?».

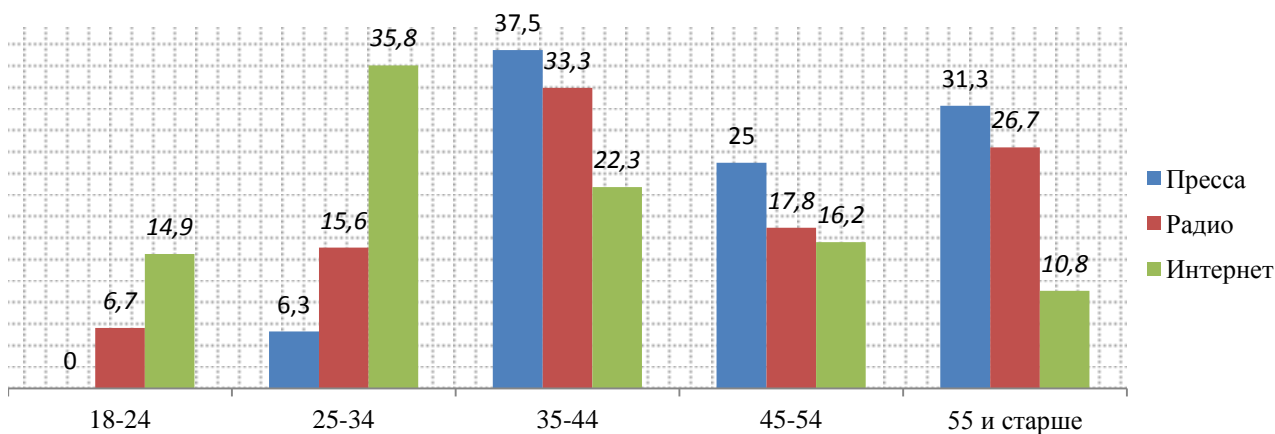


Рис.13. Парное распределение ответа респондентов мужского пола «Каждый день» на вопрос: «Как часто вы используете радио, прессу, Интернет?» с возрастными характеристиками, в %

Показательно, что частота использования Интернета населением города Сургута прямо пропорциональна возрасту респондентов. Так, чем моложе опрашиваемый, тем чаще всего он обращается к информации в Интернете в течение дня. И наоборот, чем старше участник опроса, тем его интерес к получению информации из интернет-источников ниже.

Парное распределение вопроса, касающегося ежедневного использования того или иного источника информации с данными по району проживания респондентов, позволило выявить определенные закономерности. Так, чаще всего прессу используют респонденты, проживающие в Центральном районе города, тогда как телевидение, радио и Интернет, в большей степени, каждый день, используют участники опроса, проживающие в Северном жилом районе¹⁴ (Рис.14).

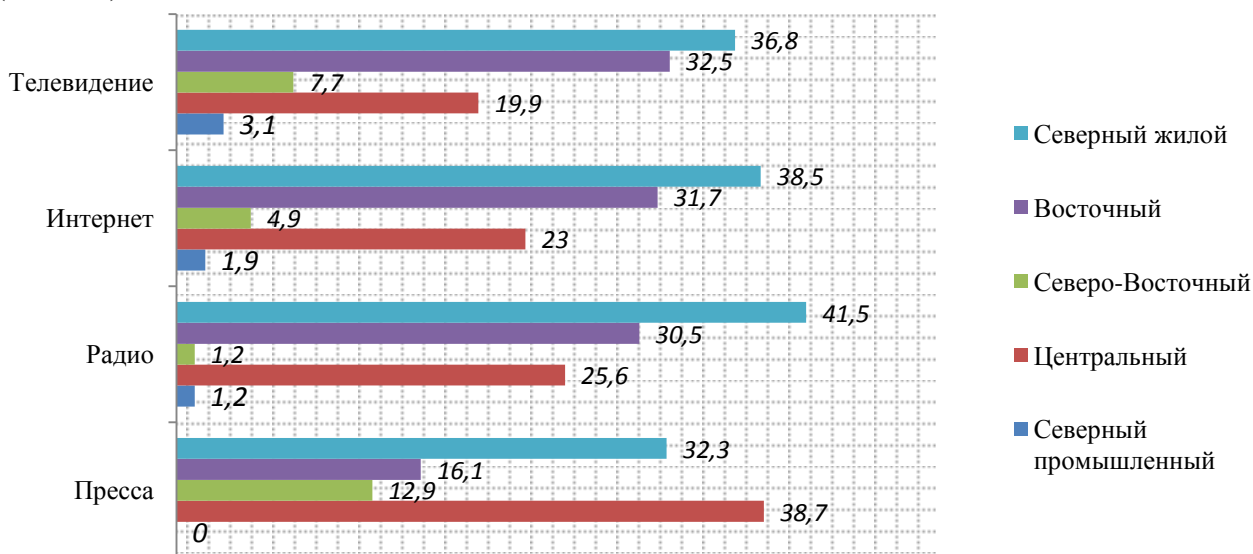


Рис.14. Парное распределение ответа респондентов «Каждый день» на вопрос: «Как часто вы используете радио, прессу, Интернет, телевидение?» с районом проживания, в %

¹⁴ Распределение ответов по вопросу: «Как часто вы используете радио, прессу, Интернет?».

Кроме того можно предположить, что популярность тех или иных источников получения информации влияет на степень доверия к ним. Так, наиболее часто используемый источник – телевидение, вызывает доверие, в общей сложности, у 58,8% опрошенных (Рис.15).

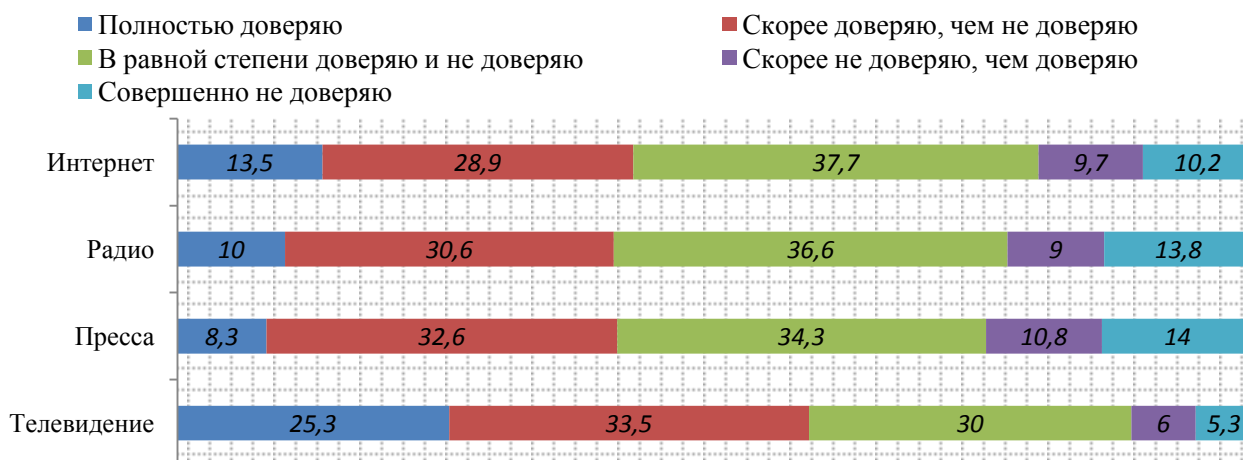


Рис.15. Насколько Вы доверяете следующим СМИ?, в%

При этом такой результат на 6% выше степени удовлетворенности населения, выявленной в прошлом году. Отмечается также рост уровня доверия прессе. Если в 2015 году печатным средствам массовой информации доверяли только 33,2% опрошенных, то в этом году, число «доверяющих» увеличилось на 7,7% и составило 40,9%. Что касается интернет-источников и радио, отмечается несущественный рост уровня доверия. Далее представлен пример распределения ответов респондентов о степени доверия к основным источникам информации в соответствии с периодом проведения опроса. Необходимо отметить, что здесь были исключены оценки промежуточного характера (ответ на вопрос: «в равной степени доверяю, и не доверяю») (Рис.16).

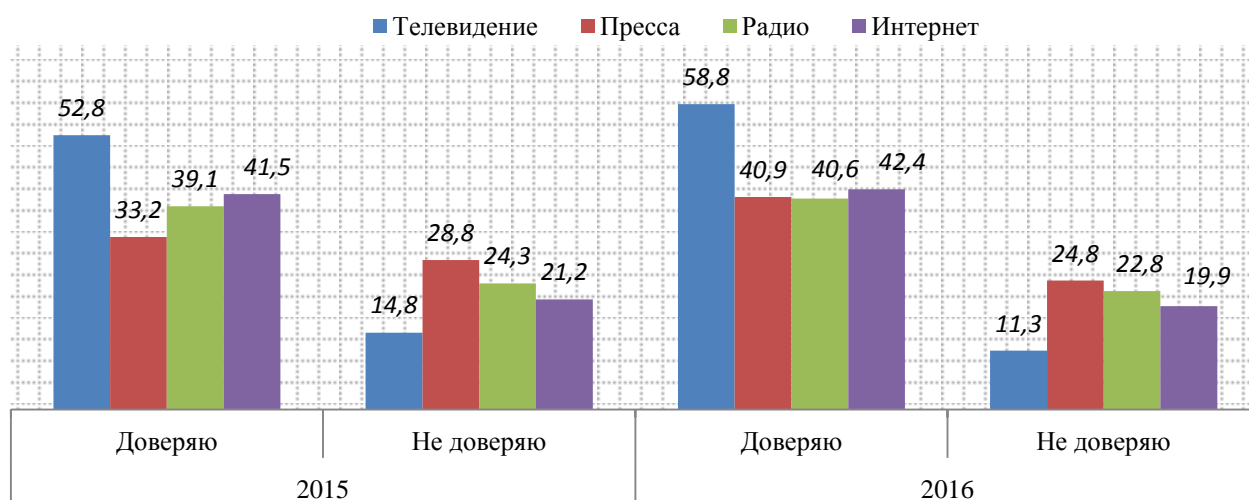


Рис.16. Парное распределение ответов на вопрос: «Насколько Вы доверяете следующим СМИ?» в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в %

Среди конкретных каналов транслирования информации, наиболее объективными, по мнению жителей города Сургута, являются следующие (Табл.4):

Таблица 4. Ответы респондентов на «открытый» вопрос: «На ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события **наиболее** объективно?»¹⁵

Источник	Название	Кол-во повторений	% от общего числа опрошенных
1. Телевидение (65,1%):	- «Первый канал»	132	26,4%
	- «Россия 24»	58	11,6%
	- «НТВ»	39	7,8%
2. Интернет (33,1%):	- Поисковая система и интернет портал «Яндекс»	14	2,8%
	- Новостные порталы	12	2,4%
	- Портал Администрации г. Сургута	11	2,2%
3. Местные СМИ (17,8%):	- «СургутИнтерНовости»	18	3,6%
	- «СургутИнформТВ»	14	2,8%
	- «Сургутская трибуна»	9	1,8%
4. Газеты, журналы (пресса) (14,3%):	- «Сургутская трибуна»	16	3,2%
	- «Аргументы и факты»	13	2,6%
	- «Сургутские ведомости»	11	2,2%
5. Радио (11,8%):	- «Русское радио»	9	1,8%
	- «Авто радио»	8	1,6%
	- «Маяк»	8	1,6%

Таблица 5. Ответы респондентов на «открытый» вопрос: «На ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события **наименее** объективно?»¹⁶

Источник	Название	Кол-во повторений	% от общего числа опрошенных
1. Затрудняюсь ответить (35,4%)			
2. Телевидение: (21%)	- «ТНТ»	17	3,4%
	- «НТВ»	15	3,0%
	- «СТС»	11	2,2%
3. Нет таких: (15,5%)			
4. Интернет: (13,3%)	- «Социальные сети»	4	0,8%
	- «В контакте»	2	0,4%
	- «Все сайты»	2	0,4%
5. Все, многие (12,9%)			
6. Газеты, журналы (пресса): 9%	- «Аргументы и факты»	3	0,6%
	- «Сургутская трибуна»	3	0,6%
	- «Желтая пресса»	2	0,4%

¹⁵ С полной версией ответов респондентов на «открытые», «полузакрытые» вопросы можно ознакомиться в Приложении № 2 к отчету.

¹⁶ Там же.

Что касается вопроса о наименее объективных источниках получения информации, то здесь большинство респондентов затруднились дать однозначный ответ (35,4%) (Табл.5). Тем не менее, 21% опрошенных считают самой необъективной ту информацию, которая подается из телевизионных передач. Далее следуют интернет – источники (13,3%) и пресса (9%).

Таким образом, было выявлено, что предпочтения сургутян в выборе источников информации практически не изменились за последние 3 года. На первом месте находится телевидение, далее интернет-источники. Замыкают рейтинг популярности СМИ - радио и пресса.

Необходимо отметить, что сохранение приоритетов населения свидетельствует о стабильном положении каждого из информационных ресурсов в системе информирования жителей о наиболее важных и значимых событиях, происходящих в городе и стране.

3. Рейтинг средств массовой информации

Телевидение

Федеральные каналы

Результаты ответов респондентов на ряд открытых вопросов анкеты позволили составить рейтинг популярности телеканалов среди участников опроса. Примечательно, что среди общероссийских общедоступных каналов первые строчки рейтинга занимают телеканалы, которые, по мнению жителей города, предоставляют наиболее объективную информацию (Рис.17).

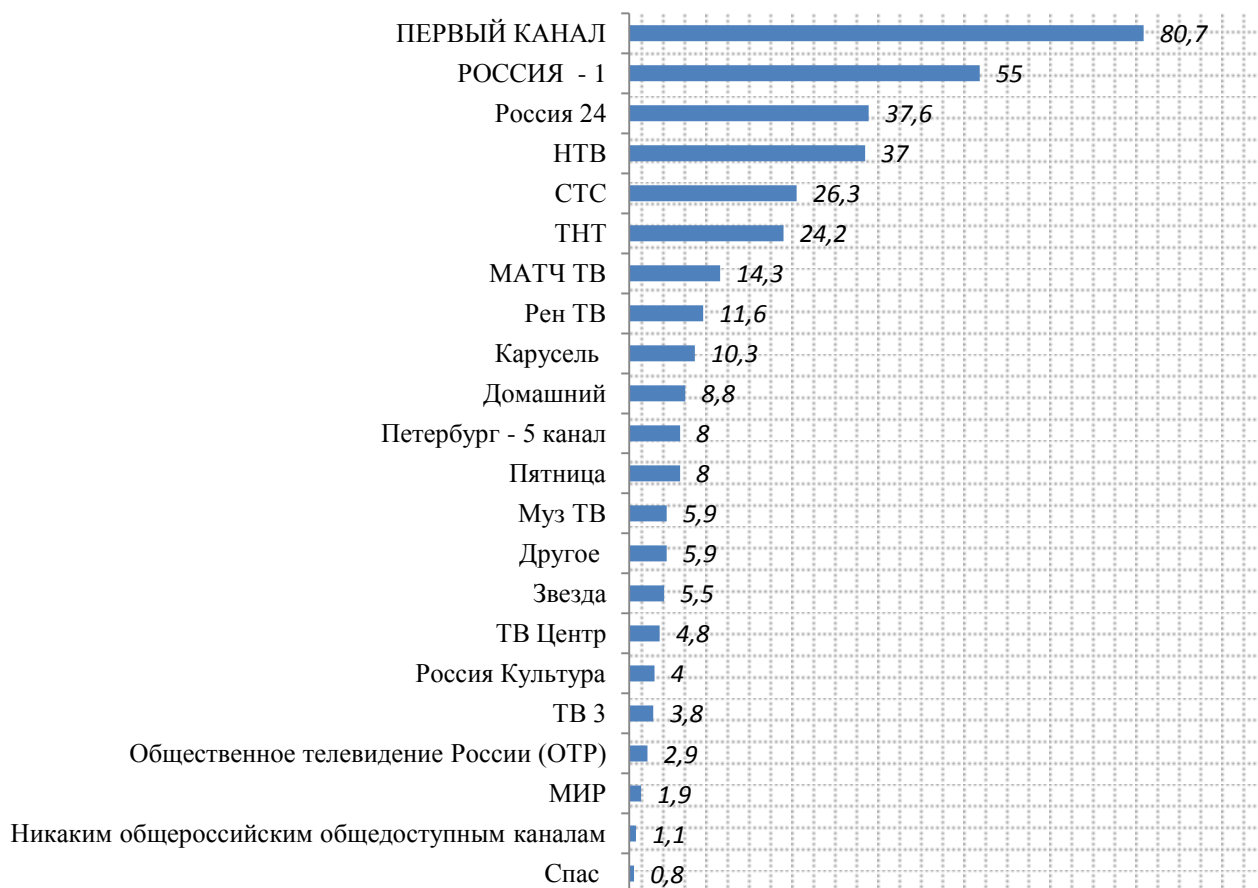


Рис.17. Каким общероссийским общедоступным телеканалом Вы отдаете предпочтение?¹⁷, в %

При этом, такие общероссийские общедоступные каналы, как: «Первый канал», «Россия-1», «5-канал», «Россия Культура», «Карусель», «ТВ-центр», «СПАС», «СТС», «Домашний», «ТВ-3», «Пятница», «МИР», «ТНТ» и «Муз ТВ» пользуются наибольшей популярностью у женщин. Тогда как каналы: «МАТЧ-ТВ», «НТВ», «Россия-24», «ОТР», «РенТВ» предпочитают, преимущественно, мужчины¹⁸(Рис.18).

¹⁷ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

¹⁸ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

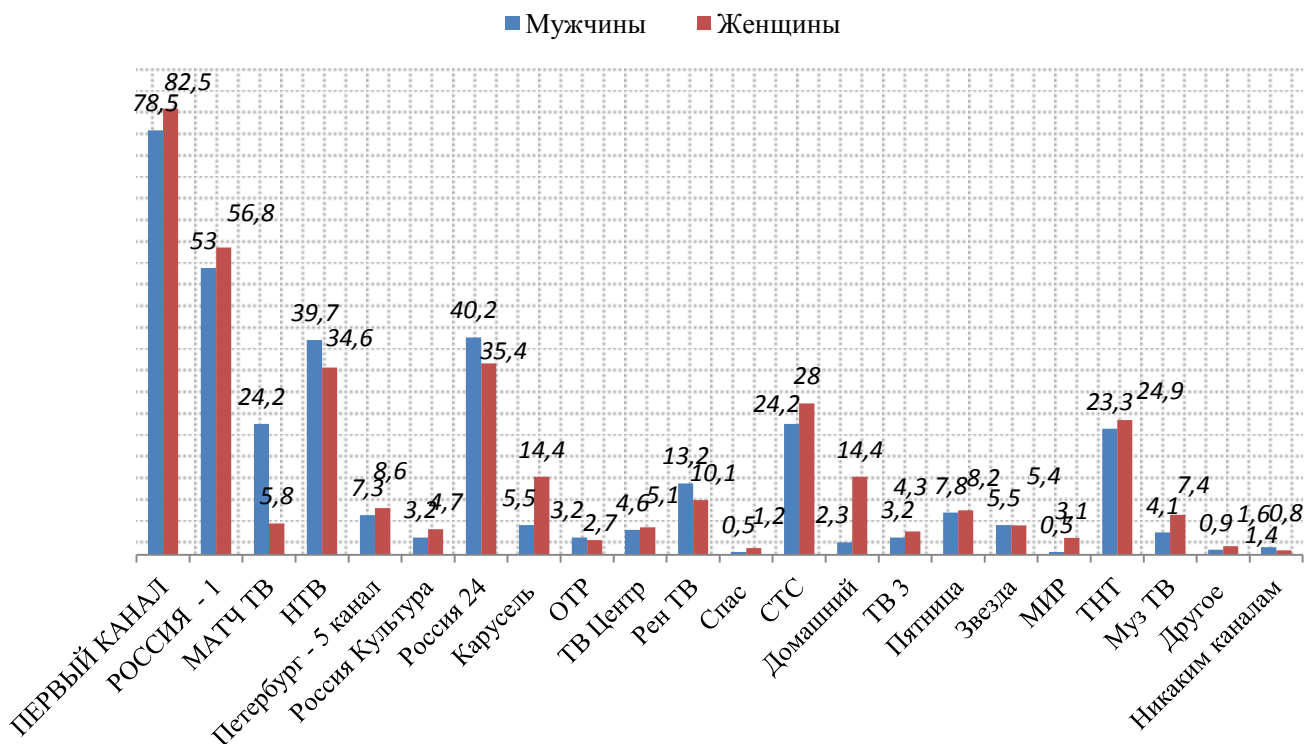


Рис.18. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалом Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, %

Возрастной диапазон аудитории шести наиболее востребованных среди респондентов общедоступных каналов (Первый канал, Россия-1, Россия-24, НТВ, СТС, ТНТ), выглядит следующим образом (Рис.19)¹⁹.

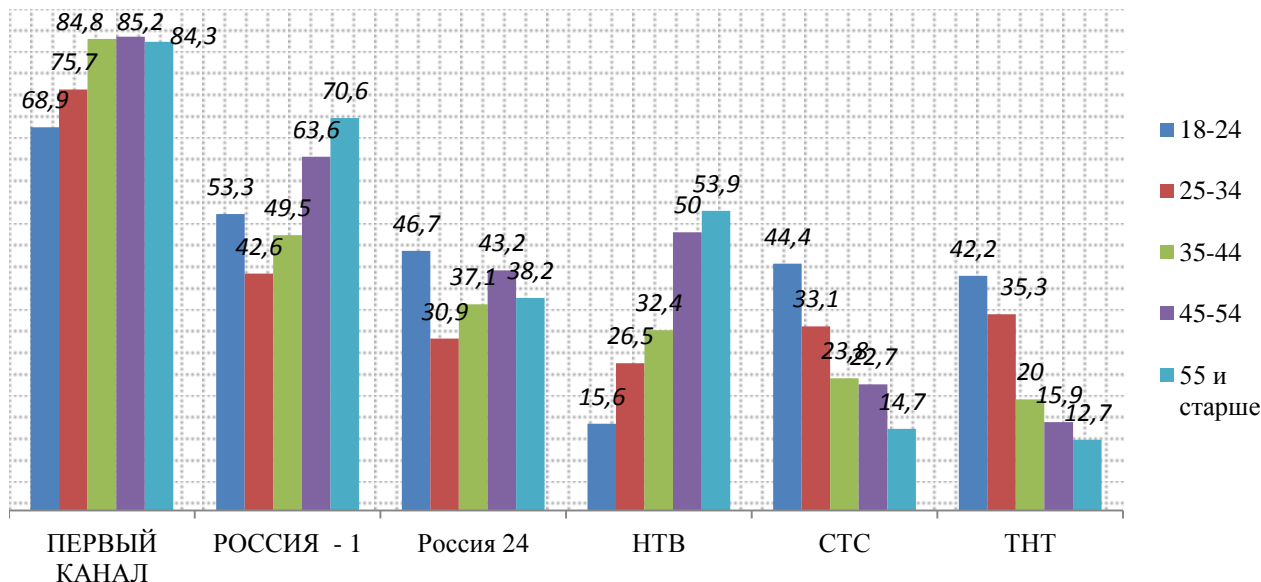


Рис.19. Возрастной охват шести наиболее востребованных общедоступных телеканалов, выявленных в результате анализа ответов на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалом Вы отдаете предпочтение?»²⁰, %

¹⁹ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

²⁰ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов

Респонденты в возрасте 18-24 лет являются наиболее частыми телезрителями каналов «СТС», «ТНТ» и «Россия-24». «Первый канал» чаще всего смотрят сургутяне в возрасте 45-54 лет, а люди старшей возрастной категории (55 лет и старше), в первую очередь, получают информацию, просматривая телеканалы «НТВ» и «Россия-1».

Предпочтения в выборе общероссийских общедоступных каналов населением города Сургута были проанализированы, также, с точки зрения районов проживания респондентов. Так, первые две строчки рейтинга популярных каналов, практически во всех районах города, занимают «Первый канал» и «Россия-1». Единственным исключением здесь является Северо-Восточный район, где второе место занимает канал «НТВ». Примечательно, что третье место рейтинга наиболее востребованных и просматриваемых каналов различается. Так, в Северном промышленном районе, оно принадлежит каналу «ТНТ»; в Центральном и Северо-Восточном районе – каналу «Россия-24»; в Восточном районе - каналу «НТВ», а в Северном жилом районе третье место разделили между собой 3 канала, набрав 30,9%: «НТВ», «Россия-24» и «СТС» (Рис.20).

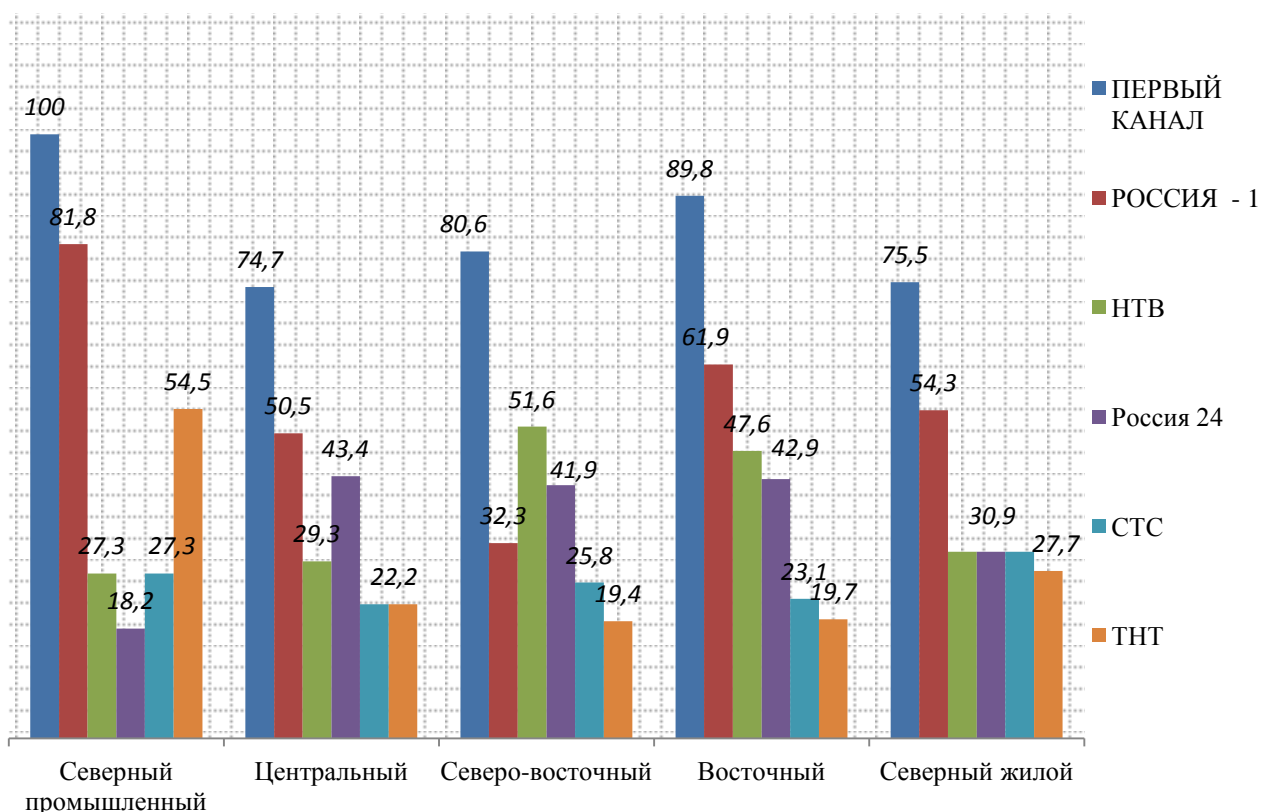


Рис.20. Парное распределение шести наиболее востребованных общедоступных телеканалов, выявленных в результате анализа ответов на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?» с данными по району проживания респондентов, в%

Среди каналов кабельного телевидения наибольшей популярностью пользуется канал «Discovery» (Рис.21). Второе место занимает телеканал – «Перец»²¹, третье – «Disney».

Среди ответов «другое»: 16 упоминаний респондентов о том, что у них нет кабельного телевидения, 4 упоминания телеканала «Охота и рыбалка», 3 упоминания канала «Мульт», и по 2 упоминания телеканалов «Звезда» и «Русский роман»²².

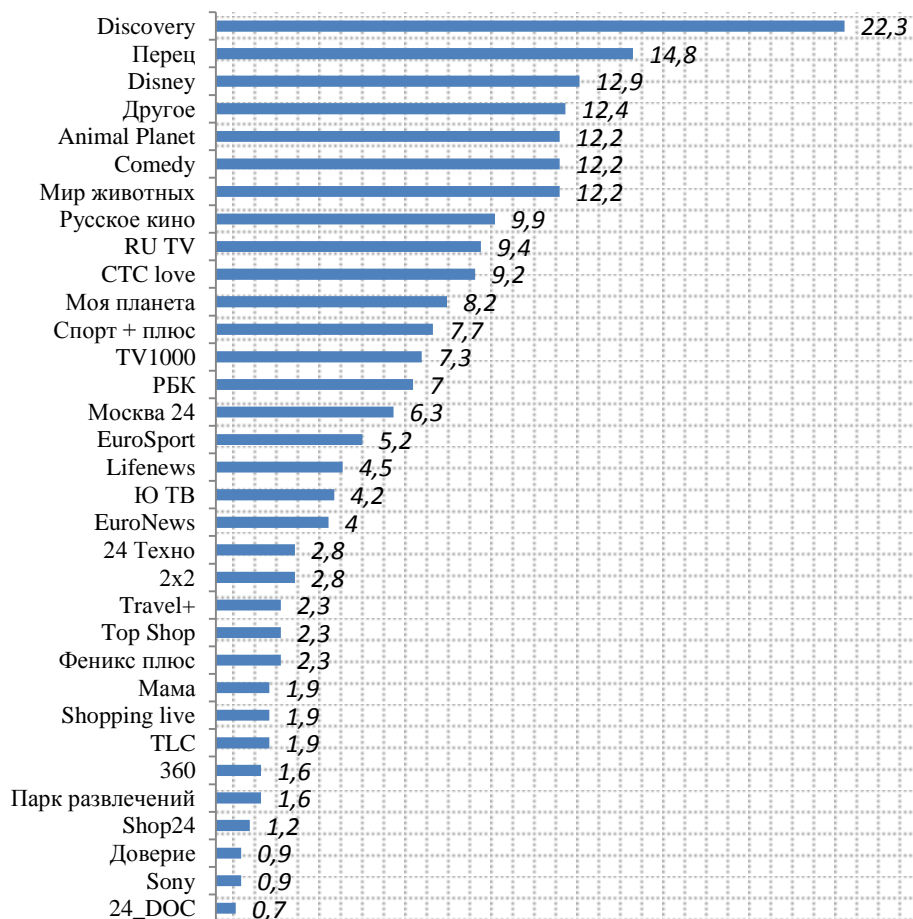


Рис.21. Каким каналам кабельного телевидения Вы отдаете предпочтение?²³, в %

При этом каналы «Перец» и «Discovery», наиболее часто просматривают мужчины, а канал «Disney» - женщины. Также было выявлено, что у мужчин, в большем приоритете каналы, освещающие спортивные события («Спорт+плюс», «Euro sport»), каналы о путешествиях («Travel+», «Discovery»), а также новостные каналы («Москва 24», «РБК»). Тогда как у женщин: развлекательные каналы («Ю ТВ», «Comedy»), каналы, транслирующие сериалы и фильмы

²¹ При составлении рейтинга, вариант ответа: «Не отдаю предпочтение ни одному кабельному телеканалу» - не учитывался.

²² С полной версией ответов респондентов на «открытые», «полузакрытые» вопросы можно ознакомиться в Приложении № 2 к отчету.

²³ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

(«Русское кино»), музыкальные каналы («RU TV»), а также детские кабельные телеканалы («Disney») (Рис.22).

Корреляции в отношении возрастных категорий респондентов, предпочитающих тот или иной канал кабельного телевидения, существенных закономерностей не выявили.

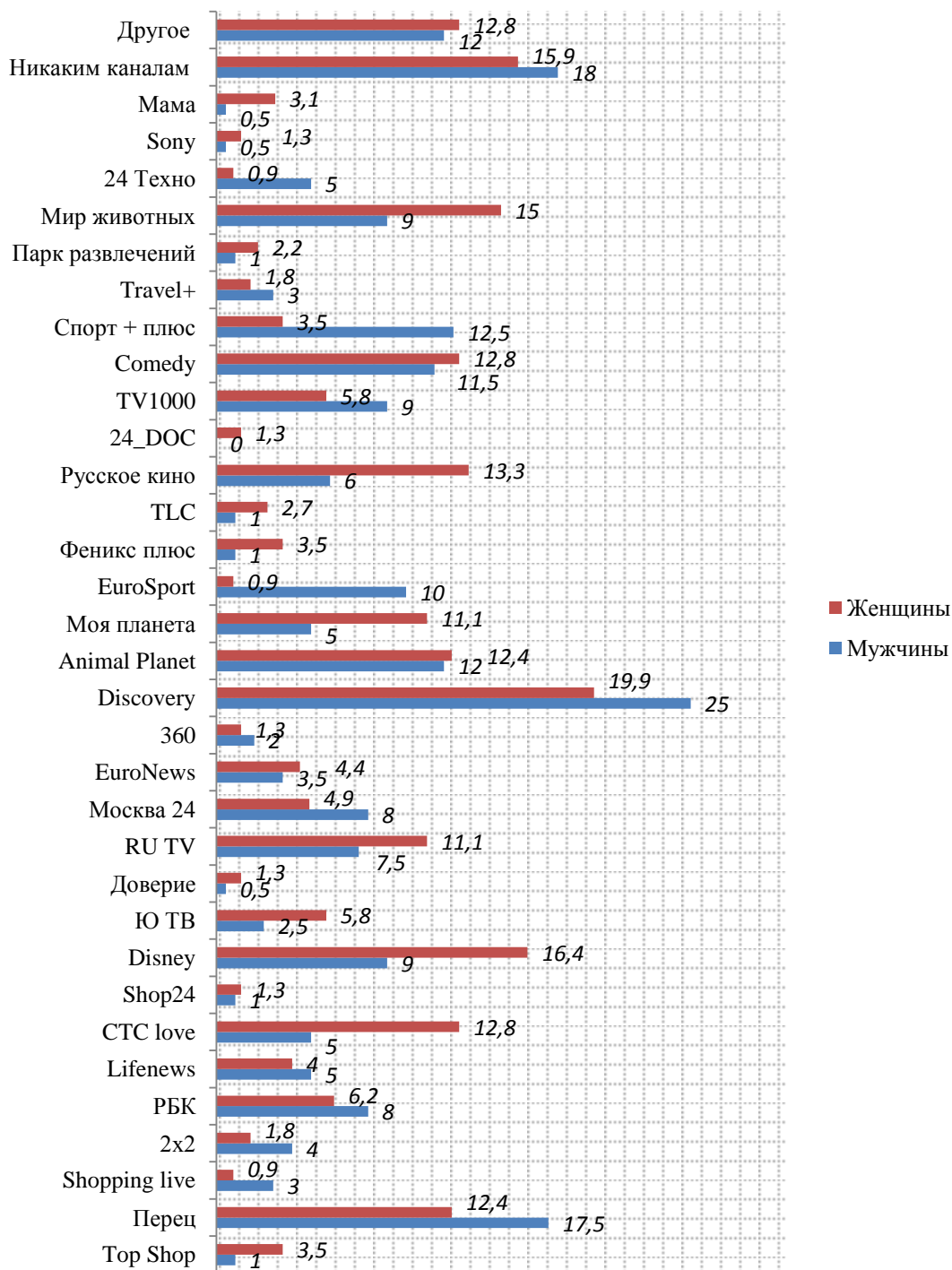


Рис.22. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, %

Далее представлены результаты корреляции ответов респондентов о наиболее предпочтительных для просмотра каналах кабельного телевидения с

районом их проживания. Необходимо учесть, что в качестве анализа, были использованы каналы, набравшие от 10% и более голосов респондентов в вопросе «Каким каналам кабельного телевидения Вы отдаете предпочтение?»²⁴.

Так, респонденты, проживающие в Северо-Восточном и Северном жилом районах, чаще всего выбирают для просмотра канал «Discovery». Участники опроса из Восточного района города, в большей степени, предпочитают канал «Перец», тогда как в Северном промышленном районе, чаще всего смотрят канал кабельного телевидения – «Мир животных» (Рис.23).

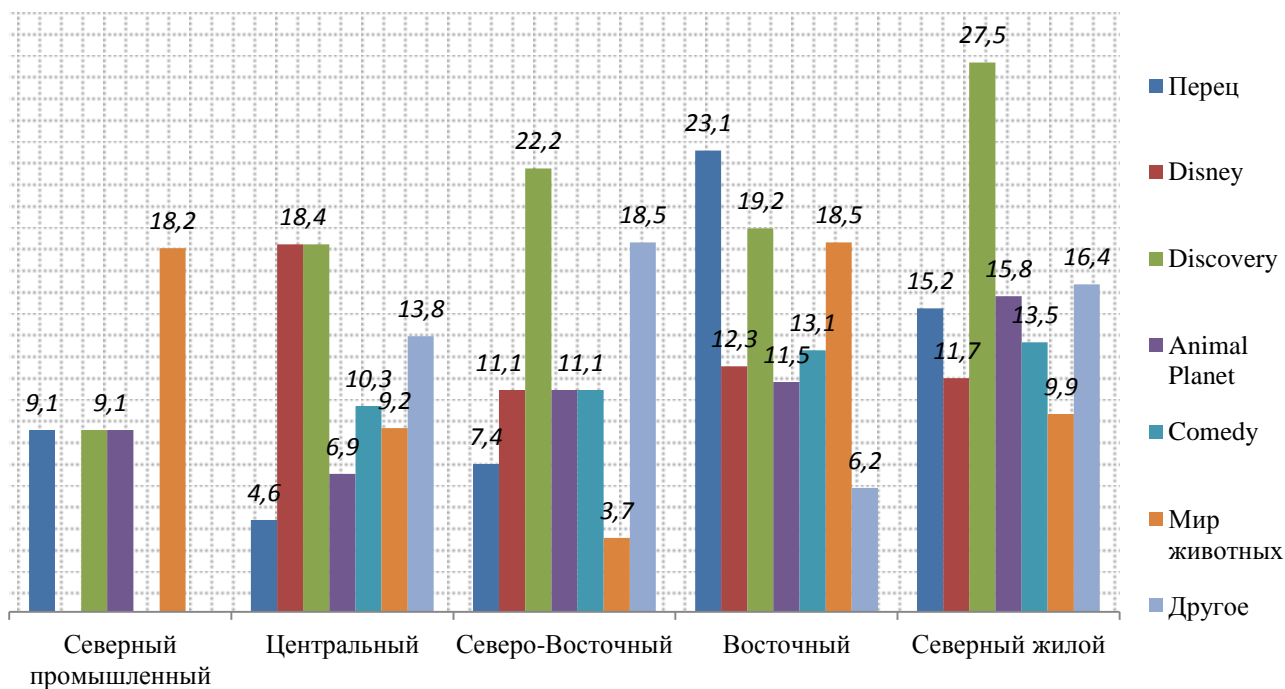


Рис.23. Парное распределение ответов: «Перец», «Мир животных», «Discovery», «Disney», «Comedy», «Animal Planet», «Другое» на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?», с районом проживания респондентов, в%

Учитывая значительное количество респондентов, выбравших вариант ответа: «Никаким каналам кабельного телевидения» в вопросе: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?», был проведён дополнительный анализ и корреляции, определяющие половозрастную структуру таких респондентов²⁵, а также территорию их проживания.

Было выявлено, что среди участников опроса, не отдающих предпочтение ни одному каналу кабельного телевидения, в большей степени, мужчины, (Рис.22) респонденты в возрасте 55 лет и старше (Рис.24), горожане, проживающие в Северном промышленном районе города (Рис.25)²⁶.

²⁴ К таким каналам относятся: «Перец», «Мир животных», «Discovery», «Disney», «Comedy», «Animal Planet» и ответы респондентов в графе «Другое».

²⁵ Анализ проведен среди респондентов, выбравших вариант ответа «Никаким каналам кабельного телевидения» вопроса «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?»

²⁶ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

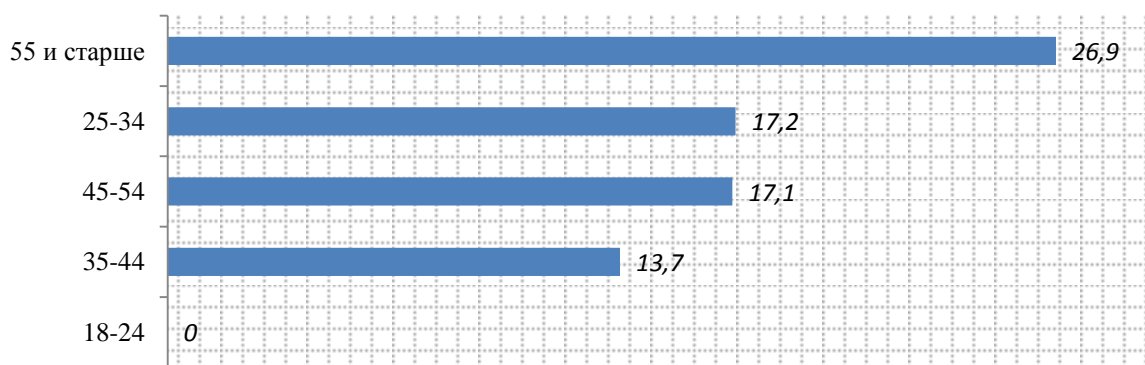


Рис.24. Парное распределение ответа «Никаким каналам кабельного телевидения» на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?» с возрастными характеристиками респондентов, в%

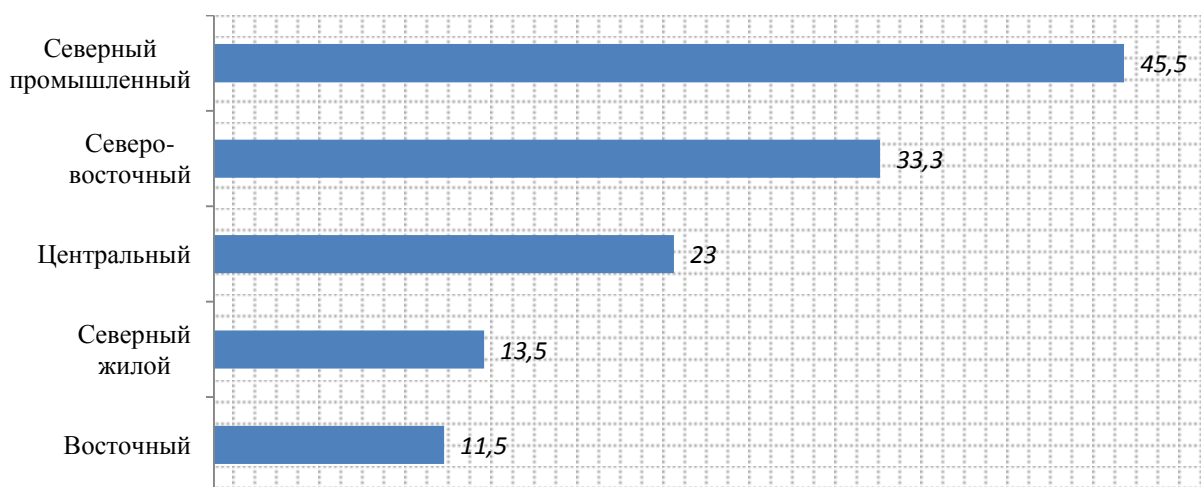


Рис.25. Парное распределение ответа «Никаким каналам кабельного телевидения» на вопрос: «Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?» с данными о районах проживания респондентов, в%

Региональные и местные каналы

Первые две строчки рейтинга популярности региональных и городских телекомпаний и телерадиокомпаний, три года подряд, принадлежат ТК «СургутИнформТВ» и ТРК «Сургутинтерновости». При этом в отличие от предыдущих лет, в 2016 году ГТРК «Югория» (г.Ханты-Мансийск) уступает позиции ТРК «Регион – Тюмень» (г.Тюмень) на 6 пунктов.

Что же касается популярности тех или иных телекомпаний и телерадиокомпаний, то в разные годы она выглядела по-разному (Рис.26). Пик популярности²⁷ телекомпаний «СургутИнформТВ» приходится на 2016 год. Аналогичным образом выглядит и рейтинг телерадиокомпаний «Регион-Тюмень» и «Север». В 2015 году наблюдался рост популярности ГТРК «Югория». А в 2014 году – ТРК «Сургутинтерновости» и ОТРК «Югра».

²⁷ При составлении рейтинга, вариант ответа: «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» - не учитывался (13,1%).

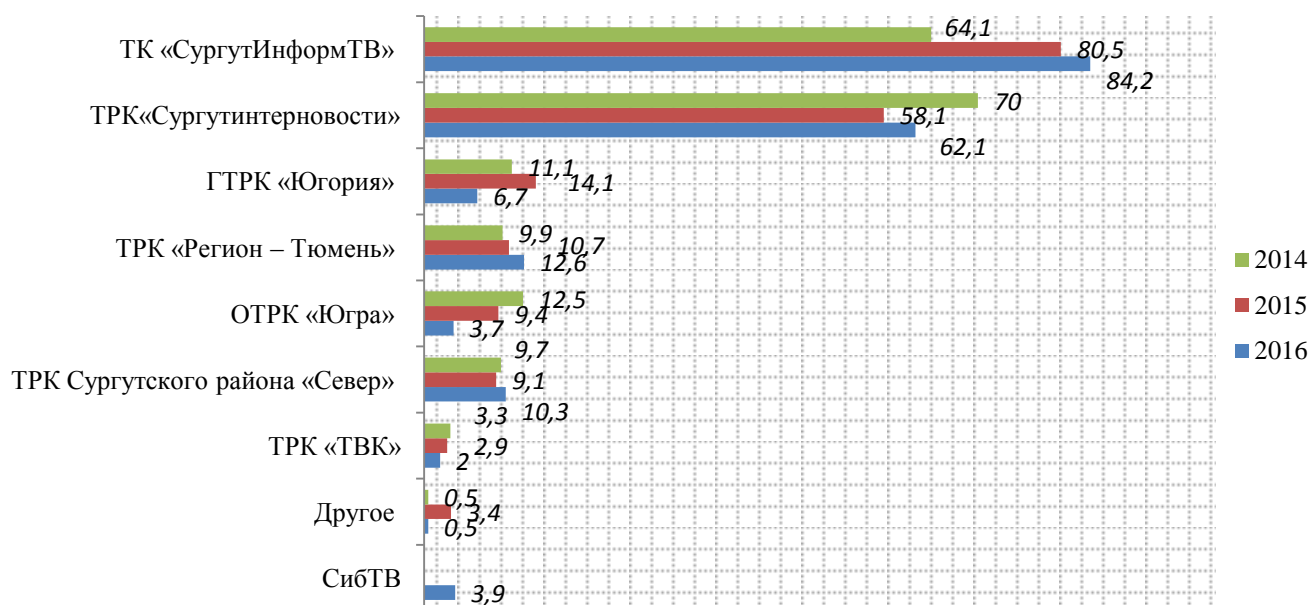


Рис.26. Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?, в период с 2014 по 2016 гг., в%²⁸

В результате парных корреляций основных социально-демографических параметров респондентов с вопросом выбора предпочтений в отношении региональных и городских телекомпаний и телерадиокомпаний, было выявлено, что среди аудитории ТК «СургутИнформТВ», ТРК «Сургутинтерновости», ТРК «Север» и ГТРК «Югория», преимущественно, респонденты женского пола. Тогда как мужчины, участвовавшие в опросе, чаще всего выбирали ТРК «Регион – Тюмень», «СибТВ», ОТРК «Югра» и ТРК «ТВК» (Рис.27).

При этом корреляции, проведенные по основным возрастным категориям, не выявили никаких закономерностей.

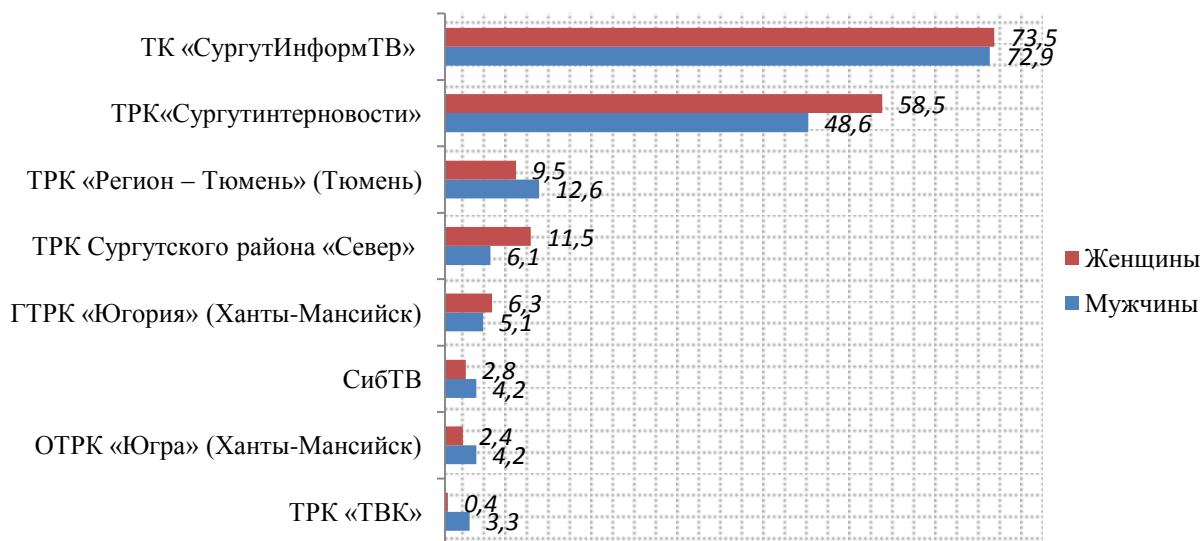


Рис.27. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, в%

²⁸ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

Стоит отметить, что лидирующие позиции ТК «СургутИнформТВ» сохраняются практически во всех районах города, кроме Восточного, где на первом месте, согласно ответам респондентов, ТРК «Сургутинтерновости» (Рис.28).

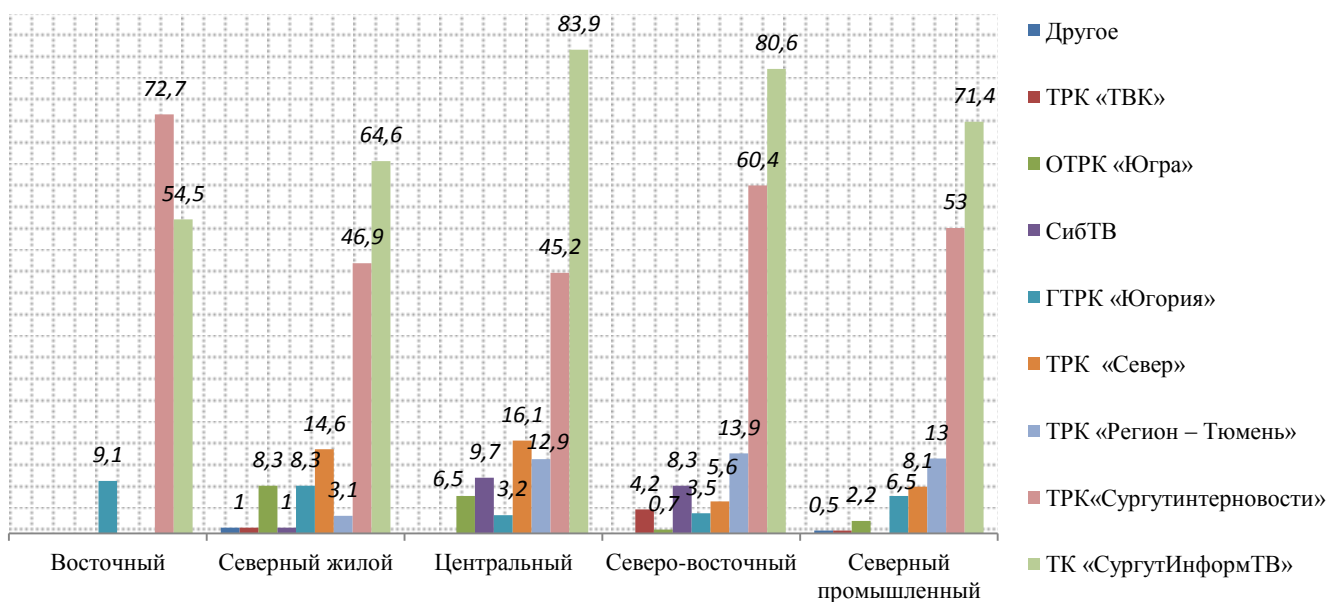


Рис.28. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?» с данными о территории проживания респондентов, в%

Анализ основных половозрастных характеристик и территории проживания респондентов, выбравших вариант ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» на вопрос «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям вы отдаете предпочтение», позволил определить, что в большей степени среди таких респондентов представлены участники опроса, проживающие в Центральном районе города (Рис.29) а также респонденты мужского пола (Рис.30) в возрасте 18-24 лет (Рис.31).

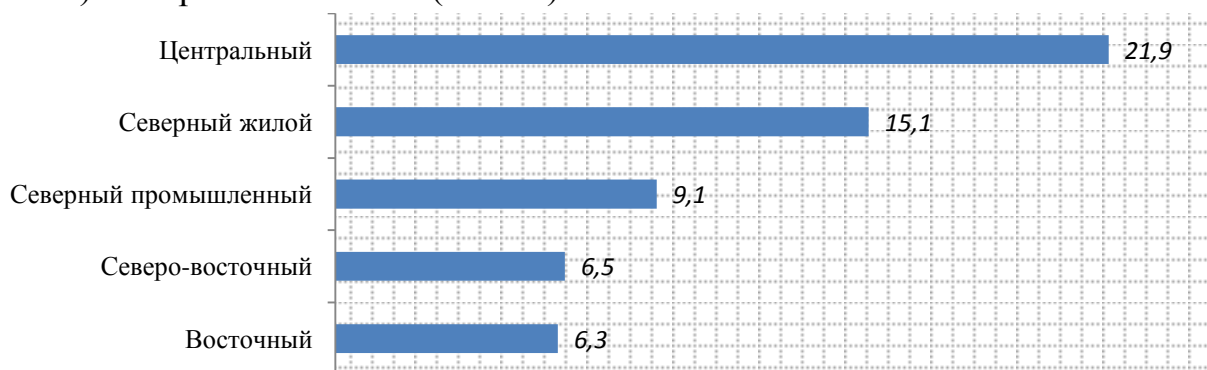


Рис.29. Парное распределение ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» на вопрос: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?» с данными о территории проживания респондентов, в%

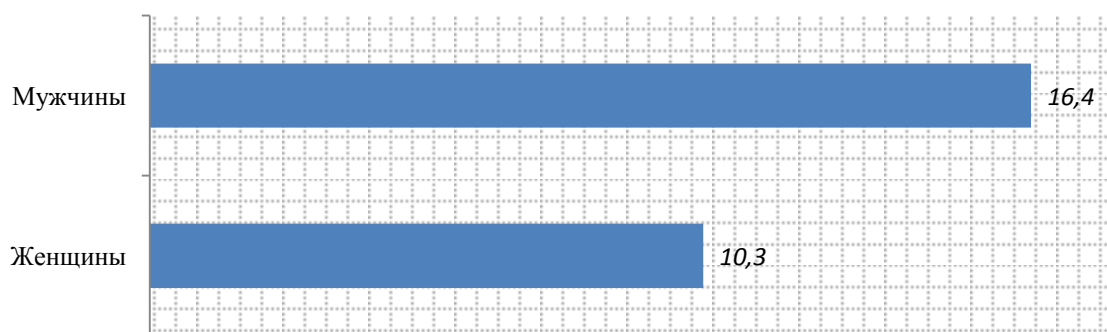


Рис.30. Парное распределение ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» на вопрос: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, в%

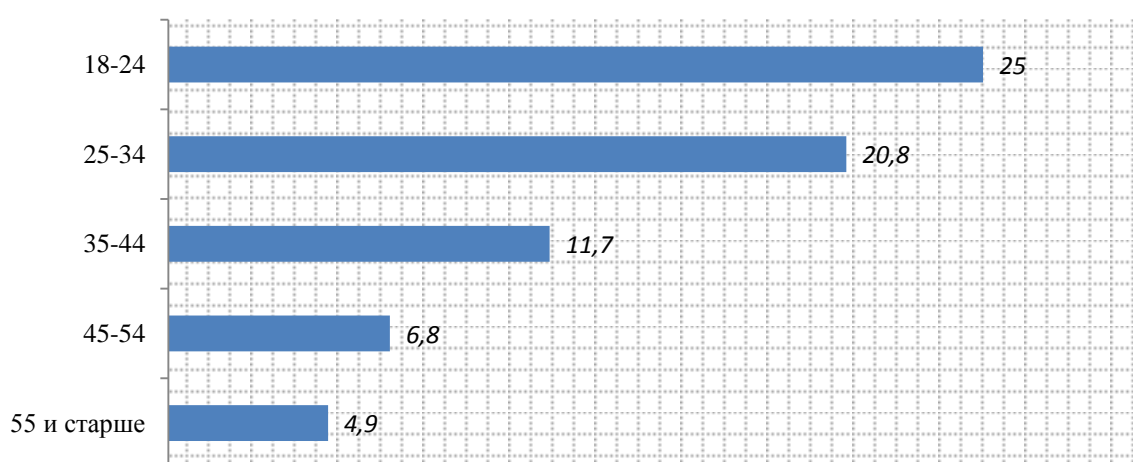


Рис.31. Парное распределение ответа «Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании» на вопрос: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?» с возрастными характеристиками респондентов, в%

На вопрос респондентам о том, почему они предпочитают ту или иную телекомпанию / телерадиокомпанию, большинство отметили вариант ответа: «всегда актуальная и свежая информация» (71,6%). Далее по популярности следуют ответы об удобном времени выхода передач и новостных блоков в эфир (30,1%), а также «приятные, интересные и адекватные ведущие» (26,0%). При этом на четвертом месте, с небольшим отрывом от третьего, находятся ответы респондентов о том, что основной причиной выбора для просмотра того или иного местного или регионального телевидения, является - «привычка» (19,7%) (Рис.32). Чаще всего, такой вариант ответа выбирали респонденты в возрасте 35-44 лет (Рис.33), а также аудитория телерадиокомпании Сургутского района «Север», и телекомпании «СургутИнформТВ» (Рис.34). Стоит отметить, что «всегда актуальная и свежая информация» и «приятные и интересные ведущие», больше привлекают внимание женской аудитории, тогда как для мужчин, первостепенное значение имеет удобное время выхода передач и новостных

блоков в эфир, технические характеристики канала и наличие эксклюзивных кадров и информации (Рис.35).

Парное распределение вопросов о причинах выбора той или иной телекомпании/телерадиокомпании с территорией проживания респондентов, не выявило никаких закономерностей.



Рис.32. Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?, в%²⁹

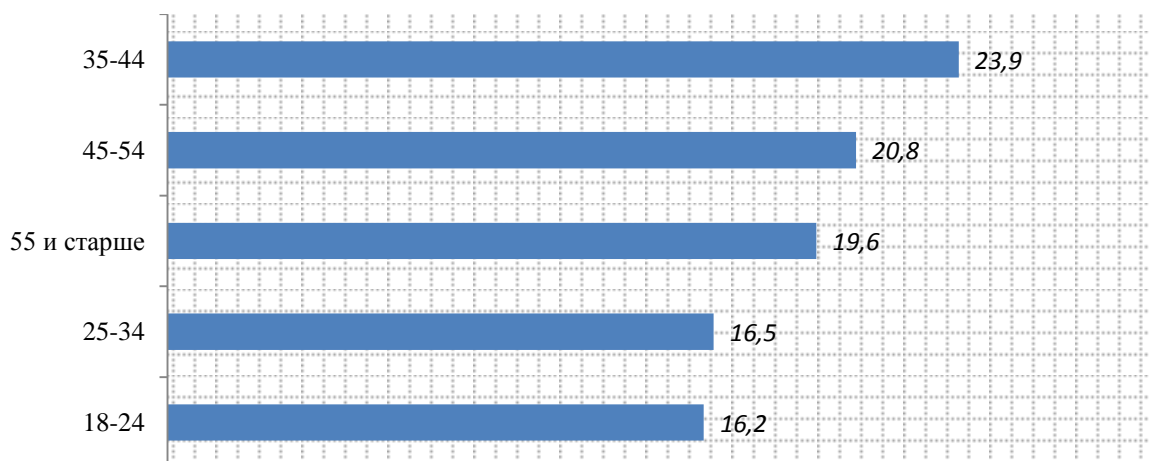


Рис.33. Парное распределение ответа «Привычка» на вопрос: «Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?» с возрастными характеристиками респондентов, в%

²⁹ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

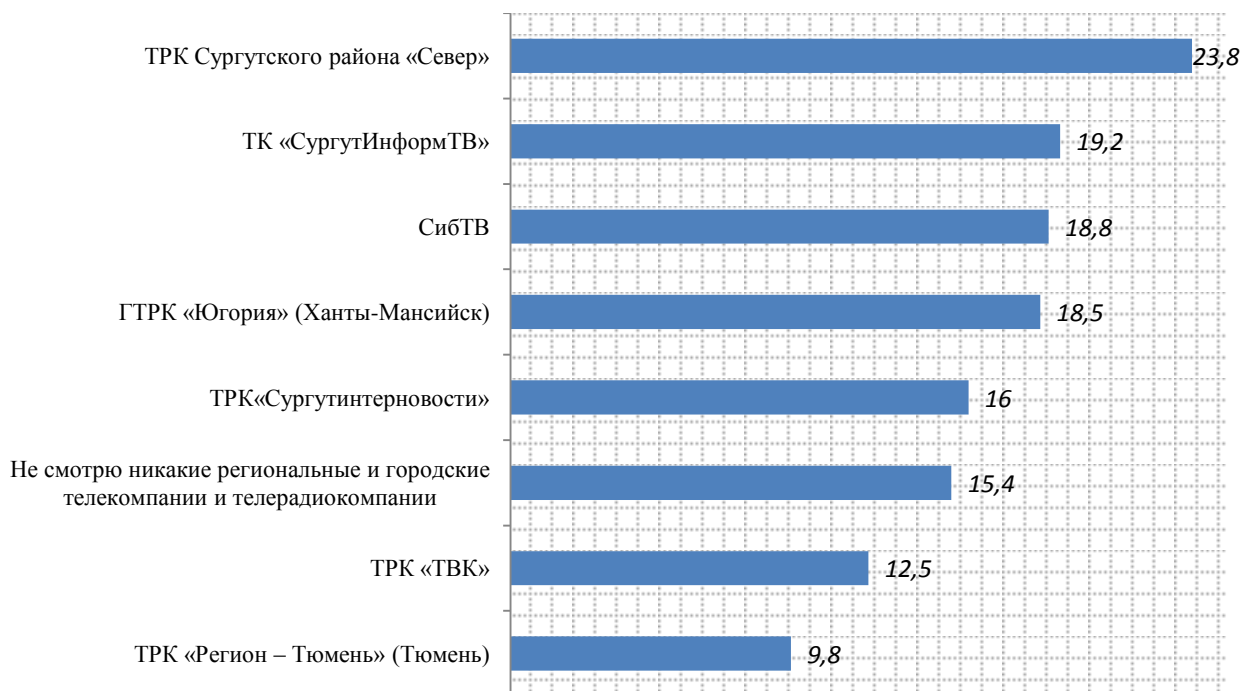


Рис.34. Парное распределение ответа «Привычка» на вопрос: «Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?» с вопросом: «Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?», %



Рис.35. Парное распределение ответов на вопрос: «Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?» с гендерными характеристиками респондентов, %

Среди телевизионных передач, являющихся наиболее интересными для респондентов, лидирующие строчки рейтинга занимают новостные выпуски.

На первом месте программа «Новости Сургута» ТК «СургутИнформТВ». Согласно результатам исследования, более 80% аудитории местных и региональных телекомпаний и телерадиокомпаний предпочитают именно эту программу. На втором месте рейтинга: «В центре событий» ТРК «Сургутинтерновости» (44,3%). На третьем месте программа «Итоги недели» (26,7%). Среди развлекательных программ первое место занимают утренние выпуски программы «Вставай!» (Рис.36).

Показательно, что преимущественной аудиторией таких новостных программ, как: «Новости Сургута», «В центре событий», «Итоги недели», «ТОН», «Вести Югры», являются респонденты в возрасте от 25 до 34 лет и 55 лет и старше. При этом «Новости Югры» и «Новости Севера» чаще всего смотрят респонденты от 45 до 54 лет³⁰ (Рис.37).



Рис.36. Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?, в%³¹

³⁰ Распределение ответов по вопросу: «Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?» (за 100% берётся аудитория каждой телепрограммы).

³¹ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

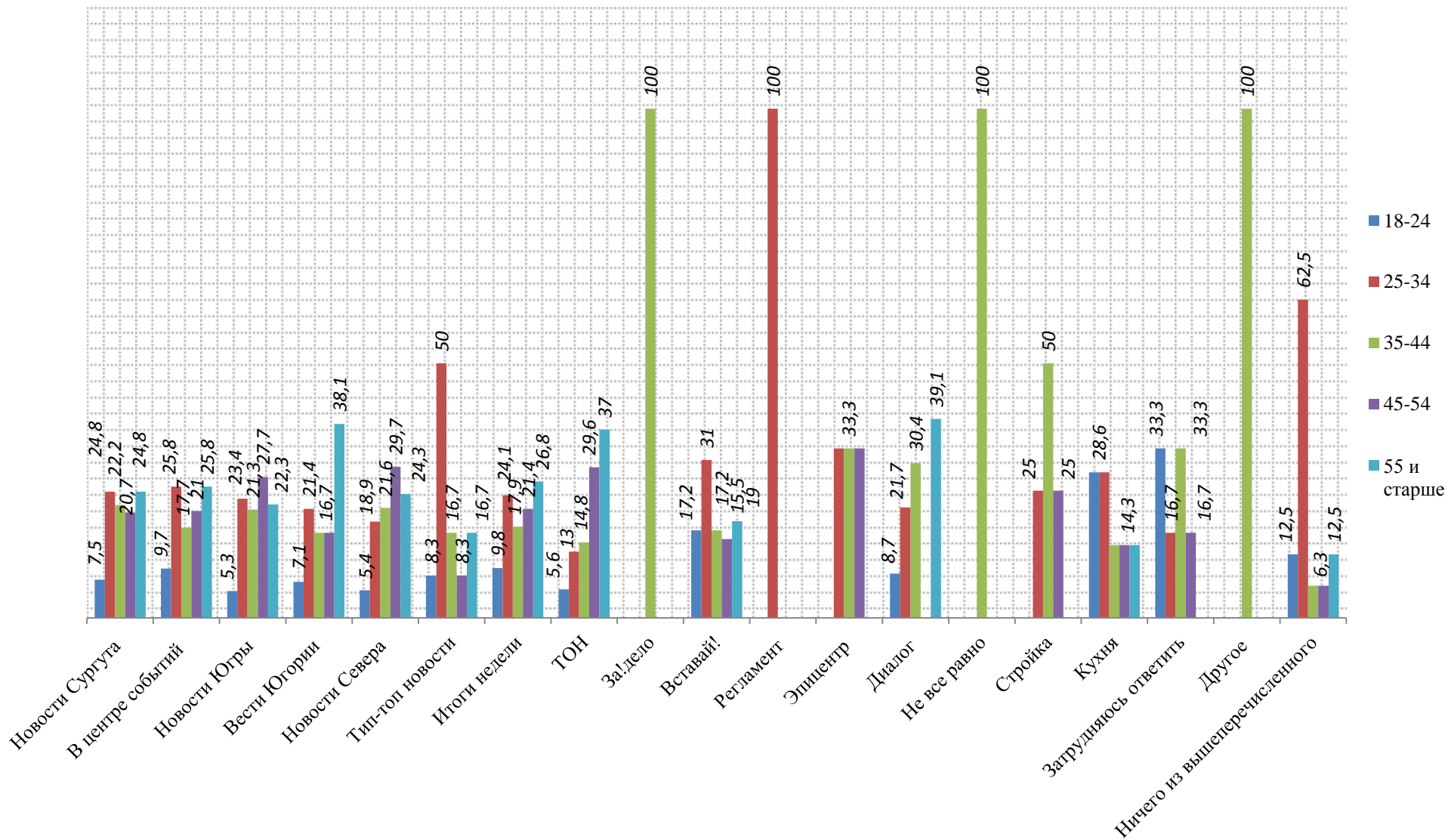


Рис.37. Парное распределение ответов на вопрос: «Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?» с возрастными характеристиками респондентов, в%

Результаты мониторинга предыдущих лет свидетельствуют о сохранении позиции лидерства за двумя телепрограммами («Новости Сургута» и «В центре событий»), тогда как новостной блок «Новости Югры», по популярности, занимает лишь четвертую строчку рейтинга, возвращаясь к показателям 2014 года (Рис.38). При этом рейтинг программы «В центре событий» увеличивается с каждым годом на 2-3%.

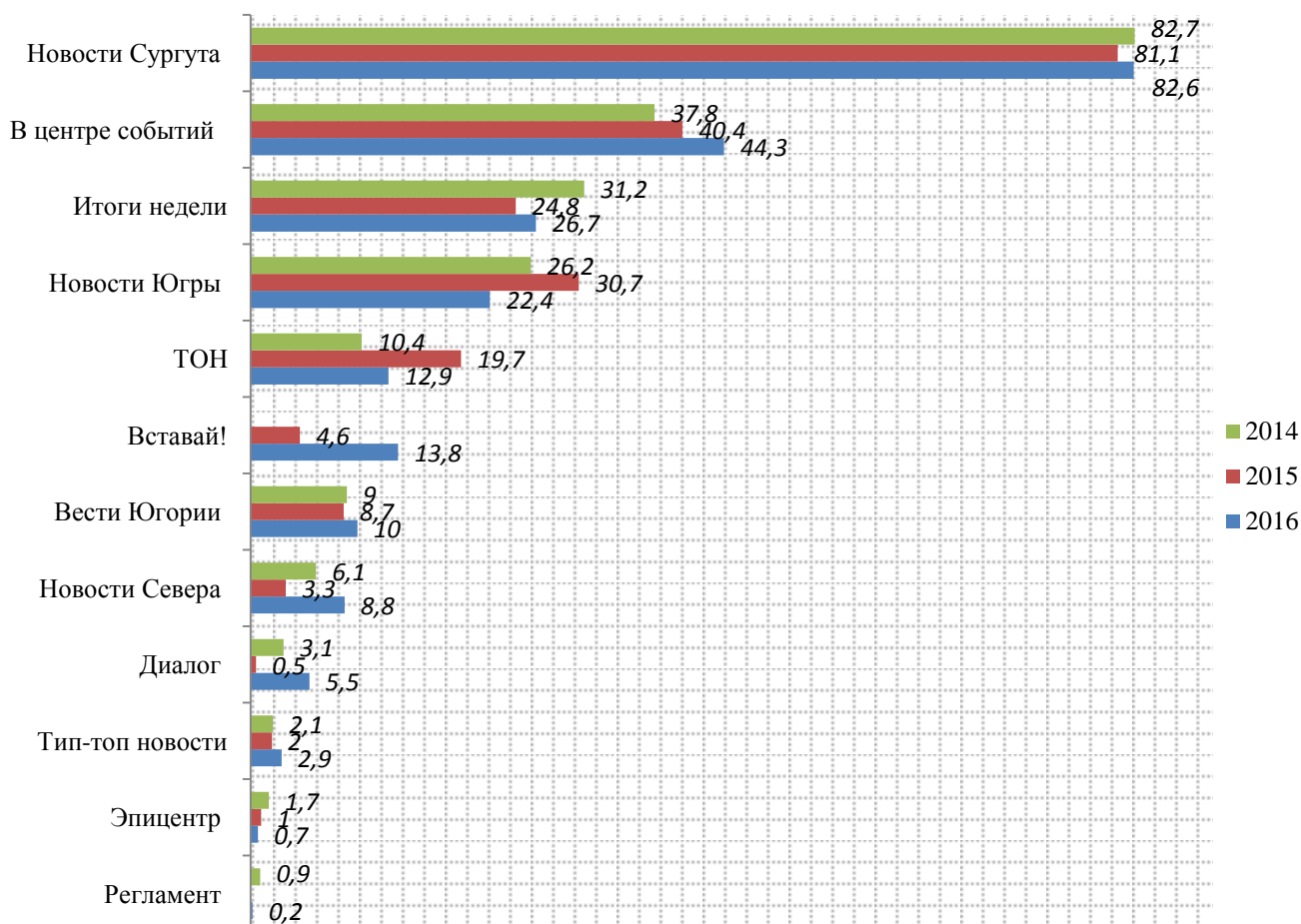


Рис.38. Рейтинг популярности программ, передач региональных и местных телекомпаний и телерадиокомпаний в период с 2014 по 2016 гг.³², в %

Парные корреляции вопроса: «Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?» с территорией проживания респондентов не выявили никаких особенностей. Указанные ранее новостные блоки, а именно: «Новости Сургута», «В центре событий», «Итоги недели» и «Новости Югры», сохраняют свои лидирующие позиции во всех районах города. Единственным исключением являются Центральный и Восточный районы города, где в отличие от других территорий, на третье место рейтинга выходит программа «Итоги недели», а не «Новости Югры».

³² С результатами исследований по иным программам, передачам и выпускам 2014-2015 гг. можно ознакомиться на официальном портале Администрации города Сургута, в разделе «Результаты социологических исследований и мониторинга общественного мнения». Режим доступа: <http://admsurgut.ru/rubric/18685/2014>

Пресса

Федеральные печатные издания

Составление рейтинга популярности печатных изданий основывалось на ответах респондентов на «открытый» вопрос: «Каким печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?».

Было выявлено, что 52,1% опрошенных не читают федеральные газеты и журналы. Тем не менее, среди тех, кто все же использует прессу для получения информации, большинство сургутян (34,7%), по-прежнему, отдают предпочтение газете «Аргументы и факты». Рост популярности данного издания в период проведения опроса фиксируется также информационно-аналитической системой «Медialogия»³³, которая отмечает заметное перемещение позиций в рейтинге газеты «Аргументы и факты» (+2).

На втором месте рейтинга, по результатам опроса населения города Сургута в 2016 году, газета «Комсомольская правда» (18%), и на третьем – «Российская газета» (12,3%) (Рис.39). Необходимо отметить, что в предыдущем году, третье место рейтинга принадлежало газете «Московский Комсомолец – Югра» (МК-Югра), тогда как в этом году, популярность данного печатного издания уступает «Российской газете» на 2,5%.

Анализ результатов опроса показал, что аудиторию федеральных печатных изданий в городе Сургуте составляют в большей степени мужчины³⁴ (Рис.40).

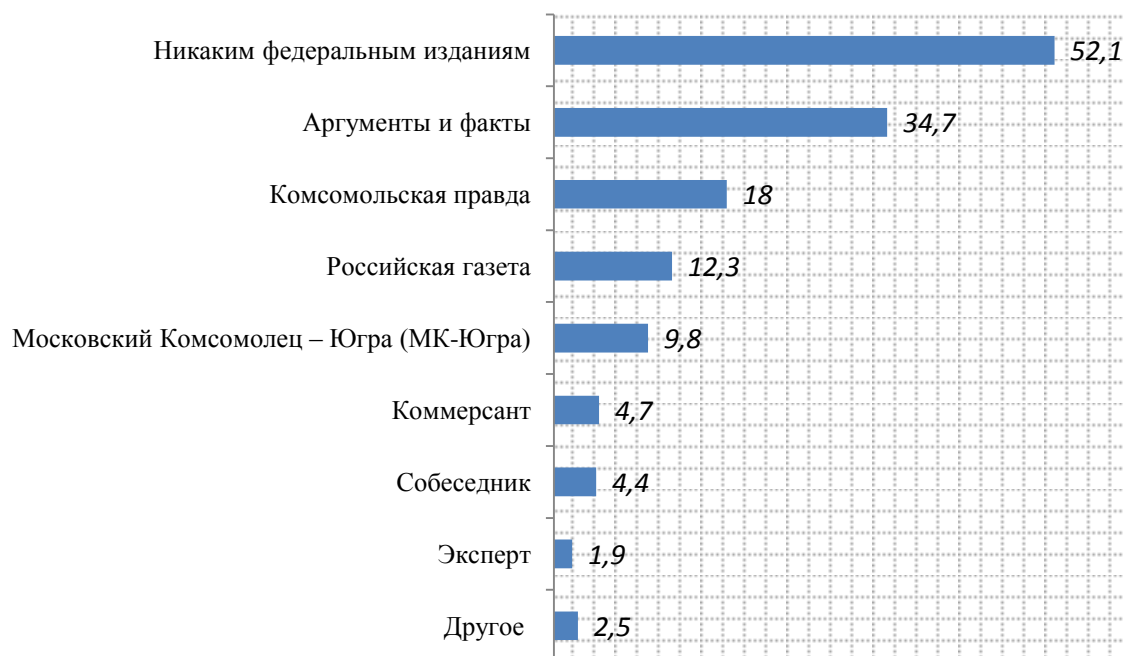


Рис.39. Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?, в %³⁵

³³ Источник данных: информационно-аналитическая система «Медialogия». ТОП-10 цитируемых газет за май 2016 г. Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media

³⁴ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

³⁵ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.



Рис.40. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, в%

При этом парное распределение ответов на вопрос о предпочтениях в выборе федеральных печатных изданий, с территорией проживания респондентов и их возрастом, не выявили никаких закономерностей.

Среди респондентов, выбравших вариант ответа «Никаким федеральным изданиям» в вопросе «Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?», большинство: женщины (Рис.40), горожане в возрасте 45-54 лет³⁶, и респонденты, проживающие в Северном промышленном районе (Рис.41).

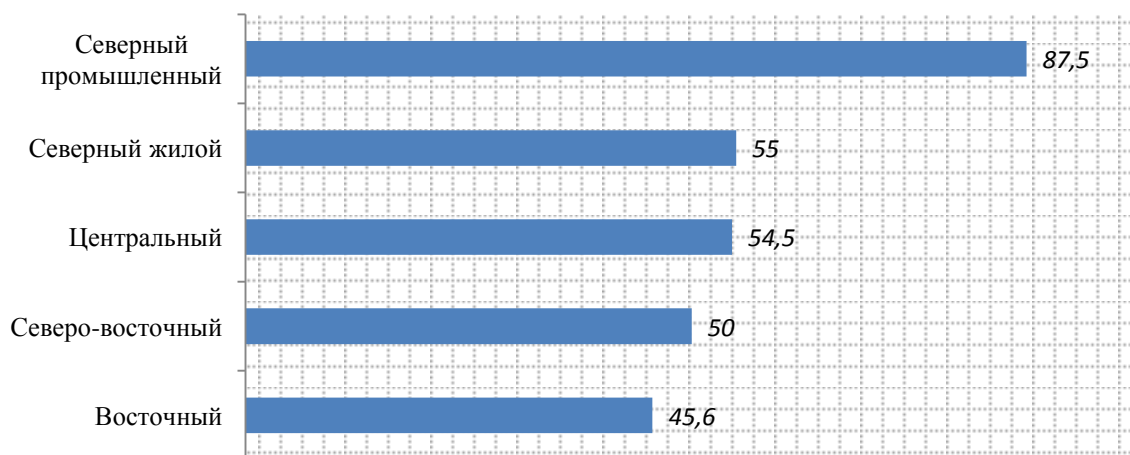


Рис.41. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?» с территорией проживания респондентов, в%

Несмотря на столь заметную популярность газеты «Аргументы и факты» у читателей в городе Сургуте, среди ТОП-10 самых цитируемых федеральных

³⁶ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

газет³⁷, она находится лишь на 8 строчке рейтинга, уступая 4 позиции «Российской газете», 2 позиции «Комсомольской правде» и 1 позицию «Московскому комсомольцу».

Местные печатные издания

Рейтинг популярности местных периодических печатных изданий, в 2016 году, возглавляет газета «Сургутская трибуна» (Рис.42). Степень упоминания данного средства массовой информации на 5,3% выше результатов полученных в предыдущем году. При этом если исключить из распределений 2016 г. вариант ответа «Никаким местным изданиям», то процент выбравших «Сургутскую трибуну» увеличивается до 67,4%, что на 10% выше ответов тех, кто выбрал вторую по популярности газету 2016 года - «Новый город». Стоит отметить, что похожая ситуация наблюдалась и в 2014 году, когда первые строчки рейтинга делили между собой газеты «Сургутская трибуна», «Новый город» и «Сургутские ведомости» (Рис.43).



Рис.42. Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?, в %³⁸

³⁷ Источник данных: информационно-аналитическая система «Медиалогия». ТОП-10 цитируемых газет за май 2016 г. Режим доступа: http://www.mlg.ru/ratings/federal_media

³⁸ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

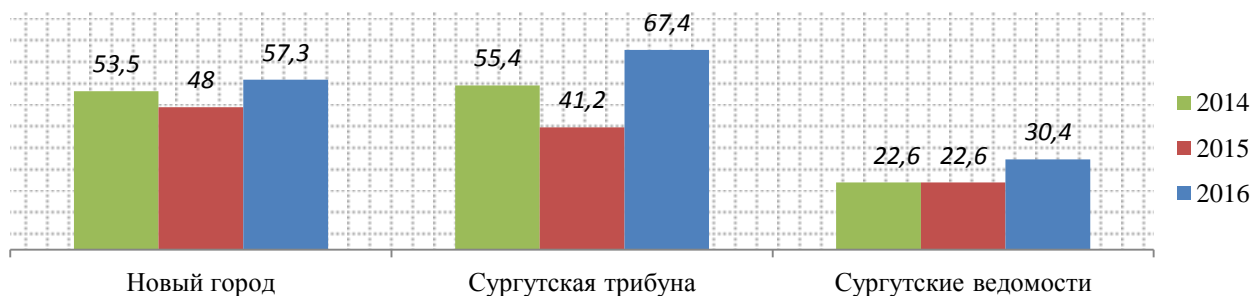


Рис.43. Рейтинг популярности местных периодических печатных изданий: «Новый город», «Сургутская трибуна», «Сургутские ведомости» в период с 2014 по 2016 гг., в %³⁹

Среди аудитории газеты «Новый город» большая часть – мужчины, тогда как «Сургутские ведомости» и «Сургутскую трибуну» чаще всего предпочитают изучать респонденты женского пола (Рис.44). Что касается возрастного диапазона читателей наиболее популярных местных печатных периодических изданий, было выявлено, что респонденты старшей возрастной категории (55 и старше) чаще всех читают местные газеты и журналы⁴⁰.

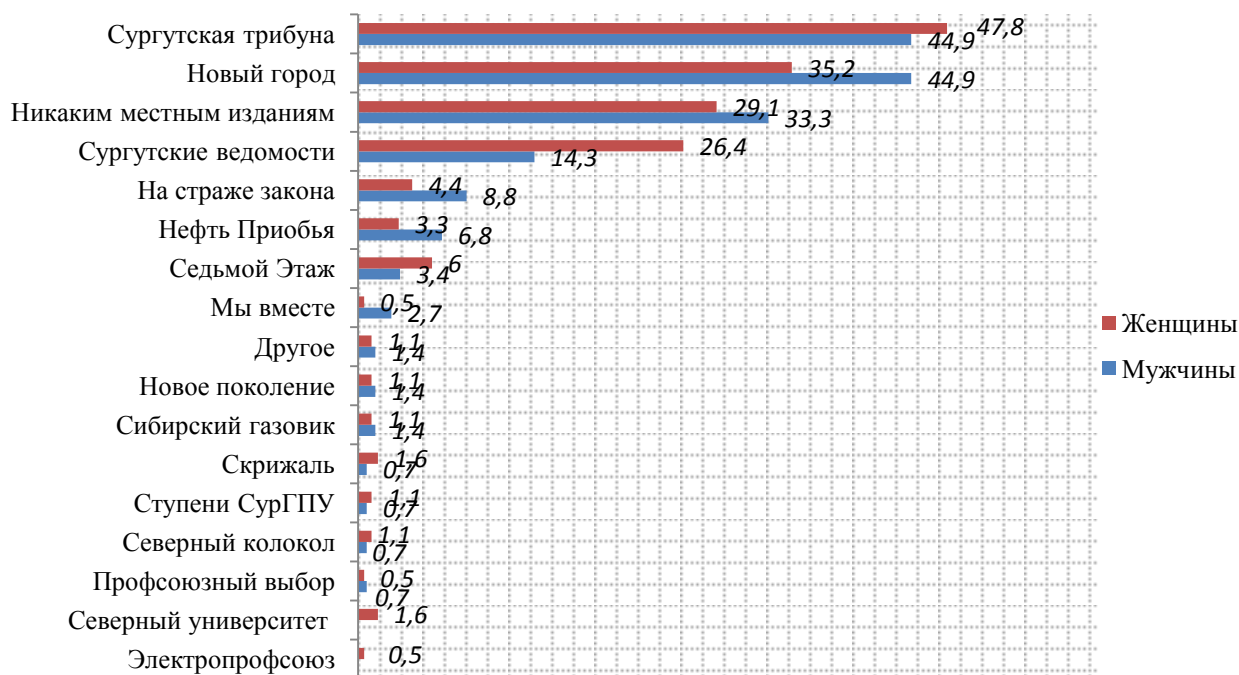


Рис.44. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?» с гендерными характеристиками респондентов, в%

Безусловно, примечательными являются результаты анализа предпочтений сургутян в выборе местных печатных изданий сквозь призму территорий их проживания. Так рейтинг наиболее популярных местных печатных изданий, в зависимости от районов города, выглядит следующим образом⁴¹ (Рис.45):

³⁹ В вопросе: «Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?», у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов, поэтому количество может превышать 100%.

⁴⁰ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

⁴¹ Там же.

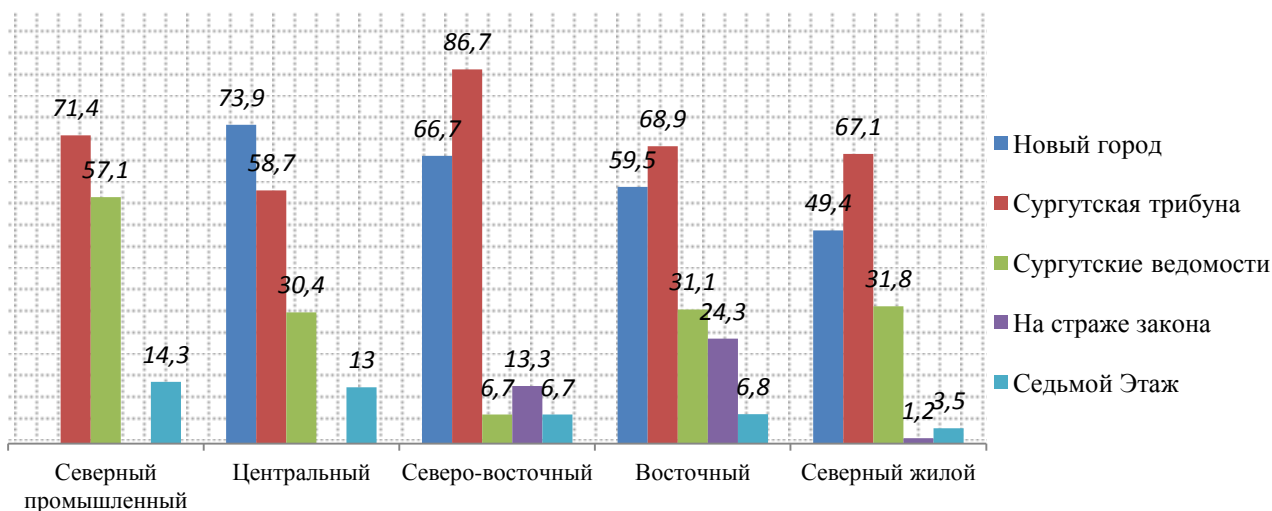


Рис.45. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?» с данными о территории проживания респондентов, в%

Кроме того, исходя из ответов участников опроса, можно предположить, что население города Сургута, либо вовсе не читает газет для получения информации, либо делает это, практически в равной степени, и в печатном и в электронном виде (Рис.46). Необходимо учесть, что данный вопрос задавался всем респондентам без исключения. При этом понижение процента ответов «Не использую прессу» в сравнении с аналогичным ответом респондентов на вопрос «Как часто вы используете следующие источники информации: Прессу?» (Рис.8) результат того, что участники опроса высказывали свое субъективное мнение по отношению к конкретному вопросу, воспроизводя гипотетическую ситуацию использования того или иного источника информации.

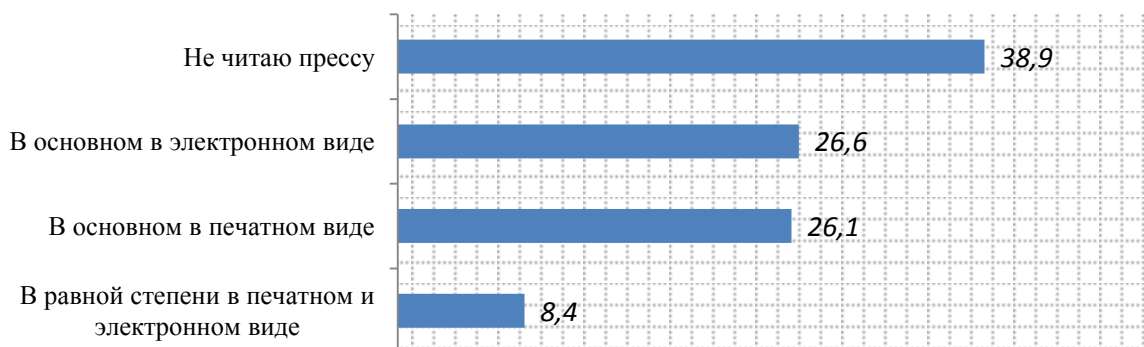


Рис.46. Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?, в%⁴²

⁴² Необходимо учесть, что данный вопрос задавался всем респондентам без исключения. При этом понижение процента ответов «Не использую прессу» в сравнении с аналогичным ответом респондентов на вопрос «Как часто вы используете следующие источники информации: Прессу?» можно объяснить тем, что участники опроса высказывали свое субъективное мнение по отношению к конкретному вопросу, воспроизводя гипотетическую ситуацию использования того или иного источника информации.

Анализ данных показал, что респонденты, проживающие в Северном промышленном районе, предпочитают читать газеты, в большей степени, в печатном виде (к ним, также, относятся участники опроса старшей возрастной категории (Рис.49)). Участники опроса 18-24 лет, проживающие в Северном жилом районе чаще всего читают в электронном виде. Большинство опрошиваемых, выбравших вариант ответа: «Не читаю прессу», проживают в Северо-Восточном районе города (Рис.47), причем большая часть – это мужчины (Рис.48) и респонденты в возрасте 25 – 34 лет (Рис.49).

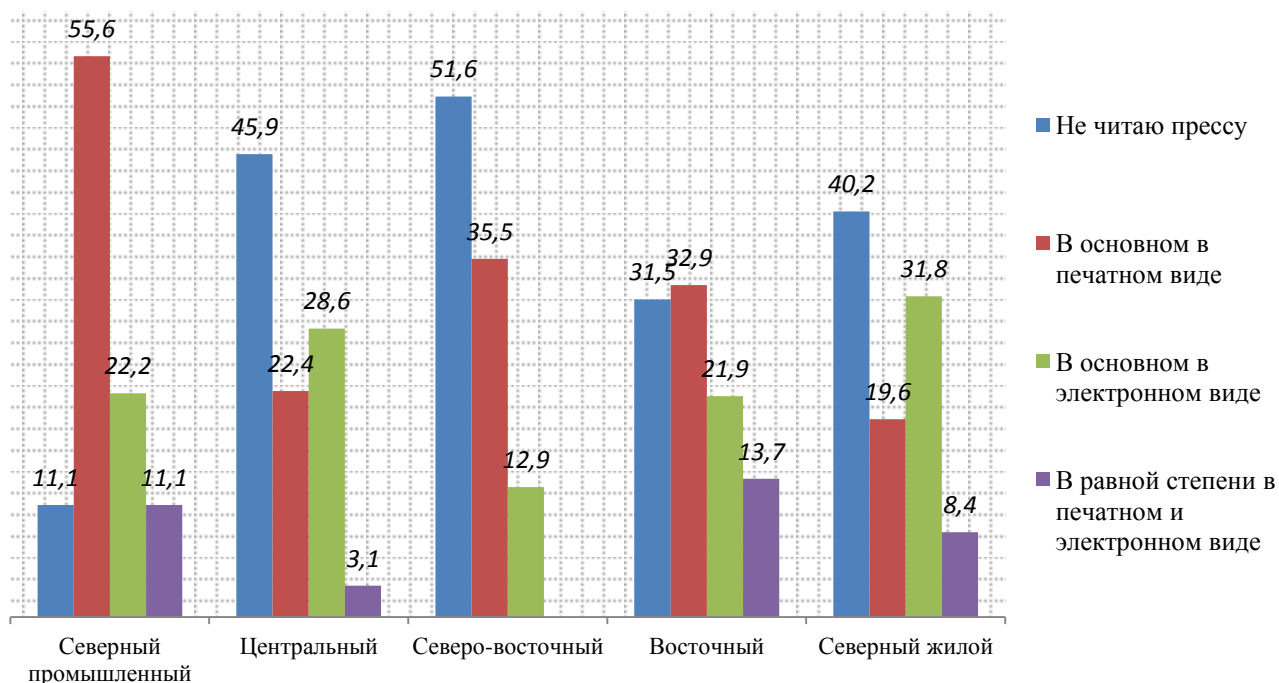


Рис.47. Парное распределение ответов на вопрос: «Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?» с данными о территории проживания респондентов, %

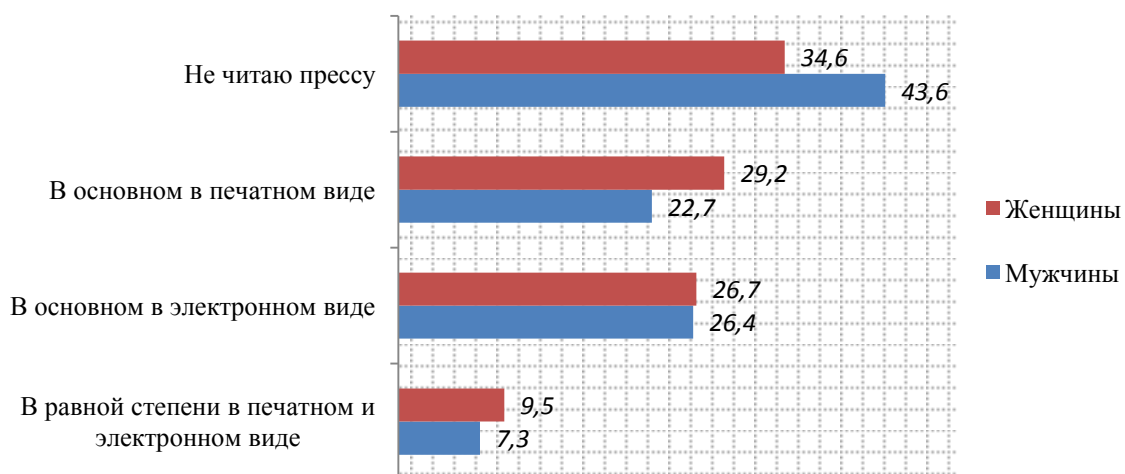


Рис.48. Парное распределение ответов на вопрос: «Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?» с гендерными характеристиками респондентов, %

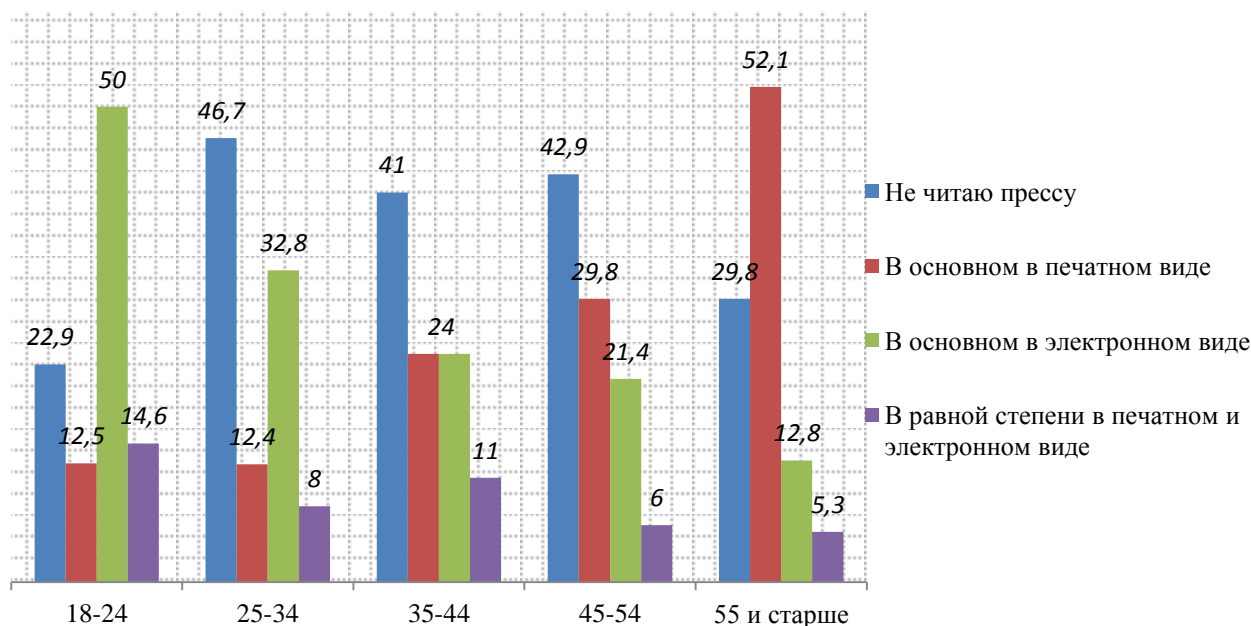


Рис.49. Парное распределение ответов на вопрос: «Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?» с возрастными характеристиками респондентов, в%

Сравнение результатов опросов 2015-2016 годов показывает, что наиболее предпочтительным способом для получения прессы, респонденты по-прежнему, считают «почтовые ящики» (Рис.50). В особенности это проявляется в Северо-Восточном районе города (Рис.53). Однако степень популярности такого вида получения прессы падает с ростом популярности получения прессы через электронные почтовые ящики (e-mail). Газетные киоски и специализированные стенды при входах в магазины занимают третье и четвёртое место соответственно (при условии исключения из таблицы рейтинга респондентов, выбравших вариант ответа: «Не читаю прессу»). При этом среди тех, кто выбрал варианты ответов «почтовый ящик» и «специализированные стенды при входах в магазины» большинство респондентов – женщины (Рис.51) и участники опроса в возрасте 55 лет и старше. Тогда как мужчины и респонденты в возрасте 24-35 лет (Рис.52), чаще предпочитают приобретать прессу в газетных киосках.

Наименее популярными местами получения прессы, аналогично 2015 году, являются специализированные стенды при входе в общественные и муниципальные учреждения.



Рис.50. Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?, в%⁴³

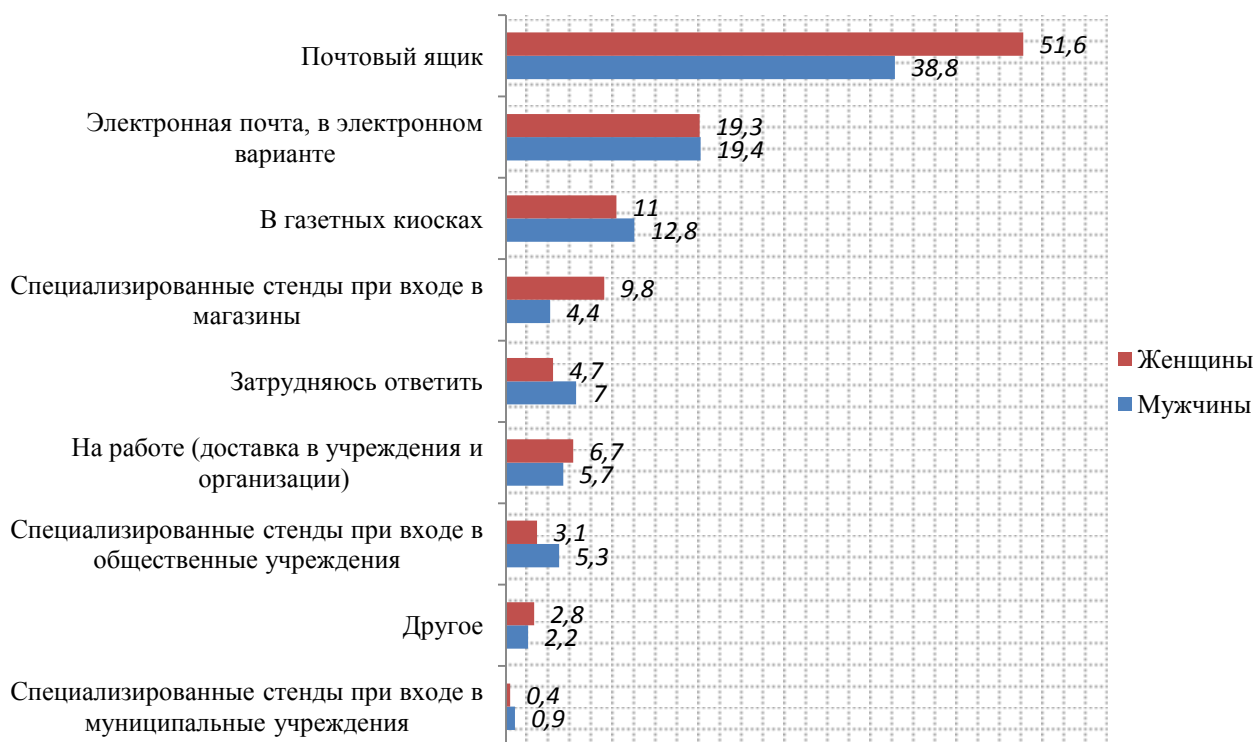


Рис.51. Парное распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?» с гендерными характеристиками респондентов, в%

⁴³ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

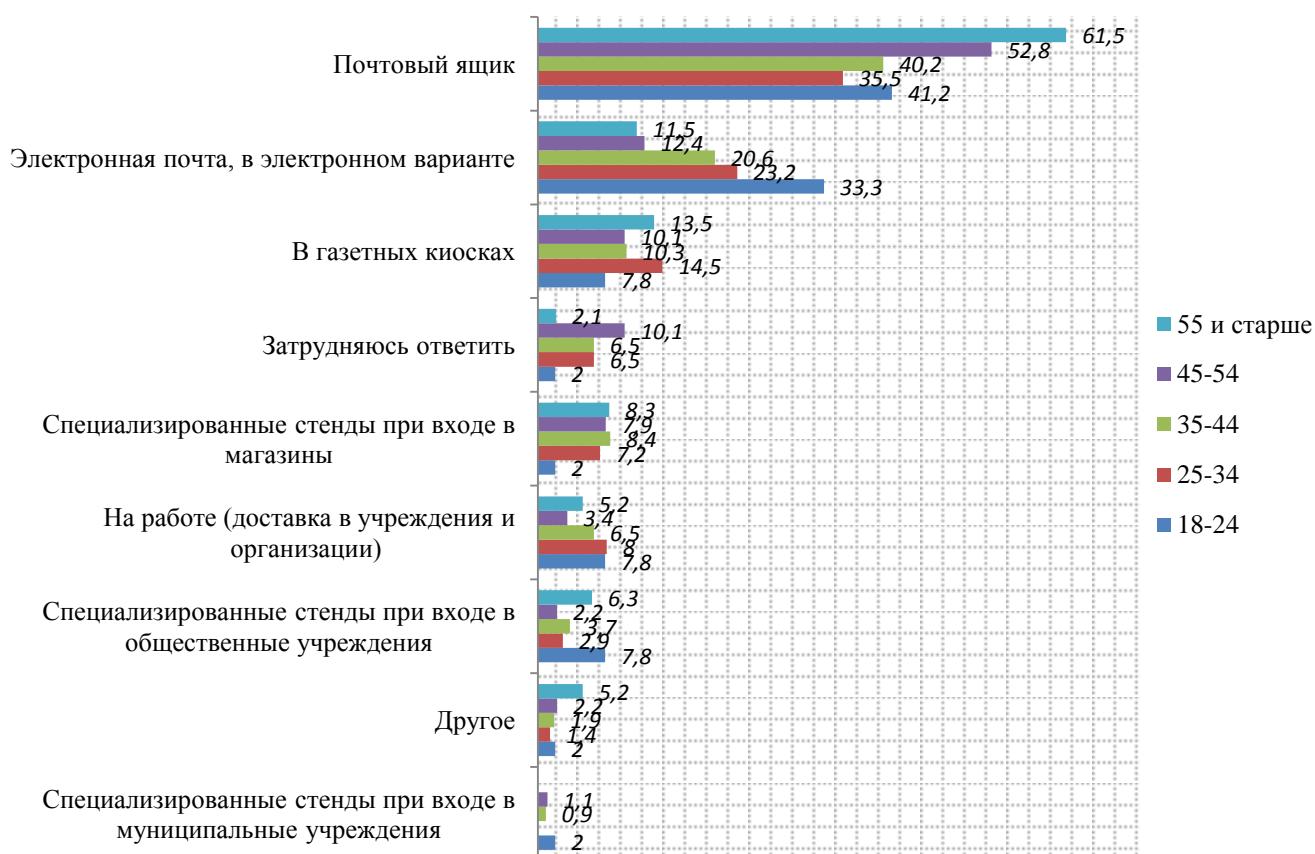


Рис.52. Парное распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?» с возрастными характеристиками респондентов, %

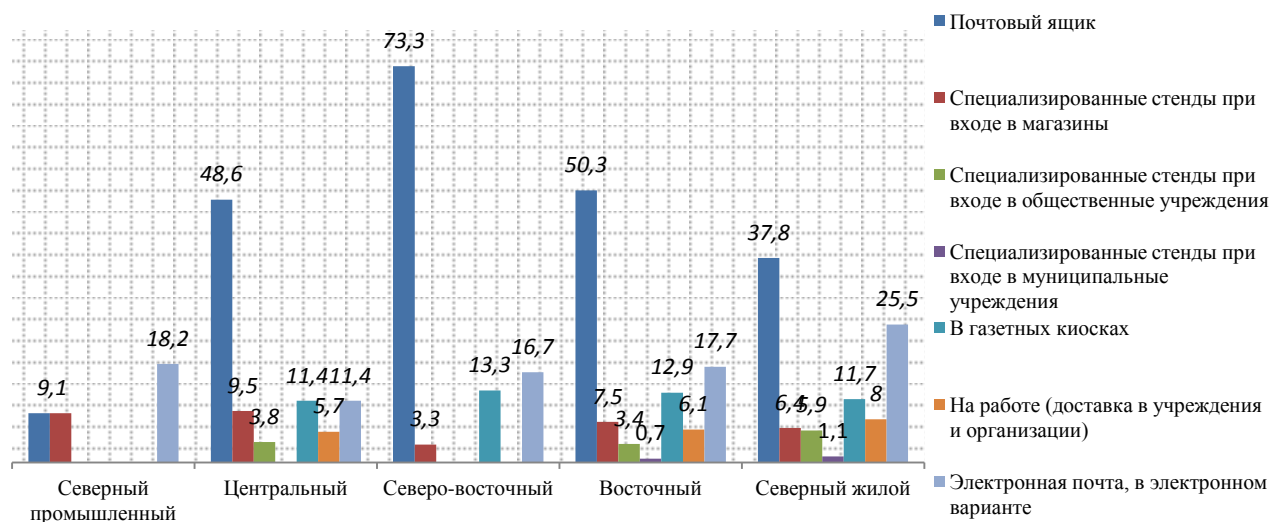


Рис.53. Парное распределение ответов на вопрос: «Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?» с данными о территории проживания респондентов, %

Радио

Среди наиболее популярных радиостанций, выбранных респондентами в опросе в 2016 году, отмечается смещение лидирующих позиций, в сравнении с итогами опроса 2015 года. Так, «Русское радио», являющееся фаворитом опроса

2015 г. потеряло свои позиции, и занимает лишь седьмую строчку рейтинга. Тогда как «Дорожное радио», в этом году, занимает первую строчку наиболее популярных радиостанций, опередив радиоканалы «ХИТ FM» и «Авторadio» на 11,5% и 11,8% соответственно. В пятерку рейтинга также вошли радиостанции «Ретро FM» и «Радио Шансон».

Аутсайдерами рейтинга, набрав 2,7%, стали радиостанции «Наше радио» и «Радио «России»» (Рис.54).

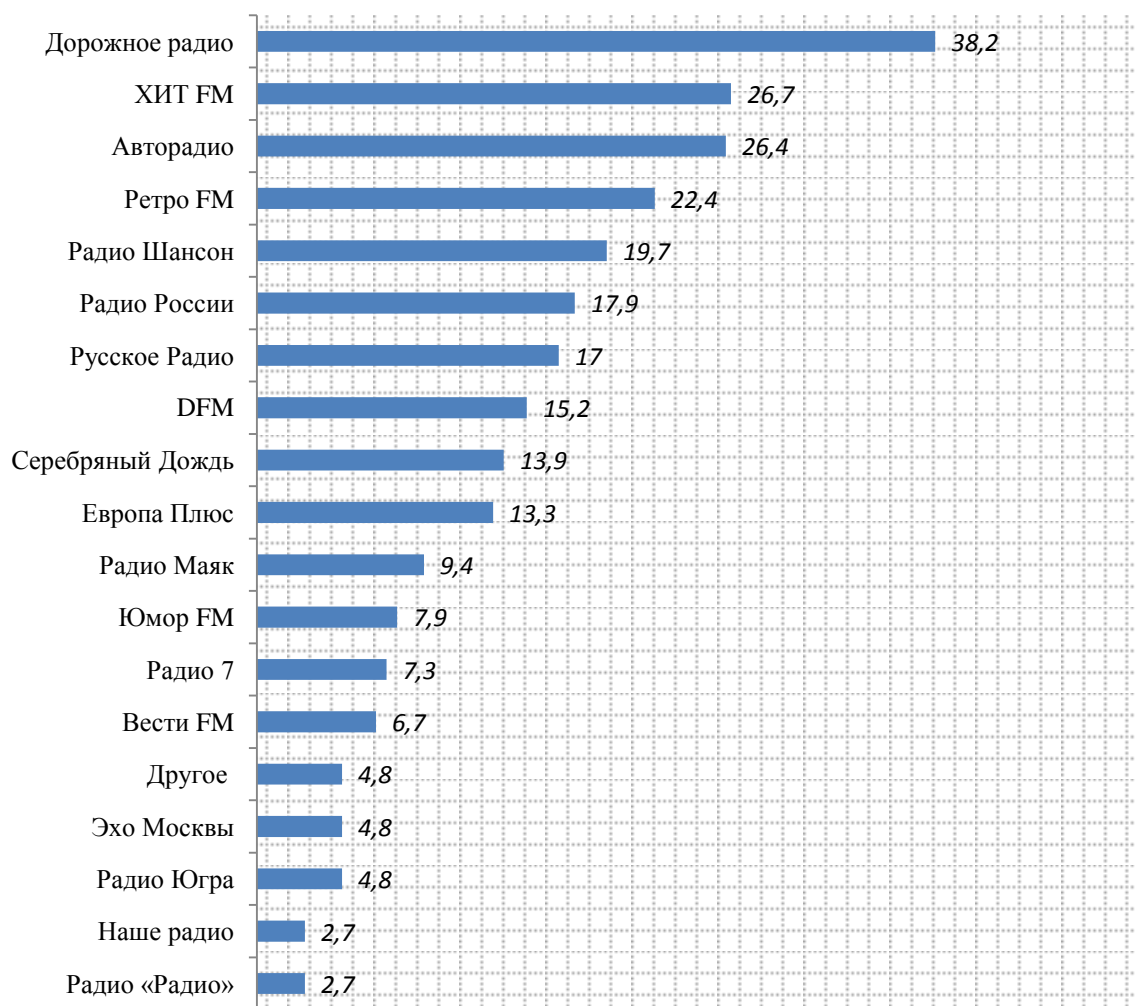


Рис.54. Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?, в %⁴⁴

Гендерное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение», показало, что среди слушателей местных и федеральных радиоканалов, большая часть – это мужчины. Именно они составляют более половины объема ежедневной аудитории таких радиостанций, как: «Эхо Москвы», «Серебряный дождь», «Юмор FM», «Вести FM», «Авторadio», «Радио Шансон», «Наше Радио» и «Радио Маяк». Женская часть аудитории предпочитает, преимущественно, радиостанции: «ХИТ FM», «Радио «Радио», «Дорожное радио», «Русское радио», «Ретро FM». При этом таким

⁴⁴ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

радиостанциям, как: «Радио 7», «DFM», «Радио Югра», «Европа плюс» и «Радио России», отдают свое предпочтение как женщины, так и мужчины (Рис.55).

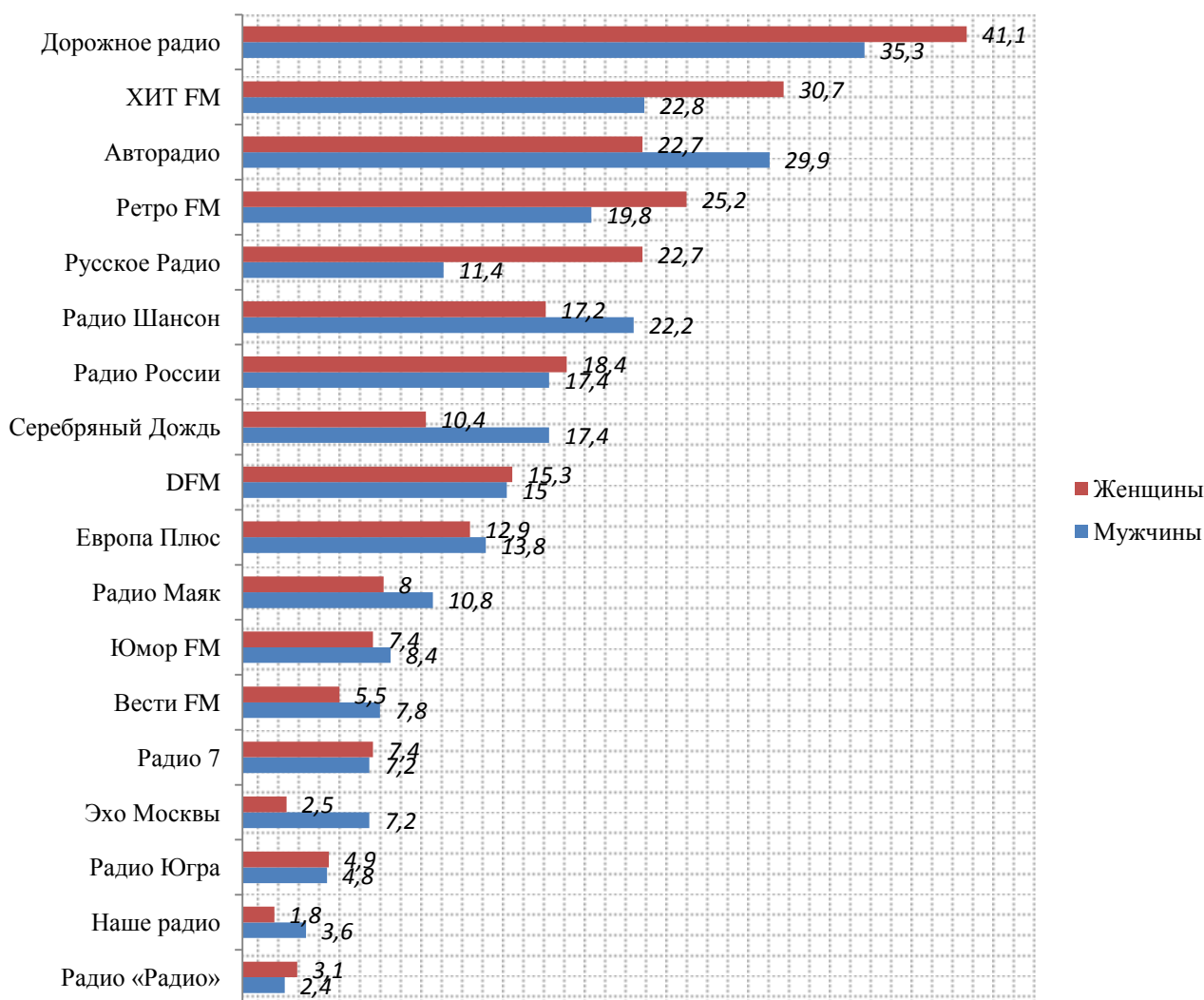


Рис.55. Парное распределение ответов на вопросы: «Ваш пол» и «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?⁴⁵», в %*

Парное распределение ответов на вопрос о предпочитаемых радиостанциях с возрастом респондентов, показало следующие закономерности (Рис.56). Респонденты в возрасте 18-24 лет предпочитают слушать такие радиостанции, как: «ХИТ FM», «Юмор FM», «Европа Плюс» и «DFM». Участники опроса в возрасте 45-54 лет: «Дорожное радио», «Радио России», «Радио «Радио»», «Радио 7», «Ретро FM», «Авторадио». Население старшей возрастной категории предпочитает «Эхо Москвы», «Вести FM», «Радио Шансон», «Радио Югра» и «Радио Маяк».

⁴⁵ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

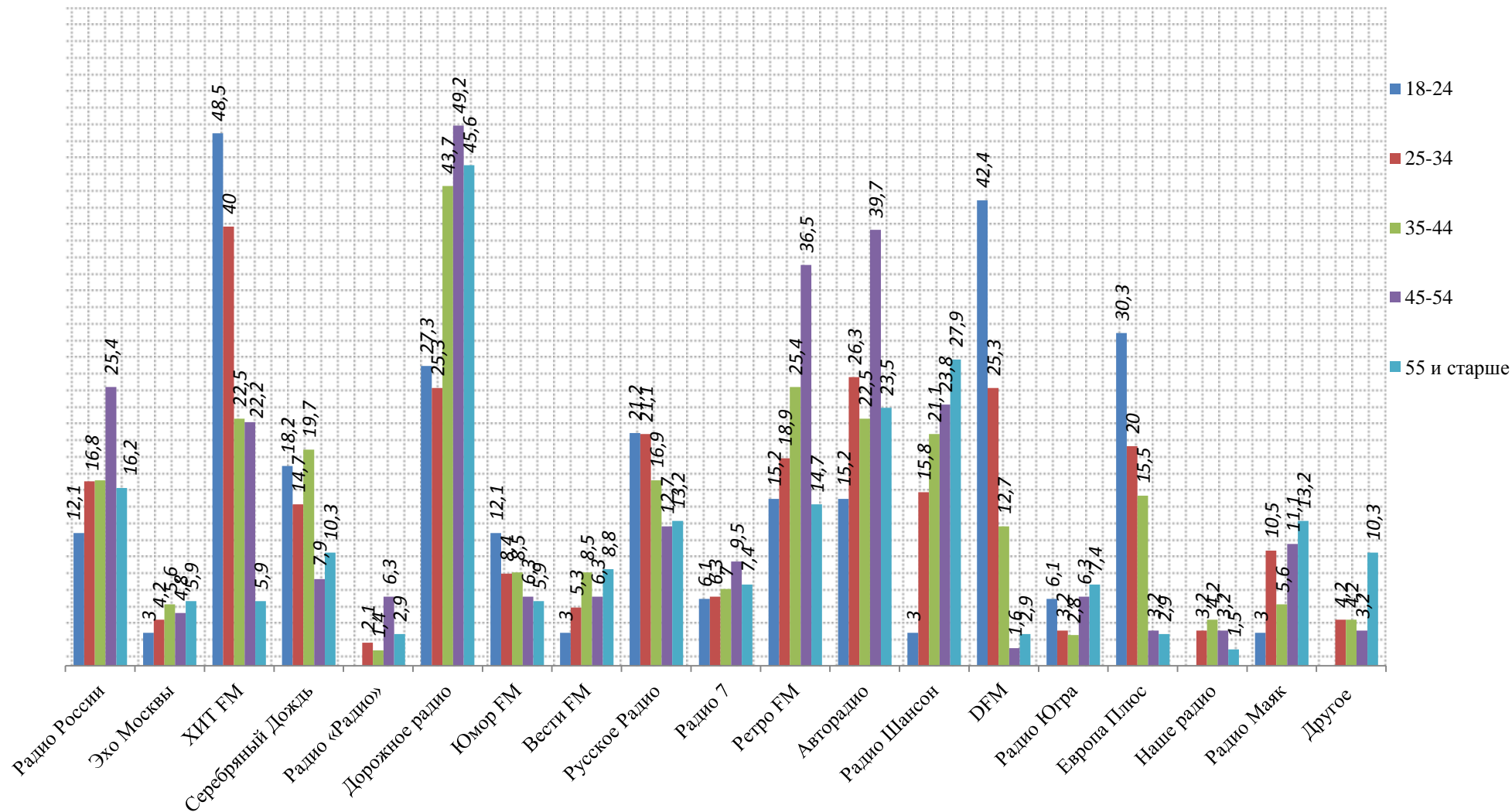


Рис.56. Парное распределение ответов на вопросы: «Ваш возраст» и «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?⁴⁷», в %*

⁴⁷ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

Результаты исследования показывают, что в разных районах города, жители отдают предпочтение разным радиостанциям. Так, первые две строчки рейтинга наиболее популярных радиостанций в Северном промышленном районе занимают «ХИТ FM» и «DFM» (Табл.6). Жители Центрального района отдают большее предпочтение «Дорожному радио» и «Авторадио». «Радио России» и «Ретро FM» чаще всего слушают жители Северо-Восточного района города. Аналогично ответам участников опроса, проживающих в Центральном районе города, в Восточном и Северном жилом районе первую строчку рейтинга занимает «Дорожное радио», при этом на втором месте в Восточном районе – «Ретро FM», а в Северном жилом – «ХИТ FM».

Таблица 6. Парное распределение ответов на вопрос: «Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?» с данными о территории проживания респондентов⁴⁸, в%

	Северный промышленный	Центральный	Северо-восточный	Восточный	Северный жилой
Радио России	0	22,6	33,3	29,2	4,5
Эхо Москвы	0	0	5,6	10,6	2,2
ХИТ FM	66,7	17,7	22,2	23,9	32,8
Серебряный Дождь	33,3	16,1	5,6	23	6
Радио «Радио»	0	3,2	11,1	3,5	0,7
Дорожное радио	0	41,9	27,8	41,6	35,8
Юмор FM	0	9,7	5,6	5,3	9,7
Вести FM	33,3	9,7	11,1	6,2	4,5
Русское Радио	0	14,5	5,6	10,6	25,4
Радио 7	0	14,5	0	7,1	5,2
Ретро FM	0	17,7	33,3	30,1	17,2
Авторадио	33,3	32,3	22,2	26,5	23,9
Радио Шансон	0	22,6	27,8	18,6	18,7
DFM	66,7	16,1	5,6	12,4	17,2
Радио Югра	0	3,2	16,7	4,4	4,5
Европа Плюс	33,3	12,9	5,6	7,1	19,4
Наше радио	0	3,2	5,6	3,5	1,5
Радио Маяк	0	9,7	16,7	12,4	6
Другое	0	6,5	0	6,2	3,7

Интернет

Результаты опроса 2015-2016 гг. свидетельствуют о сохранении лидирующих позиций в рейтинге профилей интернет - порталов, наиболее предпочтительных для респондентов. Так, аналогично предыдущему году, на первом и втором месте находятся «социальные сети» и «поисковые системы»

⁴⁸ Распределение осуществлялось по столбцу.

соответственно. При этом свои позиции в рейтинге сменили такие интернет - профили, как: «новостные сайты» и «фильмы», увеличилось число респондентов, использующих «специализированные сайты, профильные» (Рис.57). Наименее популярными интернет - профилями, по-прежнему, остаются сайты о работе (поиск вакансий, размещение резюме и т.д.)⁴⁹.

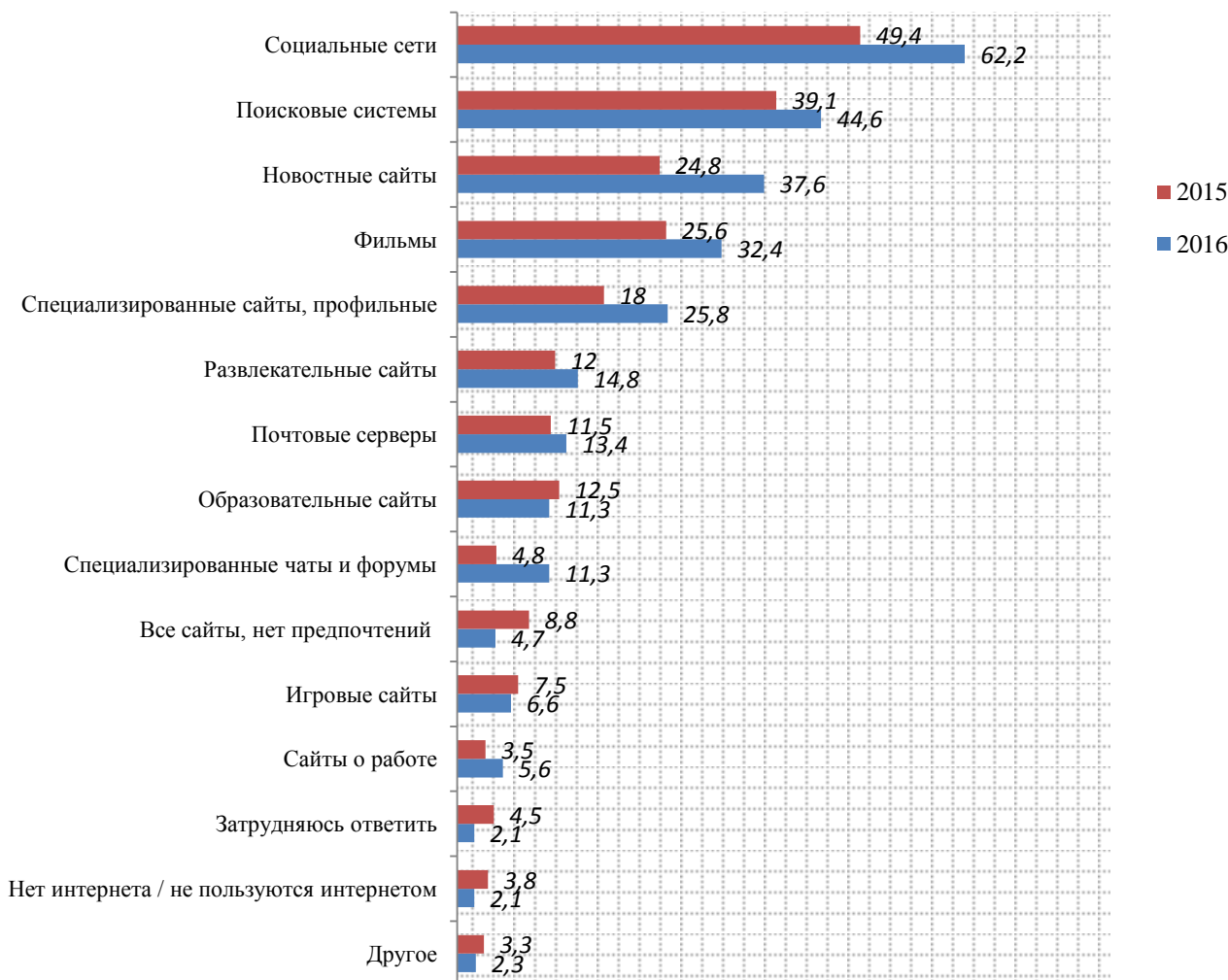


Рис.57. Интернет - порталы какого профиля Вы предпочитаете?, в период с 2015 по 2016 гг., в %⁵⁰

Среди интернет-сайтов, большинству респондентов - 60%, известен официальный сайт Администрации города Сургута, 19,3% и 18,8% опрошенных знакомы с единым официальным сайтом органов государственной власти ХМАО-Югры и сайтом Думы г. Сургута, соответственно (Рис.58)⁵¹. Стоит отметить, что вышеперечисленные сайты пользуются наивысшим доверием у

⁴⁹ Необходимо отметить, что наличие 2,1% ответов «Нет Интернета/не пользуюсь Интернетом» на вышеуказанный вопрос (учитывая, что он задавался исключительно тем участникам опроса, которые ранее ответили, что пользуются Интернетом), может свидетельствовать скорее о нежелании респондентов отвечать на вопрос, чем о реальном отсутствии Интернета.

⁵⁰ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

⁵¹ Необходимо учесть, что в диаграмме указаны сайты, об известности которых заявили 5% и более участников опроса. С полной версией ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 1 к отчету.

участников опроса, по сравнению с другими интернет-источниками. При этом степень их известности до 6% выше уровня доверия (Рис.59).



Рис.58. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных интернет-сайтов Вам известны?, в %⁵²



Рис.59. Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных интернет-сайтов Вы доверяете?⁵³, в %⁵⁴

⁵² В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

⁵³ Необходимо учесть, что в диаграмме указаны сайты, о доверии которым заявили 5% и более участников опроса. С полной версией ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 1 к отчету.

Среди тех, кто выразил свое доверие первым трем сайтам, указанным в Рис.58⁵⁵, большинство – женщины (Рис.60). При этом сайту Думы города Сургута доверяют, в большей степени, респонденты в возрасте 55 лет и старше⁵⁶, официальному сайту Администрации города – респонденты от 35 до 44 лет, Единственному официальному сайту органов государственной власти ХМАО-Югры – участники опроса от 45 лет и старше (Рис.61).



Рис.60. Парное распределение ответов на вопросы: «Ваш пол» и «Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных интернет-сайтов Вы доверяете?», в %

⁵⁴В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

⁵⁵За исключением тех, кто выбрал вариант ответа: «Затрудняюсь ответить».

⁵⁶С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

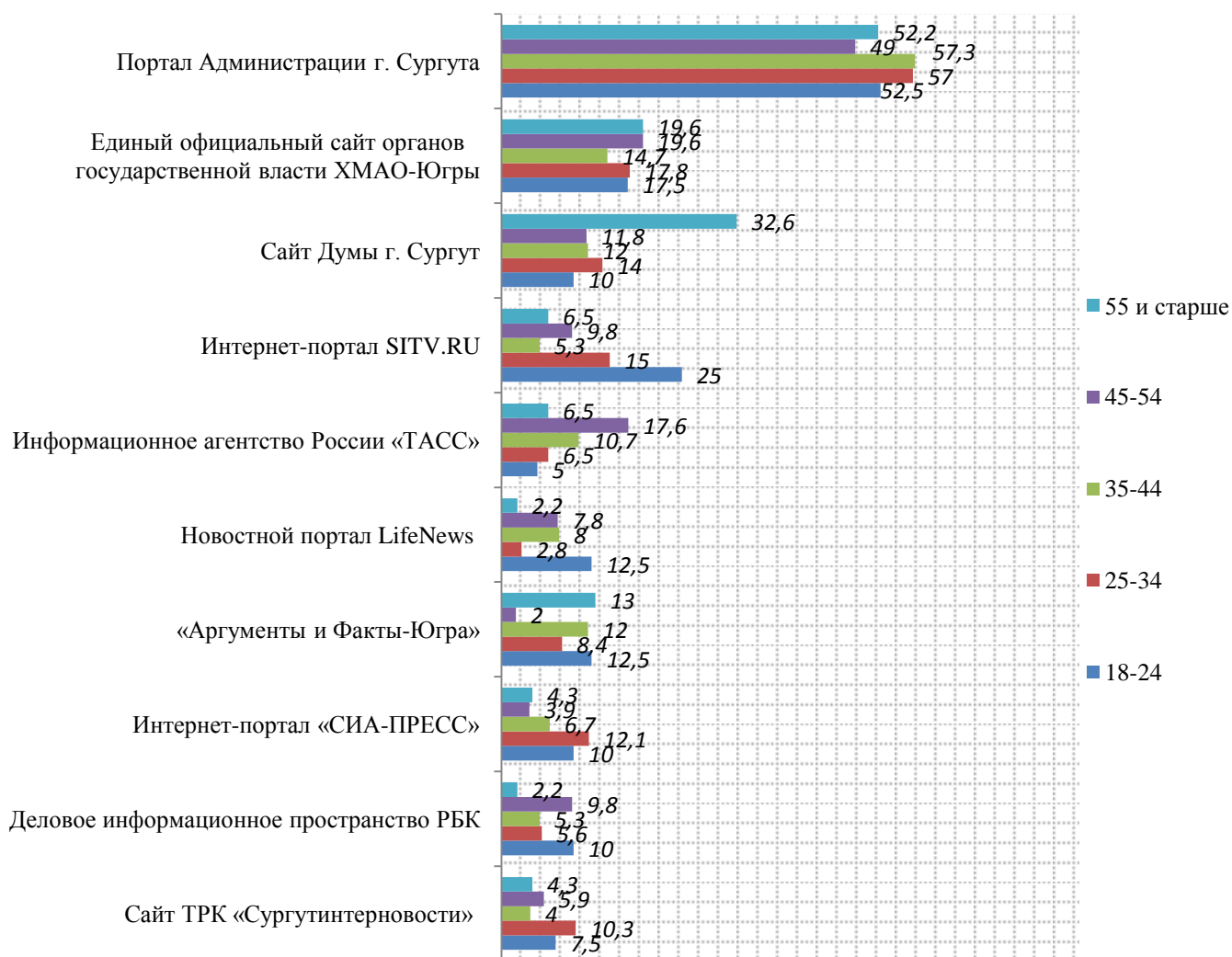


Рис.61. Парное распределение ответов на вопросы: «Ваш возраст» и «Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных интернет-сайтов Вы доверяете?», в %

В числе сайтов местных средств массовой информации, первое место респонденты отдают интернет – порталу SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru)). Стоит отметить, что это один из немногочисленных сайтов, к которым степень доверия респондентов выше степени известности. На втором месте интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (<http://www.siapress.ru/>) и на третьем - сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru). Среди респондентов, доверяющих интернет – порталу SITV.RU, в большей степени молодые люди в возрасте 18-24 лет (Рис.60), тогда как интернет - порталу «СИА-ПРЕСС» и сайту ТРК «Сургутинтерновости» доверяют в большей степени, респонденты в возрасте 25-34 лет⁵⁷.

В число сайтов с уровнем доверия выше, чем уровень известности, по результатам проведенного исследования, вошли: Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры» (<http://www.ugra-news.ru/>), выше обозначенный интернет-портал SITV.RU, информационный новостной портал ХМАО-Югры

⁵⁷ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

«ПолитГид», интернет-газета «Правда УрФО» (<http://pravdaurfo.ru/>), сайт журналов «Югра», «Старт» (www.ugra-start.ru), агентство нефтегазовой информации Смотлор-экспресс (<http://www.angi.ru/>), информационный портал ЕрмакИнфо (<http://ermakinfo.ru/>), информационное агентство Мангазея (<http://www.mngz.ru/>) и информационное агентство «Муксун.fm» (<http://muksun.fm/>)⁵⁹.

Относительно территории проживания респондентов, было выявлено, что доверие ко всем трем сайтам, занимающим лидирующие позиции, выше в Северо-Восточном районе города. Интернет – порталы SITV.RU и Life News популярнее всего в Северном промышленном районе, а интернет-портал «СИА-ПРЕСС» - в Центральном районе города (Рис.62).

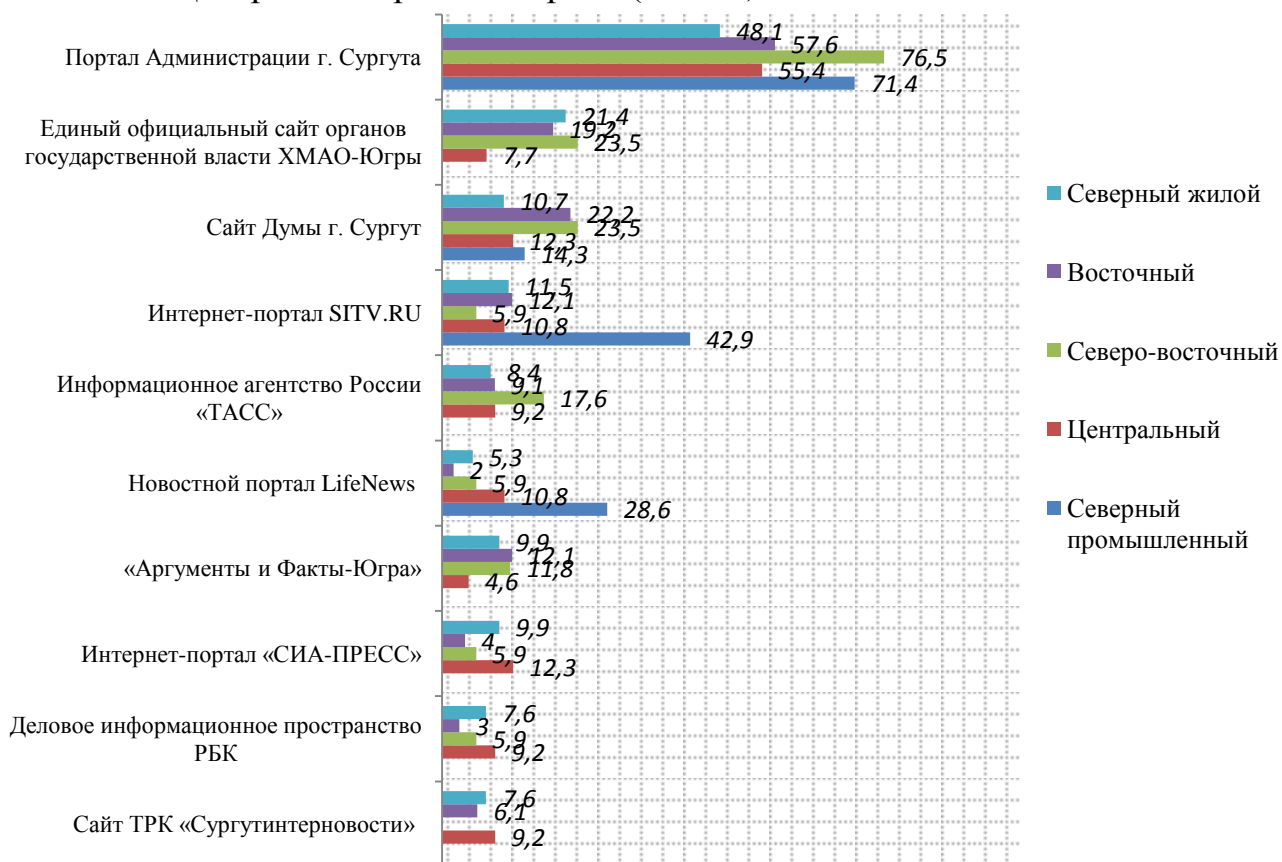


Рис. 62. Парное распределение ответов на вопросы: «Район проживания» и «Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных Интернет-сайтов Вы доверяете?⁶⁰», в %

Наиболее предпочтительными местами для выхода в сеть Интернет, по-прежнему остаются: место проживания респондентов (83,8%) и место работы (28,1%) (Рис.63). Анализ парных распределений вопросов: «Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?» и «Интернет - порталы какого профиля Вы предпочитаете?», выявил, что чаще всего, в социальные сети

⁵⁸ С полной версией парных ответов респондентов можно ознакомиться в Приложении № 3 к отчету.

⁵⁹ Там же.

⁶⁰ Там же.

заходят именно те респонденты, которые предпочитают просматривать интернет - профили дома, на рабочих местах и в зонах свободного доступа к WI-FI. Тогда как в торговых центрах и интернет-клубах, чаще всего, респонденты просматривают поисковые системы.

Необходимо также учесть, что снижение процента ответов «Не пользуюсь Интернетом» в сравнении с аналогичным ответом респондентов на вопрос «Как часто вы используете следующие источники информации: Интернет?» (Рис.8) результат того, что участники опроса высказывали свое субъективное мнение по отношению к конкретному вопросу, воспроизводя гипотетическую ситуацию использования того или иного источника информации.

Анализ ответов тех, кто не использует Интернет, показал, что в большей степени это респонденты, проживающие в Северо-Восточном районе города (Рис.64), участники опроса старшей возрастной категории (Рис.65) и мужчины (Рис.66).

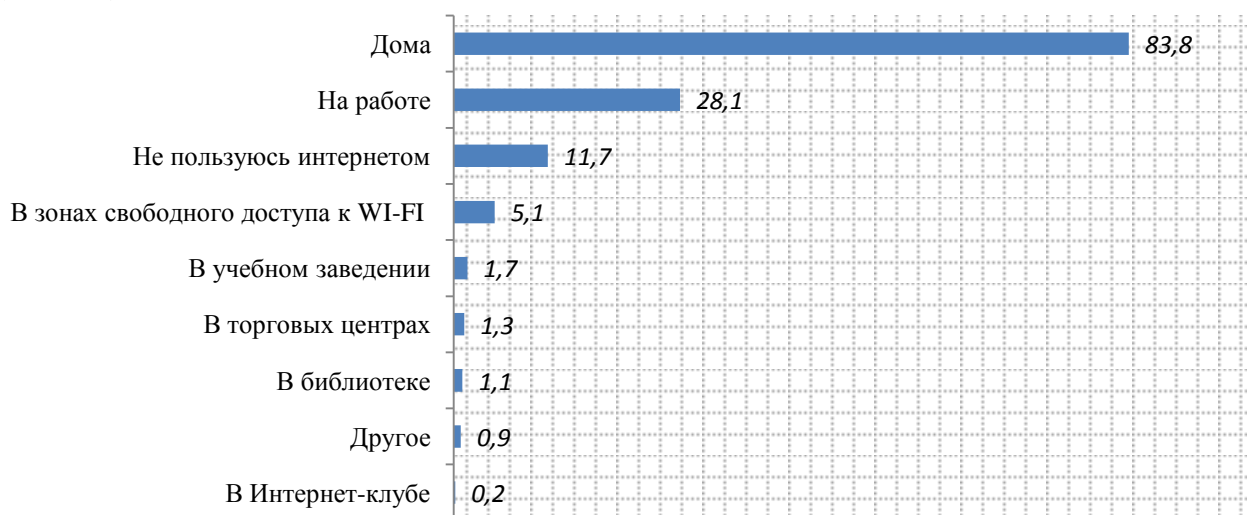


Рис.63. Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?, в%⁶¹

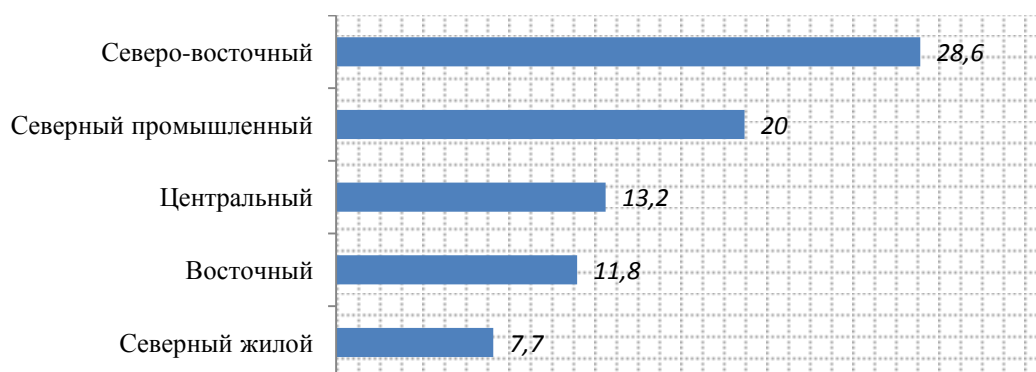


Рис.64. Парное распределение ответа «Не использую Интернет» вопроса «Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?», с данными о районе проживания респондентов, в%

⁶¹ В данном вопросе у каждого респондента была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

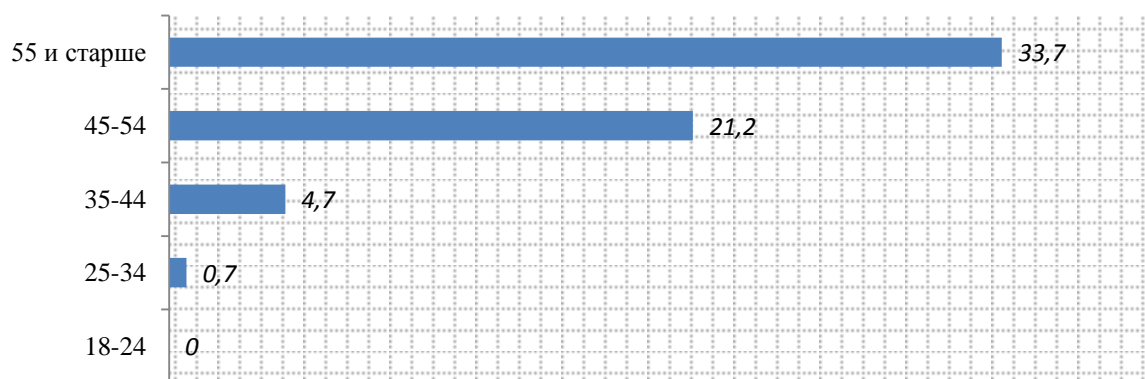


Рис.65. Парное распределение ответа «Не использую Интернет» вопроса «Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?», с возрастными характеристиками респондентов, в%



Рис.66. Парное распределение ответа «Не использую Интернет» вопроса «Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?», с гендерными характеристиками респондентов, в%

4. Уровень удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации через СМИ

В построении образа социального мира и формирования социального настроения одну из ключевых ролей играют средства массовой информации. Несмотря на подчеркнуто - объективный характер информации, в большей степени она передается именно в интерпретированном виде, что и служит одним из факторов формирования образа социального окружения.

Для определения отношения респондентов к качеству и доступности получаемой информации, одним из ключевых вопросов мониторинга выступил вопрос об уровне удовлетворённости населения основными социально-политическими и экономическими темами, а также вопросами деятельности органов местного самоуправления, освещаемыми в СМИ (Рис.67 - 74).

Политические темы

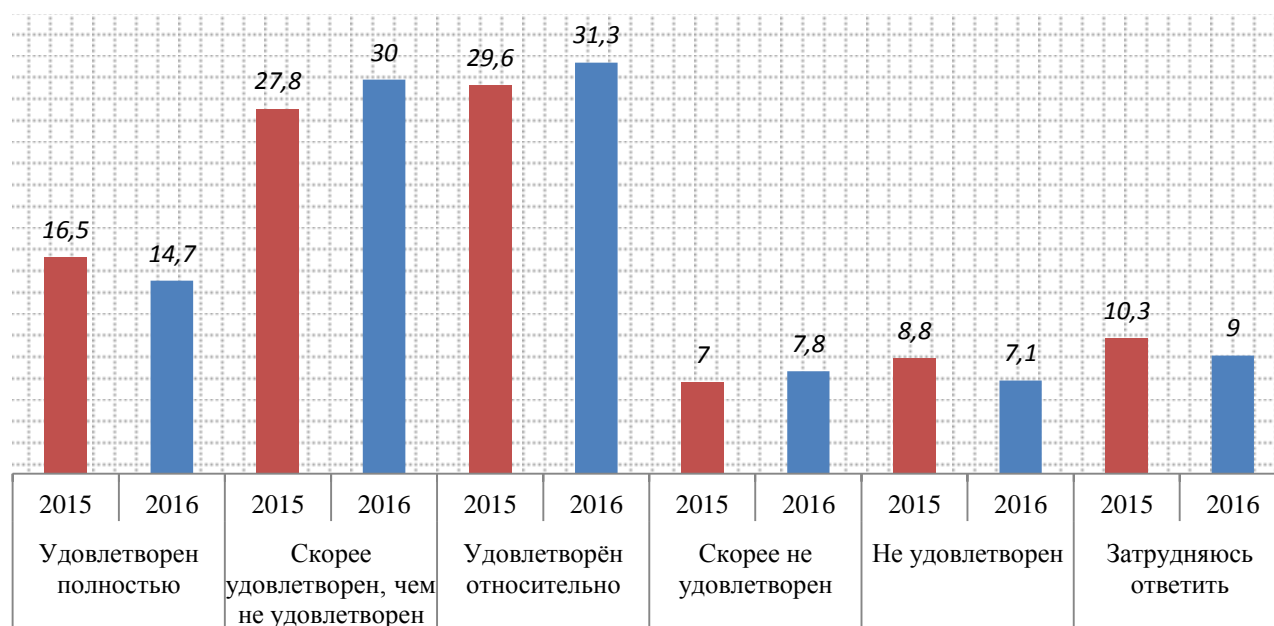


Рис.67. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Проблемы коррупции

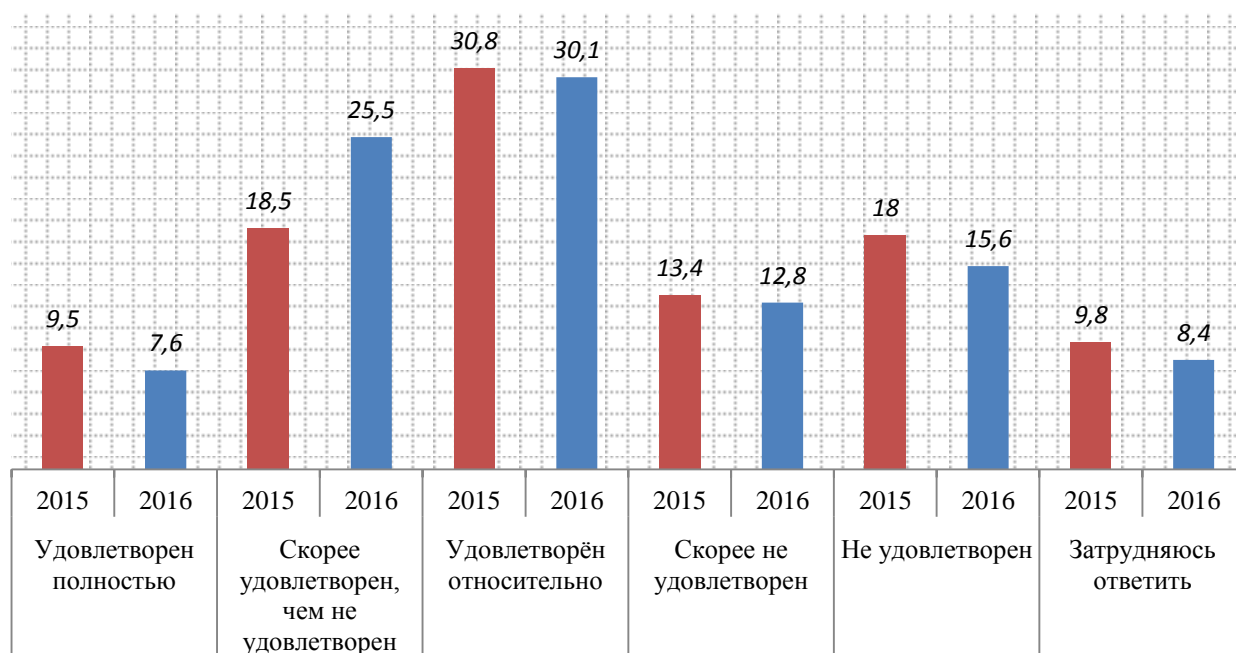


Рис.68. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Экономические проблемы

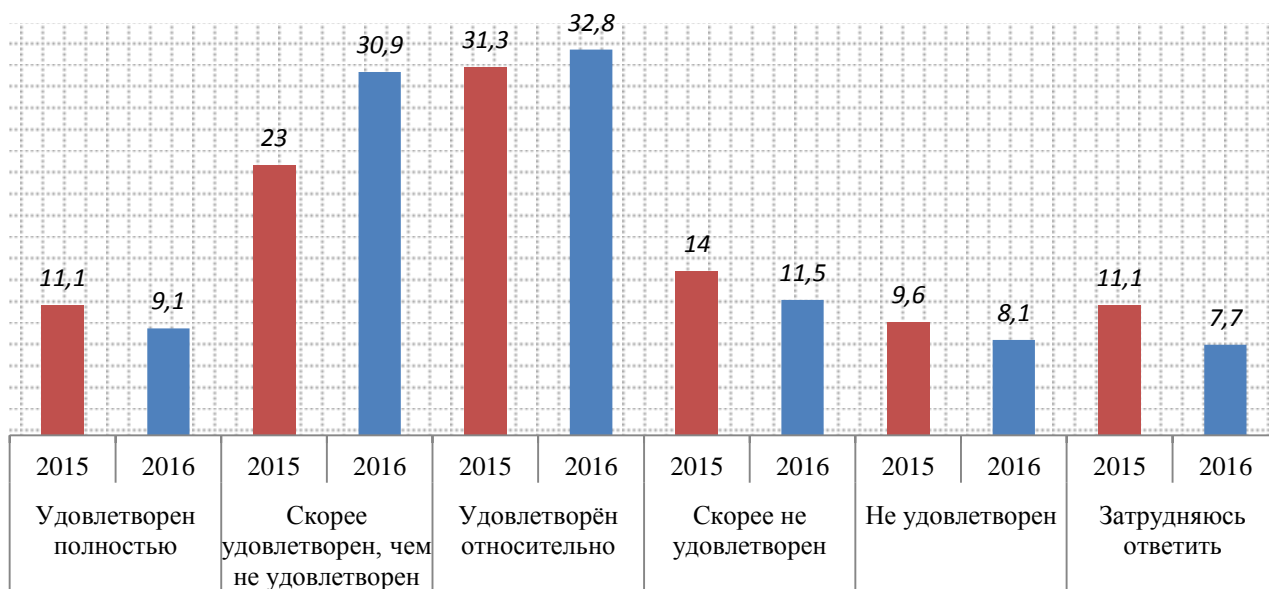


Рис.69. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Социальные проблемы

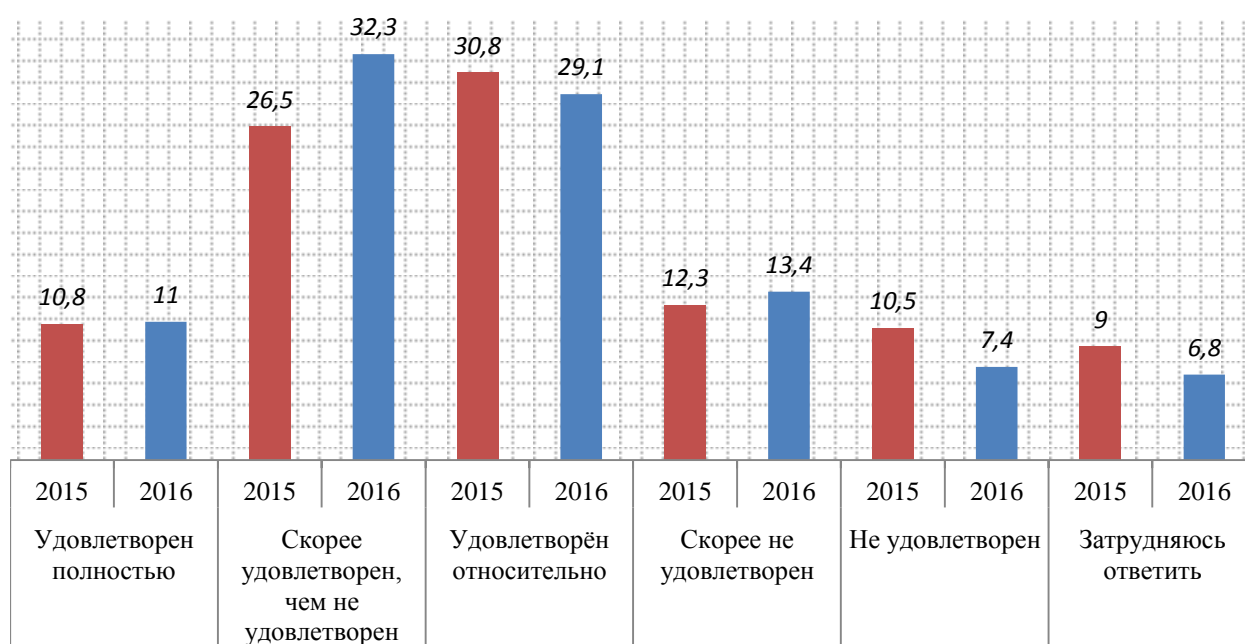


Рис.70. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Проблемы ЖКХ и ЖКУ

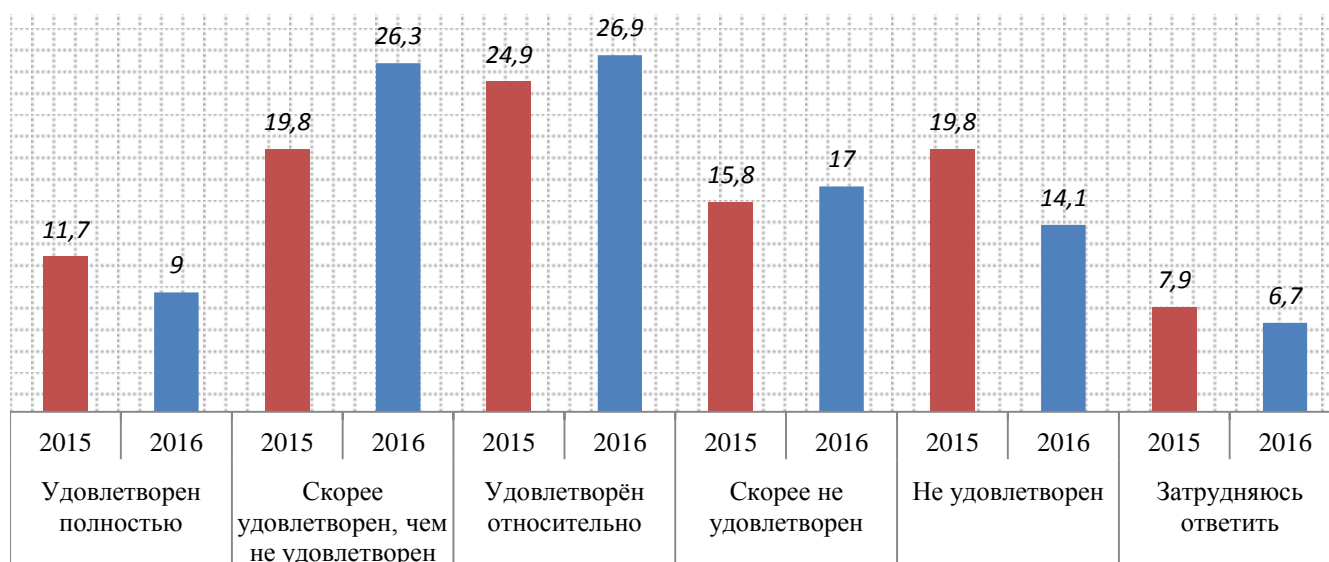


Рис.71. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Деятельность Администрации

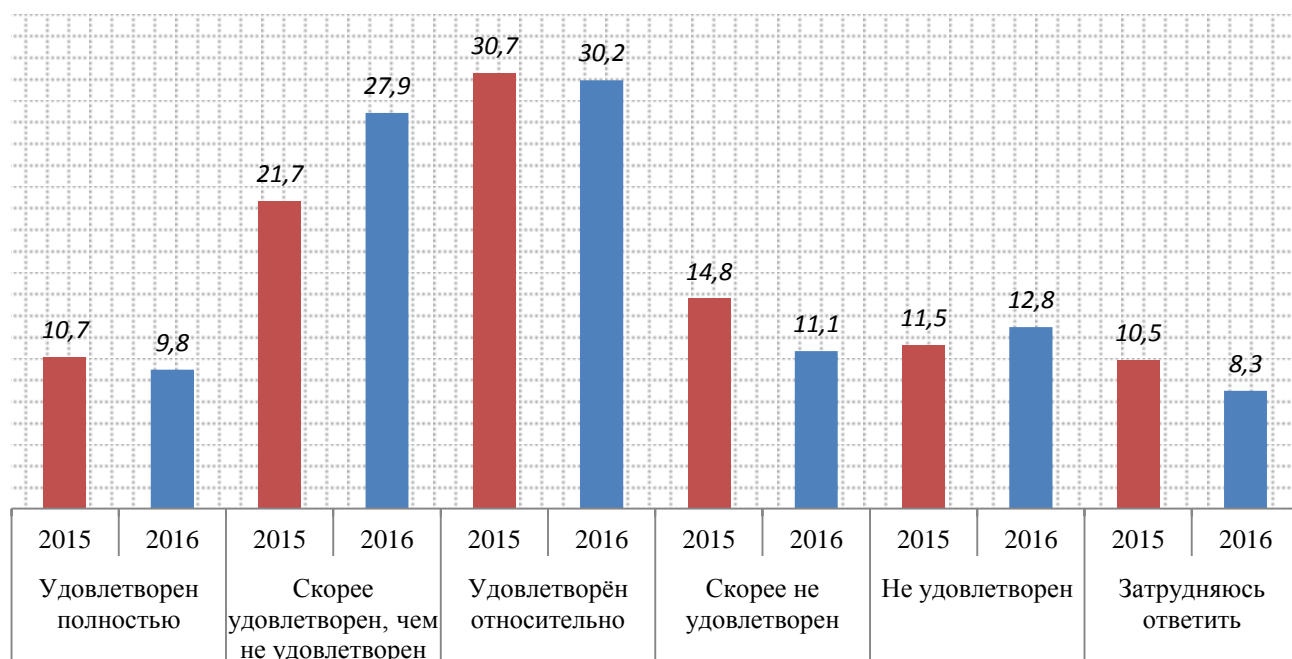


Рис.72. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Деятельность Думы города

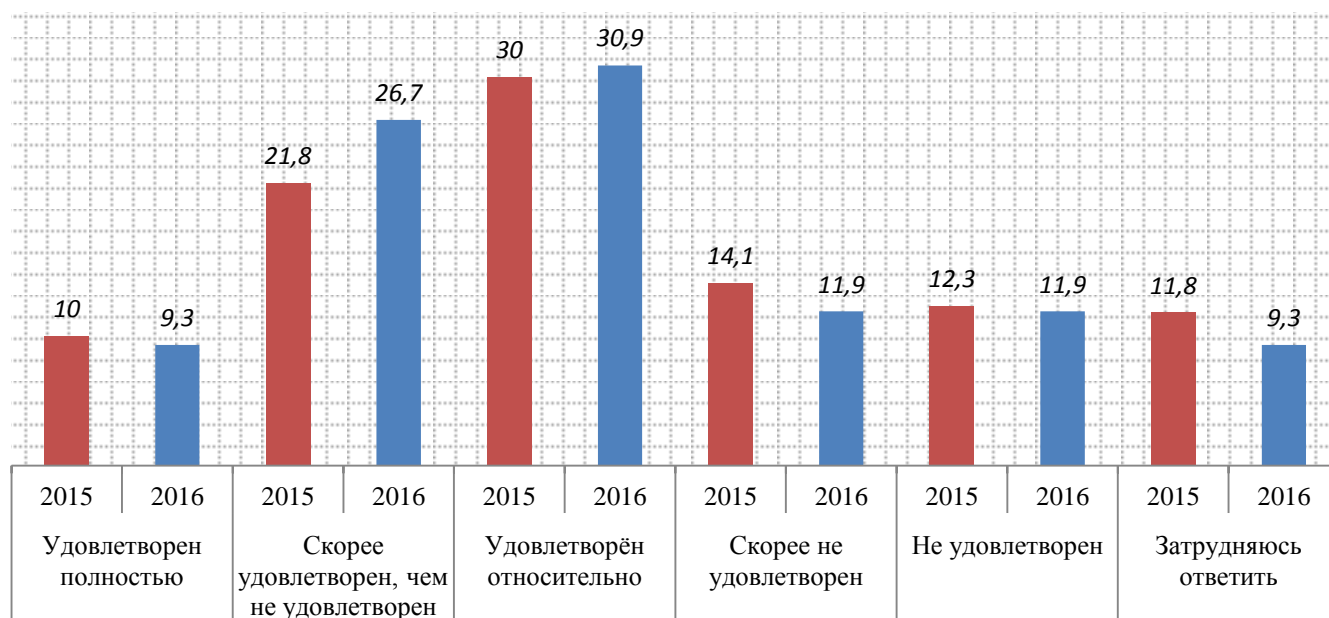


Рис.73. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Деятельность Главы города

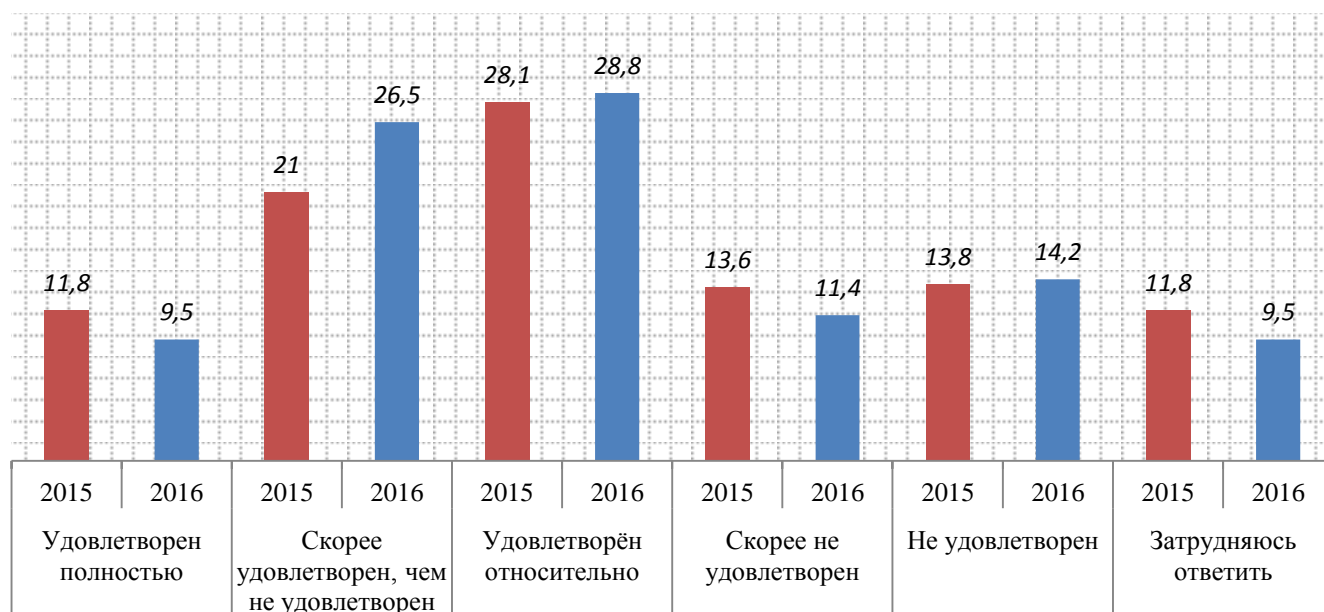


Рис.74. Парное распределение вопросов: «Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?», в зависимости от периода проведения опроса (2015-2016 гг.), в%

Так, в случае сложения оценок, полученных в результате выбора респондентами вариантов ответов: «Удовлетворён полностью», «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворён», «Удовлетворен относительно», можно констатировать рост уровня удовлетворенности респондентов, по сравнению с предыдущим годом, от 2,1% до 7,4% в зависимости от освещаемой темы/вопроса/проблемы.

Даже при исключении из расчетов тех респондентов, которые отметили «относительную удовлетворенность» или «затруднились ответить», разница между суммами положительных и отрицательных оценок, в 2016 году, составляет от 4,2% до 29,8%⁶².

Однако, тематика освещения вопросов, вызывающих наибольшую неудовлетворенность населения, остается прежней – это проблемы ЖКХ и ЖКУ, а также коррупция (Рис.75).

Аналогично предыдущему году, наибольшую степень удовлетворенности респонденты выражают по отношению к освещению тем политической и социальной направленности.

⁶² В зависимости от освещаемой темы/вопроса/проблемы.

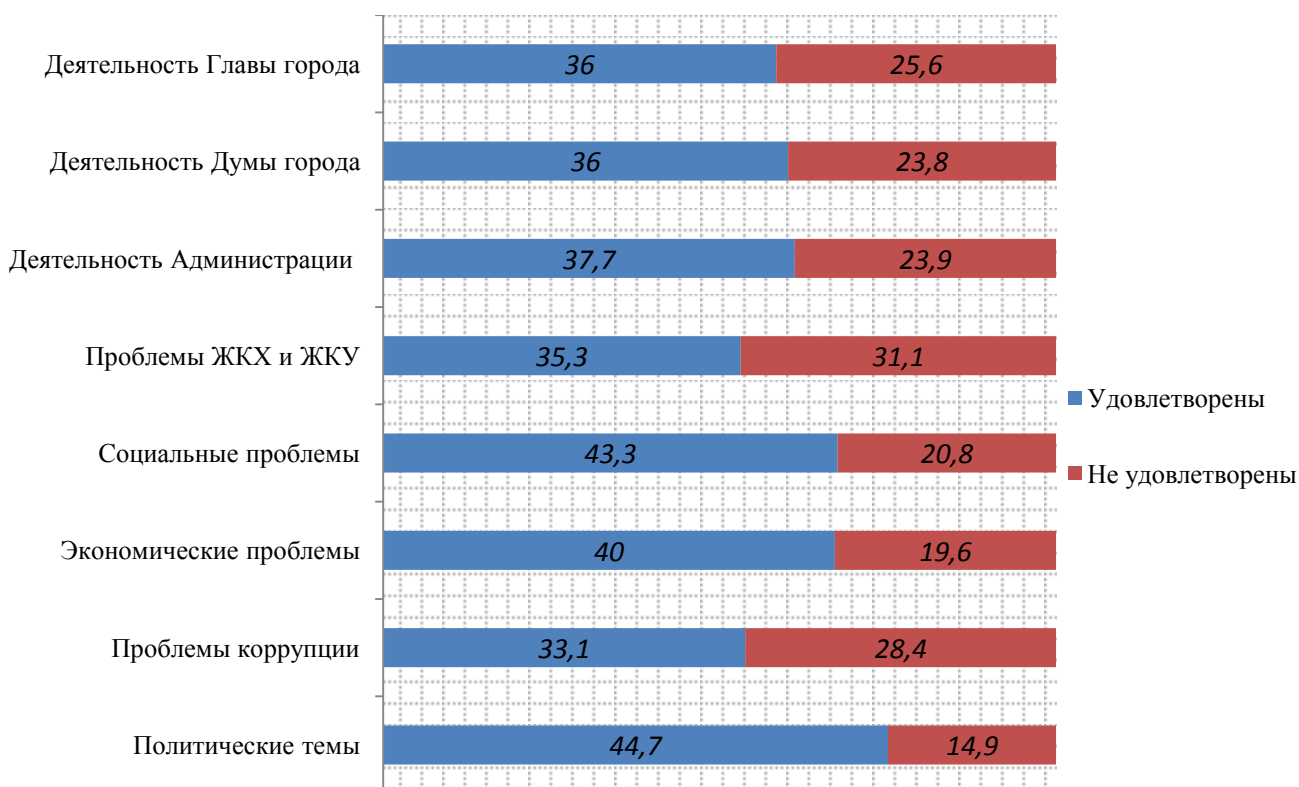


Рис.75. Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы?, в %⁶³

Результаты мониторинга показывают, что качество информации, транслируемой по всем основным источникам СМИ, в большей степени, вызывает у респондентов чувство удовлетворенности (Рис.76-79). Однако наибольшая удовлетворённость респондентами тем или иным критерием качества получаемой информации, за исключением «доступности», зависит от источника.

Телевидение

Так, среди критериев, оцениваемых в ходе опроса в отношении такого источника информации, как телевидение, большая степень удовлетворенности, отмечается по таким критериям как: доступность, актуальность и качество транслируемых материалов (Рис.76).

⁶³ Необходимо учитывать, что значения по показателю: «Удовлетворены», рассчитаны в результате сложения процента ответов респондентов, выбравших варианты ответа: «Удовлетворён полностью» и «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен». Аналогичным образом рассчитаны и значения показателя: «Не удовлетворён».

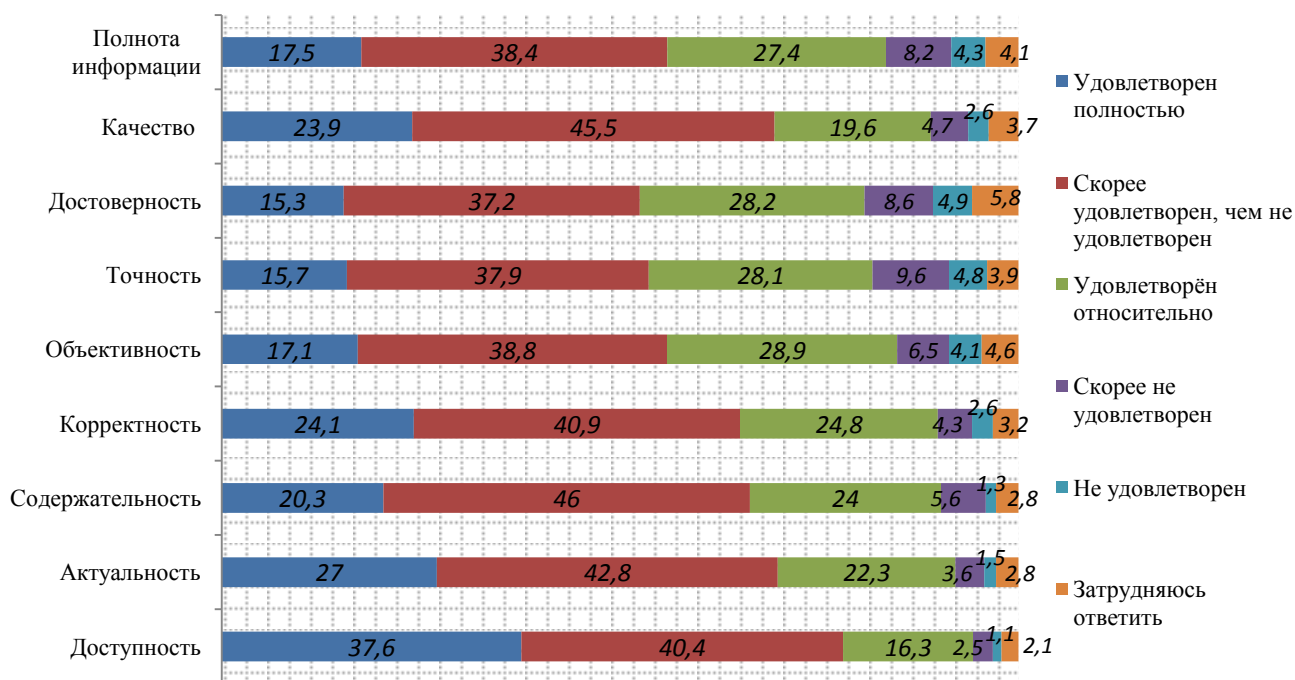


Рис.76. Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из телевидения по следующим показателям?, в%

Радио

Среди критериев, определяющих уровень удовлетворённости⁶⁴ респондентов качеством радиовещания, большую степень удовлетворённости вызывают: доступность и актуальность получаемой информации (Рис.77).

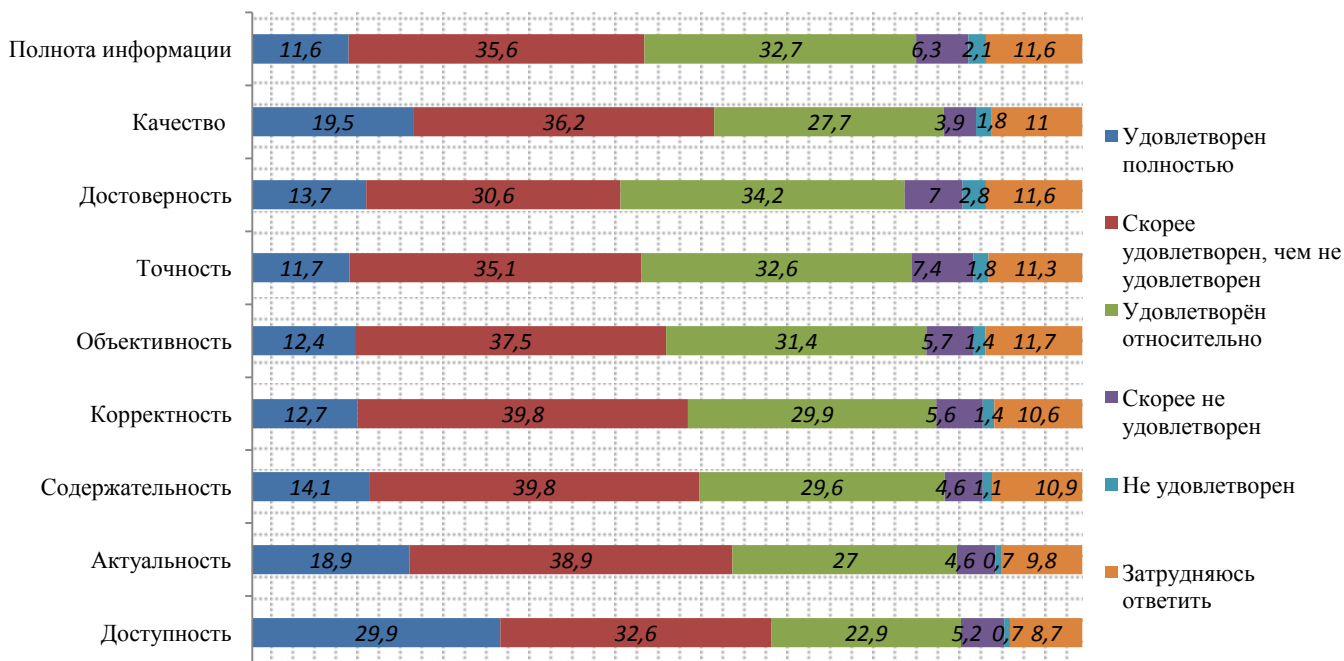


Рис.77. Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из радиовещаний по следующим показателям?, в%

⁶⁴ Сравнение суммы ответов респондентов «Удовлетворён полностью» и «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворён» по различным показателям.

Пресса

По мнению респондентов, информация, которая преподносится в печатных изданиях, наиболее удовлетворительна в части своей содержательности и доступности (Рис.78).

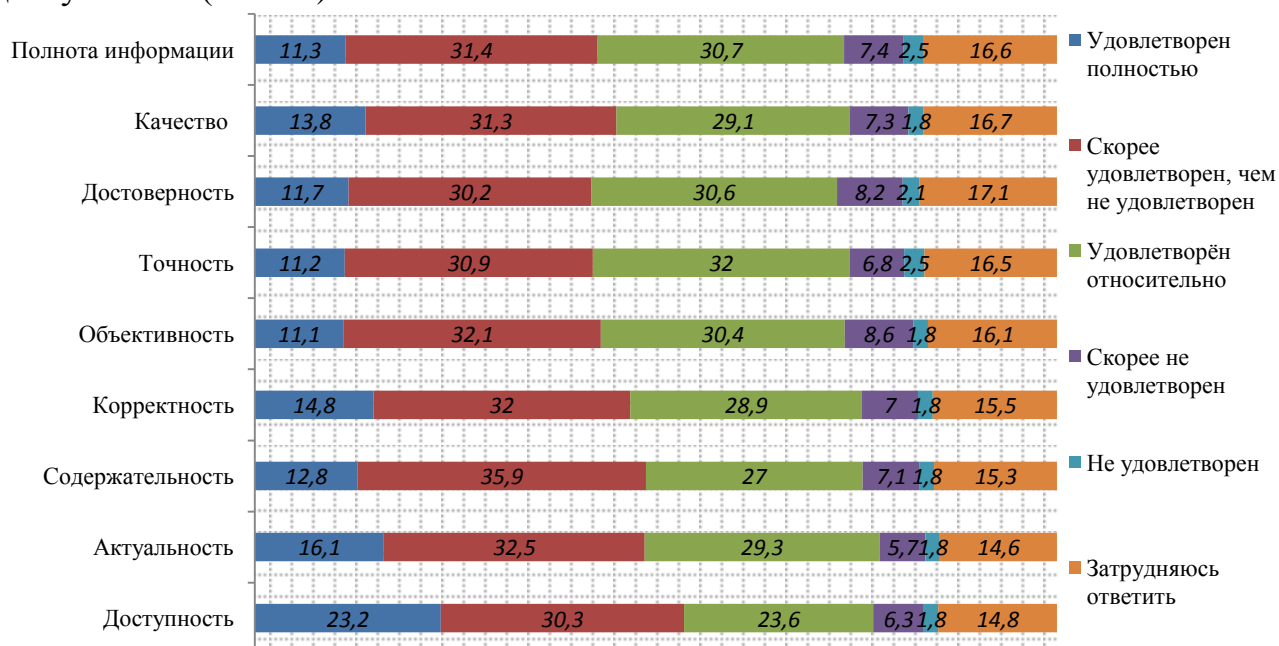


Рис.78. Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из печатных изданий по следующим показателям?, в%

Интернет

В отношении интернет - источников, аналогично, как и при оценке критериев качества радиовещания, наиболее высоко оценены: актуальность и доступность информации.

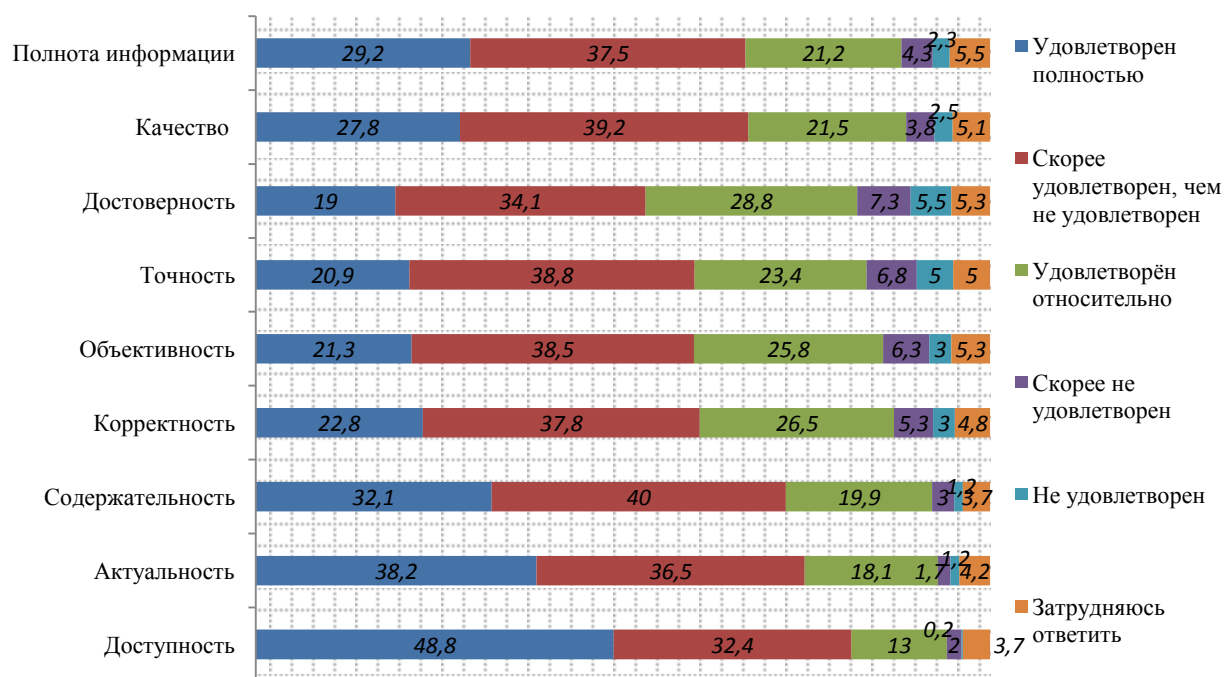


Рис.79. Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из интернет-порталов по следующим показателям?, в%

Удовлетворенность населения доступностью и качеством получаемой информации в средствах массовой информации, по результатам исследования, составила 71,54%⁶⁵ (Табл.7). Данный результат следует интерпретировать, как достаточный уровень удовлетворенности граждан.

Таблица 7. Расчет оценки удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в средствах массовой информации, в%

Вид источника информации	Доступность в %	Качество в %
Телевидение	77,68	70,43
Радио	72,07	67,90
Пресса	67,74	62,31
Интернет	82,57	71,68
Итоговая оценка	75,01⁶⁶	68,08
Расчетная оценка удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в средствах массовой информации	71,54	

Необходимо обратить внимание на то, что «Удовлетворенность населения доступностью и качеством получаемой информации в средствах массовой информации» является частным показателем вектора «Коммуникации» направления «Гражданское общество» Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городской округ город Сургут на период до 2030 года, в связи с чем, расчёт значения данного показателя произведён по формуле, утверждённой в 2016 году. До 2016 года формула расчёта значения данного показателя не регламентировалась. Таким образом, в связи с изменением порядка расчёта, значение показателя снизилось по сравнению с 2015 годом на 5,06%.

⁶⁵ Расчетная оценка удовлетворенности граждан частным показателем вектора Стратегии рассчитывается по итогам проведения социологического опроса на основе вопроса «Насколько Вы удовлетворены услугами / уровнем работы / деятельностью (в зависимости от наименования частного показателя)?» с вариантами ответов: «Удовлетворен полностью (очень сильно/или эквивалентно оценке 5)», «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен (сильно/или эквивалентно оценке 4)», «Удовлетворен относительно (средне/эквивалентно оценке 3)», «Скорее не удовлетворен (слабо/эквивалентно оценке 2)», «Не удовлетворен (очень слабо/эквивалентно оценке 1)», «Затрудняюсь ответить» по следующей формуле:

$$РОПС = \frac{(1 \times УП) + (0,75 \times СУН) + (0,50 \times УО)}{(УП + СУН + УО + СН + НУ)} \times 100\%, \text{ где:}$$

РОПС - расчетная оценка показателя Стратегии (оценка уровня удовлетворенности граждан (организаций) организацией и выполнением работ (услуг) в рамках векторов Стратегии, в отношении которых установлены показатели, определяемые посредством проведения социологических исследований, число десятичных знаков – 2, в «%»);

УП - процент респондентов, ответивших «Удовлетворен полностью (очень сильно/или эквивалентно оценке 5)»;

СУН - процент респондентов, ответивших «Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен (сильно/или эквивалентно оценке 4)»;

УО - процент респондентов, ответивших «Удовлетворен относительно (средне/эквивалентно оценке 3)»;

СН - процент респондентов, ответивших «Скорее не удовлетворен (слабо/эквивалентно оценке 2)»;

НУ - процент респондентов, ответивших «Не удовлетворен (очень слабо/эквивалентно оценке 1)».

Респонденты, выбравшие вариант «Затрудняюсь ответить», в РОПС не учитываются.

⁶⁶ Среднее арифметическое.

Заключение

Результаты ежегодного мониторинга общественного мнения в части анализа информационного пространства города Сургута, в том числе определения качества и доступности информации, транслируемой из основных источников СМИ, позволили достигнуть цели и задач социологического исследования.

Так, наиболее предпочтительным источником получения информации для всего населения, вне зависимости от половозрастных признаков, рода деятельности и материального положения, остается телевидение. Частота ежедневного просмотра телевизионных каналов достигает 72%.

На втором месте по популярности среди источников информирования населения – Интернет. Объем ежедневной аудитории, по результатам опроса 2016 года, составляет 64,9%. При этом было выявлено, что частота использования Интернета населением города Сургута прямо пропорциональна возрасту респондентов. Так, чем моложе участник опроса, тем чаще всего он обращается к информации в Интернете в течение дня. И наоборот, чем старше участник опроса, тем его интерес к получению информации из интернет-источников меньше.

Проведенный опрос позволил выявить рост уровня доверия населения ко всем основным источникам информации, по сравнению с результатами 2015 года. Наиболее существенный рост отмечен в отношении информации, транслируемой из телевидения и печатных изданий. При этом в число наиболее объективных каналов трансляции информации среди всех источников, вошли: «Первый канал», поисковая система и интернет-портал «Яндекс», газета «Сургутская трибуна», «Русское радио» и телерадиокомпания «Сургутинтерновости».

В рейтинге федеральных общероссийских общедоступных телеканалов, первые пять позиций заняли: «Первый канал», «Россия-1», «Россия-24», «НТВ» и «СТС». Среди каналов кабельного телевидения лидируют каналы: «Discovery», «Перец» и «Disney». При выборе региональных и городских телекомпаний и телерадиокомпаний, респонденты отдают предпочтение, по-прежнему, ТК «СургутИнформТВ» и ТРК «Сургутинтерновости». На третьем месте, по результатам опроса 2016 года - ТРК «Регион-Тюмень». Среди передач, выходящих на местных и региональных каналах, на первом месте, программа «Новости Сургута» на втором месте рейтинга: «В центре событий» и на третьем месте программа «Итоги недели». Среди развлекательных программ первое место занимают утренние выпуски программы «Вставай!».

На вопрос о мотивах выбора того или иного регионального или местного телеканала, 71% опрошенных назвали причину: «Всегда актуальная и свежая информация». Для 30% респондентов важно время выхода передач и новостных блоков в эфир. А 26% обращают свое внимание на интересность, приятность и адекватное поведение ведущих.

Среди федеральных печатных изданий респонденты выделили газеты «Аргументы и факты» и «Комсомольская правда». Среди местных печатных изданий – «Сургутская трибуна» и «Новый город».

В пятерку рейтинга наиболее популярных радиостанций 2016 года, вошли: «Дорожное радио», «ХИТ FM», «Авторadio», «Ретро FM» и «Радио Шансон».

В число интернет-сайтов, наиболее известных респондентам, вошли: официальный сайт Администрации города Сургута, единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры и сайт Думы города Сургута. Им же опрошенные выразили наивысшую степень доверия.

Анализ результатов опроса показал, что качество информации, транслируемой по всем основным источникам СМИ, в большей степени, вызывает у респондентов удовлетворенность. Однако наибольшая удовлетворённость респондентами тем или иным критерием качества получаемой информации, за исключением «доступности», зависит от источника.

Анализ результатов исследования показал, что большая часть гипотез, обозначенных в программной части, нашли свое отражение и были подтверждены, например, подтвердилась основная гипотеза: «Оценка уровня удовлетворенности населения доступностью и качеством получаемой информации в СМИ находится на высоком уровне». А также рабочие гипотезы: «Большинство респондентов удовлетворены тем, как местные средства массовой информации освещают проблемы, темы, вопросы, затрагивающие интересы местного сообщества», и то, что предпочтения населения г. Сургута, связанные с выбором наиболее приоритетных источников получения информации, аналогичны выбору сургутян, зафиксированному по результатам социологических исследований 2014-2015 гг., кроме того, аналогичны общероссийской тенденции.

Гипотеза о степени доверия основным источникам информации получила частичное подтверждение. Так, в ходе анализа результатов исследования 2016 года, было выявлено, что уровень доверия основным источникам информирования со стороны сургутян, в сравнении с 2015 годом, вырос.

Таблицы линейных распределений

<i>Варианты ответов</i>						<i>Процент</i>
Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране и в городе?						
		В стране:		В городе:		
Центральное телевидение		84,5		39,0		
Региональное и / или местное телевидение		11,5		53,2		
Интернет		57,1		46,2		
Центральные газеты		3,3		2,1		
Региональные и / или местные газеты		1,0		10,8		
Центральное радио		3,3		3,0		
Региональное и / или местное радио		0,8		3,4		
Другое		0,8		0,6		
Затрудняюсь ответить		0,2		0,2		
Как часто вы используете следующие источники информации?						
	Каждый день	Несколько раз в неделю	Реже, чем 1 раз в неделю	Крайне редко	Не использую	
Телевидение	72,4	15,9	3,3	4,5	3,9	
Пресса	6,9	14,6	13,7	19,7	45,0	
Радио	18,2	18,2	7,1	15,8	40,7	
Интернет	64,9	13,2	2,5	3,4	16,0	
Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?						
Не читаю прессу					38,9	
В основном в печатном виде					26,1	
В основном в электронном виде					26,6	
В равной степени в печатном и электронном виде					8,4	
Насколько Вы доверяете следующим СМИ?						
	Полностью доверяю	Скорее доверяю, чем не доверяю	В равной степени доверяю и не доверяю	Скорее не доверяю, чем доверяю	Совершенно не доверяю	
Телевидение	25,3	33,5	30,0	6,0	5,3	
Пресса	8,3	32,6	34,3	10,8	14,0	
Радио	10,0	30,6	36,6	9,0	13,8	
Интернет	13,5	28,9	37,7	9,7	10,2	
Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?						
ПЕРВЫЙ КАНАЛ					80,7	
РОССИЯ - 1					55,0	
МАТЧ ТВ					14,3	
НТВ					37,0	
Петербург - 5 канал					8,0	
Россия Культура					4,0	
Россия 24					37,6	
Карусель					10,3	
Общественное телевидение России (ОТР)					2,9	
ТВ Центр					4,8	
Рен ТВ					11,6	

Спас			0,8
СТС			26,3
Домашний			8,8
ТВ 3			3,8
Пятница			8,0
Звезда			5,5
МИР			1,9
ТНТ			24,2
Муз ТВ			5,9
Другое			5,9
Никаким общероссийским общедоступным каналам			1,1
Каким каналам кабельного телевидения Вы отдаете предпочтение?			
Top Shop	2,3	Моя планета	8,2
Перец	14,8	EuroSport	5,2
Shopping live	1,9	Феникс плюс	2,3
2x2	2,8	TLC	1,9
РБК	7,0	Русское кино	9,9
Lifenews	4,5	24_DOC	0,7
СТС love	9,2	TV1000	7,3
Shop24	1,2	Comedy	12,2
Disney	12,9	Спорт + плюс	7,7
Ю ТВ	4,2	Travel+	2,3
Доверие	0,9	Парк развлечений	1,6
RU TV	9,4	Мир животных	12,2
Москва 24	6,3	24 Техно	2,8
EuroNews	4,0	Sony	0,9
360	1,6	Мама	1,9
Discovery	22,3	Никаким каналам кабельного телевидения	16,9
Animal Planet	12,2	Другое	12,4
Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдаете предпочтение?			
ТК «СургутИнформТВ»			73,2
ТРК«Сургутинтерновости»			54,0
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)			10,9
ТРК Сургутского района «Север»			9,0
ТРК «ТВК»			1,7
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)			5,8
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)			3,2
СибТВ			3,4
Другое			0,4
Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании			13,1
Почему Вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?			
Всегда актуальная и свежая информация			71,6
Адекватные, приятные, интересные ведущие			26,0
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)			6,6
Удобное время выхода передач и новостных блоков			30,1
Наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале			10,7
Наличие утренних шоу			1,5

Наличие большого количества развлекательных программ	3,4
Отсутствие большого количества развлекательных программ	2,2
Привычка	19,7
Другое	1,5
Затрудняюсь ответить	3,2
Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?	
Новости Сургута	82,6
В центре событий	44,3
Новости Югры	22,4
Вести Югории	10,0
Новости Севера	8,8
Тип-топ новости	2,9
Итоги недели	26,7
ТОН	12,9
Формула событий	0
За!дело	0,2
Вставай!	13,8
Регламент	0,2
Эпицентр	0,7
Диалог	5,5
Не все равно	0,2
Стройка	1,0
Кухня	3,3
Затрудняюсь ответить	1,4
Другое	0,2
Ничего из вышеперечисленного	3,8
Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?	
Новый город	39,5
Сургутская трибуна	46,5
Сургутские ведомости	21,0
Седьмой Этаж	4,9
Нефть Приобья	4,9
Северный университет	0,9
Мы вместе	1,5
Ступени СурГУ	0,9
Скрижаль	1,2
Северный колокол	0,9
Сибирский газовик	1,2
Магърифат (свет знаний)	0
На страже закона	6,4
Новое поколение	1,2
Профсоюзный выбор	0,6
Электропрофсоюз	0,3
Другое	1,2
Никаким местным изданиям	31,0
Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?	
Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	9,8
Аргументы и факты	34,7
Комсомольская правда	18,0
Коммерсант	4,7

Российская газета	12,3	
Эксперт	1,9	
Собеседник	4,4	
Никаким федеральным изданиям	52,1	
Другое	2,5	
Каким радиостанциям Вы отдаете предпочтение?		
Радио России	17,9	
Эхо Москвы	4,8	
ХИТ FM	26,7	
Серебряный Дождь	13,9	
Радио «Радио»	2,7	
Дорожное радио	38,2	
Юмор FM	7,9	
Вести FM	6,7	
Русское Радио	17,0	
Радио 7	7,3	
Ретро FM	22,4	
Авторadio	26,4	
Радио Шансон	19,7	
DFM	15,2	
Радио Югра	4,8	
Европа Плюс	13,3	
Наше радио	2,7	
Радио Маяк	9,4	
Другое	4,8	
Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?		
Специализированные сайты, профильные	25,8	
Специализированные чаты и форумы	11,3	
Социальные сети	62,2	
Поисковые системы	44,6	
Новостные сайты	37,6	
Развлекательные сайты	14,8	
Образовательные сайты	11,3	
Фильмы	32,4	
Сайты о работе	5,6	
Игровые сайты	6,6	
Почтовые серверы	13,4	
Все сайты, нет предпочтений	4,7	
Нет интернета / не пользуются интернетом	2,1	
Затрудняюсь ответить	2,1	
Другое	2,3	
Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вам известны, и каким из них Вы доверяете		
	Знаю	Доверяю
Портал Администрации г. Сургут (www.admsurgut.ru)	60,8	54,5
Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры (http://www.admhmao.ru)	19,3	17,6
Сайт Думы г. Сургут (http://www.dumasurgut.ru/www)	18,8	15,4
Региональный информационный центр «Югра» (http://www.informugra.ru/news/)	5,0	5,0
Информационное агентство России «ТАСС» (http://tass.ru)	9,1	9,1

Информационное агентство Интерфакс (http://www.interfax.ru)	5,2	5,0
«Аргументы и Факты-Югра» (www.yugra.aif.ru)	10,2	9,4
Сайт «Московский Комсомолец» - Югра» (http://ugra.mk.ru/)	3,7	2,2
Деловое информационное пространство РБК (http://t.rbc.ru)	6,8	6,3
Новостной портал LifeNews (http://lifenews.ru)	9,7	6,0
Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры» (http://www.ugra-news.ru/)	2,1	2,8
Интернет-портал SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru)	11,7	11,9
Информационное агентство Югра PRO (http://www.ugrapro.ru/)	0,5	0,3
Информационный новостной портал ХМАО-Югры «ПолитГид» (http://polit-gid.ru/)	1,8	2,2
Информационное агентство «Ура.ру» (http://www.ura.ru/)	0,8	0,3
Интернет-газета «Правда УрФО» (http://pravdaurfo.ru/)	0,3	0,6
Интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (http://www.siapress.ru/)	8,9	8,2
Сайт ГТРК «Югория» (http://www.ugoria.tv)	1,0	0,3
Сайт телеканала «Югра» (www.ugra-tv.ru)	1,0	0,6
Сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru)	8,6	6,9
Экспертный канал «Уралполит.ру» (http://www.uralpolit.ru/)	0,8	0,3
Сайт Радиоканала «Югра» (http://radio-ugra.ru)	1,0	0,9
Сайт журналов «Югра», «Старт» (www.ugra-start.ru)	0,5	0,6
Интернет-газета «Знак.ком» (http://www.znak.com/)	0	0
Агентство нефтегазовой информации Самотлор-экспресс (http://www.angi.ru/)	0,8	0,9
Интернет-газета «Югра-Информ» (http://www.ugrainform.ru/)	2,3	1,9
Интернет-журнал U-ХРОНИКИ (http://uhron.com/)	0,3	0,3
Сайт UgraNow (http://www.ugranow.ru/)	1,0	0,9
Бизнес-портал «Инвестор» (http://www.portal-investor.ru/)	0,8	0,6
Информационное агентство Мангазея (http://www.mngz.ru/)	0	0,3
Информационное агентство «Муксун.fm» (http://muksun.fm/)	0	0,6
ИА «Накануне» (http://www.nakanune.ru/)	0,8	0
ИА «Уралинформбюро» (http://www.uralinform.ru/)	0,8	0,3
Информационный портал ЕрмакИнфо (http://ermakinfo.ru/)	1,3	2,2
Сайт Объединенной редакции национальных газет «Ханты ясанг» и «Луима сэрипос» (http://khanty-yasang.ru/)	0,3	0
Информационный портал Про Сургут (http://pro-surgut.ru/)	4,7	4,1
Информационный канал Чиновник.ру (http://www.chinovnic.ru/)	2,6	0,9
Другое	4,4	3,4
Затрудняюсь ответить	19,8	23,8
На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события НАИБОЛЕЕ объективно?		
Телевидение		65,1
Интернет		33,1
Газеты, журналы (пресса)		14,3
Радио		11,8
Местные СМИ		17,8
Другие		0,4
Нет таких		7,6
Все, многие		3,7
Затрудняюсь ответить		10,1
А какие средства массовой информации освещают события НАИМЕНЕЕ объективно?		

Телевидение	21,0					
Интернет	13,3					
Газеты, журналы (пресса)	9,0					
Радио	3,4					
Местные СМИ	1,9					
Другие	0					
Нет таких	15,5					
Все, многие	12,9					
Затрудняюсь ответить	35,4					
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы\темы\вопросы:						
	Удовлетворен полностью	Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен	Удовлетворён относительно	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Политические темы	14,7	30,0	31,3	7,8	7,1	9,0
Проблемы коррупции	7,6	25,5	30,1	12,8	15,6	8,4
Экономические проблемы	9,1	30,9	32,8	11,5	8,1	7,7
Социальные проблемы	11,0	32,3	29,1	13,4	7,4	6,8
Проблемы ЖКХ и ЖКУ	9,0	26,3	26,9	17,0	14,1	6,7
Деятельность Администрации	9,8	27,9	30,2	11,1	12,8	8,3
Деятельность Думы города	9,3	26,7	30,9	11,9	11,9	9,3
Деятельность Главы города	9,5	26,5	28,8	11,4	14,2	9,5
Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из телевидения по следующим показателям?						
	Удовлетворен полностью	Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен	Удовлетворён относительно	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Доступность	37,6	40,4	16,3	2,5	1,1	2,1
Актуальность	27,0	42,8	22,3	3,6	1,5	2,8
Содержательность	20,3	46,0	24,0	5,6	1,3	2,8
Корректность	24,1	40,9	24,8	4,3	2,6	3,2
Объективность	17,1	38,8	28,9	6,5	4,1	4,6
Точность	15,7	37,9	28,1	9,6	4,8	3,9
Достоверность	15,3	37,2	28,2	8,6	4,9	5,8
Качество	23,9	45,5	19,6	4,7	2,6	3,7
Полнота информации	17,5	38,4	27,4	8,2	4,3	4,1
Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из радиовещаний по следующим показателям?						

	Удовлетворен полностью	Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен	Удовлетворён относительно	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Доступность	29,9	32,6	22,9	5,2	0,7	8,7
Актуальность	18,9	38,9	27,0	4,6	0,7	9,8
Содержательность	14,1	39,8	29,6	4,6	1,1	10,9
Корректность	12,7	39,8	29,9	5,6	1,4	10,6
Объективность	12,4	37,5	31,4	5,7	1,4	11,7
Точность	11,7	35,1	32,6	7,4	1,8	11,3
Достоверность	13,7	30,6	34,2	7,0	2,8	11,6
Качество	19,5	36,2	27,7	3,9	1,8	11,0
Полнота информации	11,6	35,6	32,7	6,3	2,1	11,6
Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из печатных изданий по следующим показателям?						
	Удовлетворен полностью	Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен	Удовлетворён относительно	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Доступность	23,2	30,3	23,6	6,3	1,8	14,8
Актуальность	16,1	32,5	29,3	5,7	1,8	14,6
Содержательность	12,8	35,9	27,0	7,1	1,8	15,3
Корректность	14,8	32,0	28,9	7,0	1,8	15,5
Объективность	11,1	32,1	30,4	8,6	1,8	16,1
Точность	11,2	30,9	32,0	6,8	2,5	16,5
Достоверность	11,7	30,2	30,6	8,2	2,1	17,1
Качество	13,8	31,3	29,1	7,3	1,8	16,7
Полнота информации	11,3	31,4	30,7	7,4	2,5	16,6
Насколько Вы удовлетворены качеством получаемой информации из Интернет-порталов по следующим показателям?						
	Удовлетворен полностью	Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен	Удовлетворён относительно	Скорее не удовлетворен	Не удовлетворен	Затрудняюсь ответить
Доступность	48,8	32,4	13,0	2,0	0,2	3,7
Актуальность	38,2	36,5	18,1	1,7	1,2	4,2
Содержательность	32,1	40,0	19,9	3,0	1,2	3,7
Корректность	22,8	37,8	26,5	5,3	3,0	4,8
Объективность	21,3	38,5	25,8	6,3	3,0	5,3
Точность	20,9	38,8	23,4	6,8	5,0	5,0
Достоверность	19,0	34,1	28,8	7,3	5,5	5,3
Качество	27,8	39,2	21,5	3,8	2,5	5,1
Полнота информации	29,2	37,5	21,2	4,3	2,3	5,5

Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?	
Почтовый ящик	45,5
Специализированные стенды при входе в магазины	7,3
Специализированные стенды при входе в общественные учреждения	4,2
Специализированные стенды при входе в муниципальные учреждения	0,6
В газетных киосках	11,9
На работе (доставка в учреждения и организации)	6,2
Электронная почта, в электронном варианте	19,3
Не читаю прессу	21,6
Другое	2,5
Затрудняюсь ответить	5,8
Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?	
Дома	83,8
На работе	28,1
В Интернет-клубе	0,2
В учебном заведении	1,7
В библиотеке	1,1
В зонах свободного доступа к WI-FI (ПАРКИ, СКВЕРЫ)	5,1
В торговых центрах	1,3
Другое	0,9
Не пользуюсь интернетом	11,7
Пол:	
Мужской	47,0
Женский	53,0
Семейное положение:	
Женат/замужем	63,3
Холост/не замужем	23,6
Разведен/разведена	8,7
Вдовец/вдова	4,4
Возраст:	
18-24 (лет)	10,2
25-34 (лет)	28,6
35-44 (лет)	22,0
45-54 (лет)	18,4
55 и старше	20,8
Образование:	
Неполное общее среднее	1,2
Полное общее среднее	13,1
Среднее специальное	42,8
Незаконченное высшее	6,3
Высшее	36,6

В какой сфере Вы работаете?	
Строительство	6,7
Транспорт	8,3
Связь, коммунальное хозяйство	2,8
Государственное, муниципальное управление	6,7
Культура, наука, образование, здравоохранение	10,7
Сфера услуг, торговля	12,1
СМИ	0,2
Военнослужащие, правоохранительные органы	2,0
Нефтедобыча, переработка, геология	10,9
Энергетика	5,7
Газодобыча, транспортировка газа	1,8
Сельское, лесное хозяйство	0
Временно без работы, безработный	3,0
Занимаюсь домашним хозяйством, в декрете	5,7
Студент, учащийся	3,6
Пенсионер	15,4
Другое	4,3
Как бы Вы оценили материальное положение Вашей семьи?	
Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	4,0
Живем хорошо, без особых материальных проблем	26,2
Живем средне	55,3
Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	10,2
Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	1,9
Затрудняюсь ответить	2,5

Кодификатор открытых вопросов⁶⁷

№ Анкеты	Вопрос / содержание ответа	Кол-во повторений (схожие ответы)
4.1. Каким общероссийским общедоступным телеканалам вы отдаете предпочтение? (другое)		
55	Все подряд	1
140	История	1
140	Усадьба	1
301	Спорт – 1	1
400	РБК	1
431	Никаким	1
438	С 1 городской	1
4.2. Каким каналам кабельного телевидения вы отдаете предпочтение? (другое)		
20,233,240,247,257,262,263,331,332,340,341,347,156,232,342,349	Нет кабельного телевидения; нет этих каналов	16
39,54	Мультки	2
39	Сериалы	1
40,187	Русский роман	2
41,82	Все подряд	2
49,83	Звезда	2
54	Музыка	1
58	Евро спорт	1
83,275,447	Мульт	3
83	Дом кино	1
86	Не знаю	1
157	РТ	1
157	РИА Новости	1
158	Романс	1
158	Муз ТВ	1
165	NBA	1
173	Бестселлер	1
173	Детектив	1
177	Пятница	1
187	Сарафан	1
192	Все по немного	1
207	Все спортивные	1
245	TV 1000 action	1
253	Азербайджанский канал	1
273	ТНТ	1
353	Наше кино	1
359	Кинопоказ	1
362,453,456,476	Охота и рыбалка	4
362	Боец	1
367	Домашний	1

⁶⁷ Формулировки ответов респондентов не редактировались.

447	ТЛУМ	1
456	Рыболов - спортсмен	1
4.3. Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям вы отдаете предпочтение? (другое)		
158	86	1
198	Не смотрю тв	1
5. Почему вы отдаете предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям? (другое)		
49	По потребностям	1
83	Нравится	1
143	Иногда смотрю, но редко	1
408	Помощь в информационном освещении деятельности	1
7.1. Каким местным периодическим печатным изданиям вы отдаете предпочтение? (другое)		
52	Гудок	1
438	Телесемь	1
457	Читай город	1
7.2. Каким печатным федеральным изданиям вы отдаете предпочтение? (другое)		
20	Не выписываю	1
107	Не читаю газеты и журналы	1
191	Всегда по - разному	1
240	Пед.совет	1
245	Оракул	1
8. Каким радиостанциям вы отдаете предпочтение? (другое)		
20,125,126,147,270,359	Не слушаю	6
30,353	Не использую	2
31,349,431,451,452	Никаким	5
183	На 7 холмах	1
216	Зайцев фм	1
9. Интернет-порталы какого профиля вы предпочитаете? (другое)		
20	Не пользуюсь	1
39,332	Youtube	2
40	Работа	1
124	Не пользуюсь интернетом никогда	1
193	Сайты по учёбе	1
328	Музыкальные	1
354	Нет интернета	1
430	Правовые сайт	1
451	Никакие	1
10. Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных интернет-сайтов вам известны, и каким из них вы доверяете (другое)		
30,291,331	Не пользуюсь	3
38,39, 40,41,54,93,354	Не знает никаких из перечисленных	7
44	Не пользуюсь новостными сайтами	1
51	Правовая сова	1
51	Федеральная служба судебных приставов	1
51	Соц.защита	1

56,115	Гос.услуги	2
58	Не интересно	1
158	К - информ	1
243	Никому	1
399	Скайинформ	1
11.1 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Телевидение		
2,3,4,6,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18, 20,22,23,25,26,27,30,31,32,34,35,36, 37,43,46,48,59,60,63,64,66,67,69,72, 73,76,80,82,83,88,104,118,120,134, 141,149,170,174,179,180,183,185,190, 191,192,196,197,199,201,202,207,208, 209,211,212,213,217,218,219,221,222, 223, 224,225,226,227,228,229,230,231, 234,236,237,238,239,245,248,249,250, 251,252,254,260,266,269,274,285,299, 301,305,308,319,329,344,349,358,359, 370,371,379,383,385,389,390,397,403, 405,406,407,409,412,414, 415,417,435, 438,462	1	132
2,4,5,22,23,31,32,43	2	8
2,3,31,32,43	3	5
6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19, 26,27,30,34,35,36,37,63,64,68,70,78, 160,169,220,239,250,267,285,342,370, 414,427,435,468	НТВ	39
6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,26, 27,34,35,36,37,47,49,59,63,64,83,104, 192,199,201,228,237,238,255,341,370, 450,462	Россия	37
11,12,13,17,34,35,37,75,341,349	РЕН ТВ	10
20,42,49,86,148,160,187,208,211,212, 218,219,221,224,225,227,229,230,231, 234,236,239,245,259,301,303,339,340, 433,457,468	Россия 1	31
21	Новости на всех каналах	1
21	Фильмы	1
24,63	ТНТ	2
30	Россия 2	1
45,161,217,222,388,417	Сургут Информ ТВ	6
45	Бегущая строка	1
47	ТВ 3	1
47,69,204,435	5 канал	4
49,238,385	24	3
50,65,334,386,414	Сургут Интер Новости	5
56,328,332	Центр. Каналы	3
62,180,477	ТВЦ	3
62,70,71,74,75,77,78,79,81,82,86,134, 139,161,174,178,179,188,194,200,215,	Россия 24	58

216,223,235,244,246,247,250,251,253, 257,260,262,263,264,268,298,306,319, 333,344,345,347,348,349,351,369,389, 390,392,394,397,405,409,410,418,424, 430		
90,216	Life news	2
90	РБК	1
92,173	С – 1	2
164,210	СТВ-1	2
168,176	Центральное	2
171,341	СТС	2
183,368,374,385,388	Вести	2
203	Таких каналов нет	5
206,301	Матч тв	1
207	Россия спорт	2
214	Дождь	1
214,323	ОРТ	1
240	Диалог	2
242	Новости	1
301	Спорт-1	1
329	В центре событий	1
338	СИН	1
362	Новости 24	1
362	Около мнения	1
384	Не смотрю	1
389	Новостные	1
396	Не могу ответить	1
405	Мир	1
457	Югра	1
11.2 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Интернет		
1,21, 22,23,24,31,174,352	Соц. Сети	8
1,19,23,24,25,274	Поисковые	6
1,19,23,25,174,181,200,201,266,267, 386,429	Новостные	12
3,48,364	Все	3
5	Новости	1
45,244,247,370,435	Яндекс новости	5
65,92,163,177,233,243,306,350,415,42 4	К-информ	10
70,73,74,76,77,79,80,81,104,139,237,2 53,272,301	Яндекс	14
71,90,104	Рамблер	3
71,214,226,237,272,352,447	Майл.ру	7
108,188,203,204,223,245,371	РБК	7
148,223,224,230	Life news	4
190,435	Новостные ленты на майл	2
191,407	Сайт 1 канала	2
196,415	О-Сургут	2
198	По-разному бывает	1
203	ВВС	1

209	Специализированные сайты	1
211,212,239,240,241,249,251,269,311,389,397	Портал администрации Сургута	11
213	Московский комсомолец	1
213	Югра	1
216	Интерфакс	1
216	ТАСС	1
220,358	Сургут информ тв	2
221	Единый официал.сайт органов гос.власти ХМАО-ЮГРА	1
228	Полит. Гид	1
241	Admhmao.ru	1
241	Kremlin.ru	1
242,444	Новости	2
260,440	Гугл новости	2
275	СИА-Пресс	1
284	Официальные сайты регион. и муницип.органов	1
299	YouTube	1
352,450	Lenta.ru	2
369	Euronews.ru	1
369	Russia-today.com	1
385	Информационные сайты	1
388,392	Политические	2
392	Экономика	1
408	В контакте	1
482	Media metrics	1
11.3 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Газеты, журналы (пресса)		
6,7,9,10,16,36,201,214,219,225,248,251,253,346,385,389	Сургутская трибуна	16
43,64,65,213,227,240,340,344,349,354,371,435,457	Аргументы и факты	13
43,210,305	Новый город	3
48	Все	1
74,209,241,244,259,268,269,363,386,388,389	Сургутские ведомости	11
141,274	Комсомольская правда	2
173	Телесемь	1
187,435	Московский комсомолец	2
187201,435	Коммерсант	3
201,389	Ведомости	2
202	Российские (местные)	1
231	7 этаж	1
234	Собеседник	1
342	Центральная пресса	1
370	Новости Сургута	1
379	Сургутская	1
392,397	Российская газета	2
427	Новости Югры	1
438	Телесемь	1

11.4 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Радио		
11,12,16,234,235,237,342,369	Маяк	8
12	Эхо Москвы	1
45	DFM	1
48	Все	1
64,223,252	Вести фм	3
68,104,250,254,344,468	Дорожное радио	6
71	Фм радио	1
104,158,213,217,336,337,386,397,435	Русское радио	9
185,221	Ретро фм	2
192,299	Хит фм	2
210,234,328	Радио России	3
214	Радио 7	1
218,219,240,244,257,262,457,468	Авто радио	8
223,371	Серебряный дождь	2
272	ФМ Россия	1
274	Сургутская станция	1
389	Новостное радио	1
392	Новости ФМ	1
11.5 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Местные сми		
11,12,187,190,202,239,349,430,438	Сургутская трибуна	9
42,85,88,117,148,235,244,245,249,254, 257,260,263,267,269,238,389,433	Сургут Интер Новости	18
48	Все	1
64	Сургутские новости	1
86,141,207,231,232,278	Новости Сургута	6
86	Итоги недели	1
90,369	СТВ	2
92	К-1	1
185,190,342,430	Новый город	4
187,190,234,235,239,240,344,438	Сургутские ведомости	8
191,196,199,201,204,206	СИА- Пресс	6
197	О – Сургут	1
195	Большинство сайтов	1
202	Ведомости	1
234	Местное ТВ	1
242	Что происходит в городе	1
247,248,251,252,253,255,259,264,266, 268,342,394,435,450	Сургут Информ ТВ	14
272,342	ТОН	2
319	Югрател	1
369,429,458	Север	3
385,392,397	СТС	3
450	К-Информ	1
457	Новости	1
11.6 на ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события наиболее объективно? Другие		
39	Средне доверяю	1
239	Новости Югры	1

239	В центре событий	1
12.1 а какие средства массовой информации освещают события <u>наименее</u> объективно?		
Телевидение		
10,214	Дождь	2
28,29,69,235,477	1	5
28,29,477	2	3
44,49	РБК	2
44,89,243,408,477	Россия 24	5
45	ТВ Шоп	1
50,198	Федеральные каналы	2
50	Россия 1	1
50,186,187,195,203,206,210,369,370	Рен ТВ	9
59	Перец	1
59,66,67,177,179,183,195,203,204,235,238,369,419,450,477	НТВ	15
60,71	5 канал	2
62	Культура	1
62,64,68,70,71,73,74,76,79,80,81,235,253,305,370,383,386	ТНТ	17
63	Дисней	1
65,76,79,81,235,250,259,267,370,383,387	СТС	11
75,383	Карусель	2
77,214	ОРТ	2
78	Спорт	1
90	Все кроме РБК	1
117	Во всех информация искажённая	1
203,204	Звезда	2
216	Сургут Информ ТВ	1
241	СТВ	1
241	Ura.ru	1
298	Euro news	1
299	Новости	1
306	В основном	1
352	Все	1
378	Развлекательные	1
378	Соц.сети	1
396	Не могу ответить	1
408	Яндекс	1
435	СИБ ТВ	1
12.2 а какие средства массовой информации освещают события <u>наименее</u> объективно?		
Интернет		
29,45,388,427	Соц.сети	4
79	Рамблер	1
90	Роскомстат	1
181	Новостные сайты	1
214	Mail.ru	1
216	Sitv.ru	1
240	Сайт администрации сургута	1
241	Chinovnik.ru	1
267	YouTube	1

306,388	В контакте	2
334	Новости сайт	1
336,346	Все сайты	2
369	Яндекс новости	1
370	ВВС news	1
387	Википедия	1
405	Желтые стр.	1
435	Рекламные источники	1
12.3 а какие средства массовой информации освещают события <u>наименее</u> объективно?		
Газеты, журналы (пресса)		
29	Сургутские ведомости	1
49	Коммерсант	1
174,235,403	Аргументы и факты	3
174	Комсомольская правда	1
210,214,241	Сургутская трибуна	3
226	Газеты	1
241	Новый город	1
259,387	Жёлтая пресса	2
383	Детские	1
12.4 а какие средства массовой информации освещают события <u>наименее</u> объективно?		
Радио		
68	Маяк	1
214	Радио 7	1
240	Дорожное	1
241	Все станции	1
250,267,387	Юмор ФМ	3
384	Не интересуюсь	1
12.5 а какие средства массовой информации освещают события <u>наименее</u> объективно?		
Местные сми		
164,241,354,	Сургутская трибуна	3
241	Новый город	1
354	7 этаж	1
18. Скажите, пожалуйста, какие места для вас предпочтительнее для получения прессы? (другое)		
40	Не выписывает новостные газеты	1
156	Дома	1
187,194,206	Всё выше сказанное с 1 по 5	3
210,219,225,227,230,231	На почте до востребования	6
342	Телевизор	1
19. Назовите места, где вы чаще всего заходите в сеть интернет? (другое)		
23	В больнице	1
182,399	С телефона	2
245,306,308	Везде	3
457	В автомобиле	1
24. В какой сфере вы работаете? (другое)		
25,384	Не хочет говорить	2
28	Такси	1
40,56,113,398	Мед. учреждение	4
48	Навигация	1
54	Видеограф (творческое направление)	1

69	Общепит	1
96	ЖКХ	1
114	Лифтёр	1
194	Пожарная охрана	1
207	Сварщик	1
319,397	ИП	2
321	СНГ	1
330,401,450	Финансовая сфера	3
347	Декрет	1
352	Юрист	1
392	IT-технологии	1
408	Звукооператор «Зарница»	1
439	Дизайнер	1

Таблица сопряжённости

(распределение вопросов анкеты с данными паспорта исследования (социально - демографическим блоком))⁶⁸

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашей стране?																		
Центральное телевидение	83,9	84,9	67,3	77,9	86,0	90,1	95,1	83,3	82,8	91,2	80,6	77,5	72,2	81,5	85,7	89,6	88,9	75,0
Региональное и / или местное телевидение	13,0	10,0	12,2	5,7	13,1	12,1	16,7	16,7	12,5	13,2	16,1	8,4	5,6	14,5	10,8	16,7	11,1	0,0
Интернет	56,5	57,5	77,6	68,6	59,8	52,7	32,4	66,7	51,6	46,3	61,3	70,8	72,2	64,5	56,4	37,5	44,4	58,3
Центральные газеты	3,9	2,7	4,1	0,7	3,7	5,5	3,9	0,0	0,0	3,4	3,2	3,9	5,6	1,6	3,1	6,3	11,1	8,3
Региональные и / или местные газеты	1,3	0,8	0,0	2,1	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	1,5	0,0	1,1	0,0	0,8	1,2	2,1	0,0	0,0
Центральное радио	3,9	2,7	0,0	3,6	0,9	1,1	8,8	0,0	6,3	4,4	3,2	1,1	0,0	3,2	3,5	4,2	11,1	0,0
Местное радио	0,4	1,2	0,0	0,7	0,0	1,1	2,0	0,0	0,0	1,0	0,0	1,1	0,0	0,0	1,2	2,1	0,0	0,0
Другое	0,4	1,2	0,0	0,7	1,9	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	0,0	2,4	0,4	0,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	0,4	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Скажите, пожалуйста, из каких средств массовой информации вы обычно узнаете о последних событиях в нашем городе?																		
Центральное телевидение	37,9	39,9	18,4	37,6	43,0	46,2	40,4	0,0	30,5	42,0	44,8	38,2	33,3	32,2	42,5	26,7	55,6	50,0
Региональное и / или местное телевидение	54,0	52,4	49,0	41,4	52,0	56,0	69,7	100,0	66,1	60,5	41,4	41,0	38,9	54,2	54,3	66,7	55,6	10,0
Интернет	45,1	47,2	73,5	61,7	47,0	31,9	24,2	33,3	42,4	37,5	48,3	57,8	55,6	50,8	44,9	35,6	44,4	60,0
Центральные газеты	3,1	1,2	2,0	0,8	0,0	3,3	5,1	0,0	1,7	2,0	3,4	2,3	0,0	2,5	1,2	6,7	0,0	10,0
Региональные и / или местные газеты	11,2	10,5	10,2	4,5	11,0	13,2	17,2	33,3	5,1	11,5	10,3	11,0	22,2	9,3	10,6	11,1	0,0	10,0
Центральное радио	2,2	3,6	2,0	3,0	4,0	3,3	2,0	0,0	0,0	4,0	6,9	2,3	0,0	3,4	2,8	4,4	11,1	0,0

⁶⁸ Обращаем внимание, что в таблице сопряженности вопросов с социально-демографическими критериями, учитывалось общее количество полученных ответов по блокам: пол, возраст, образование, материальное положение (т.е. = 100% по столбцу или более, в вопросах, где допускалось более одного варианта ответа). В связи с чем, результаты распределений могут отличаться от данных диаграмм и таблиц, в которых учитывались определённые ответы респондентов.

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Местное радио	4,5	2,4	0,0	2,3	4,0	4,4	5,1	0,0	1,7	2,5	6,9	4,6	0,0	6,8	2,4	2,2	11,1	0,0
Другое	0,9	0,4	2,0	0,8	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	1,2	5,6	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	0,4	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Как часто вы используете телевидение?																		
Каждый день	69,5	74,9	44,0	58,0	72,2	88,8	92,0	66,7	75,8	82,6	60,0	60,6	31,6	65,8	76,9	80,9	55,6	54,5
Несколько раз в неделю	18,1	13,9	26,0	23,9	14,8	7,9	8,0	33,3	11,3	11,6	23,3	21,1	42,1	18,3	13,1	14,9	33,3	18,2
Реже, чем 1 раз в неделю	3,5	3,1	6,0	6,5	3,7	0,0	0,0	0,0	1,6	2,4	3,3	5,1	5,3	3,3	3,8	0,0	0,0	9,1
Крайне редко	3,1	5,8	16,0	7,2	3,7	0,0	0,0	0,0	9,7	1,9	3,3	6,3	10,5	8,3	3,5	0,0	0,0	9,1
Не использую	5,8	2,3	8,0	4,3	5,6	3,4	0,0	0,0	1,6	1,4	10,0	6,9	10,5	4,2	2,7	4,3	11,1	9,1
Как часто вы используете прессу?																		
Каждый день	7,5	6,3	0,0	2,2	10,6	11,0	9,7	0,0	8,6	5,9	3,6	8,3	21,1	2,6	6,8	0,0	22,2	20,0
Несколько раз в неделю	12,7	16,4	10,6	6,7	9,6	22,0	26,9	0,0	17,2	14,4	14,3	14,3	0,0	15,8	13,5	23,3	11,1	0,0
Реже, чем 1 раз в неделю	15,0	12,6	10,6	10,4	20,2	14,6	12,9	0,0	5,2	14,4	10,7	16,7	21,1	20,2	11,4	9,3	0,0	20,0
Крайне редко	17,8	21,4	25,5	21,5	17,0	19,5	17,2	40,0	13,8	18,2	14,3	23,8	21,1	21,1	22,4	16,3	0,0	0,0
Не использую	46,9	43,3	53,2	59,3	42,6	32,9	33,3	60,0	55,2	47,1	57,1	36,9	36,8	40,4	46,0	51,2	66,7	60,0
Как часто вы используете радио?																		
Каждый день	21,1	15,6	10,9	15,6	21,9	17,1	23,1	0,0	17,5	16,8	28,6	18,6	22,2	15,7	17,9	20,5	22,2	20,0
Несколько раз в неделю	20,7	16,0	10,9	20,0	10,4	28,0	18,7	20,0	12,3	20,7	7,1	19,2	0,0	26,1	18,3	13,6	0,0	0,0
Реже, чем 1 раз в неделю	7,5	6,8	8,7	6,7	5,2	9,8	6,6	0,0	5,3	5,4	3,6	9,9	5,6	7,8	6,4	9,1	11,1	20,0
Крайне редко	15,0	16,5	23,9	16,3	20,8	12,2	8,8	80,0	15,8	15,8	17,9	14,0	38,9	13,9	16,6	6,8	22,2	10,0
Не использую	35,7	45,1	45,7	41,5	41,7	32,9	42,9	0,0	49,1	41,3	42,9	38,4	33,3	36,5	40,9	50,0	44,4	50,0
Как часто вы используете интернет?																		
Каждый день	66,1	63,9	90,0	80,3	68,0	52,3	36,6	33,3	43,8	62,1	75,9	75,7	78,9	74,4	62,8	50,0	66,7	66,7
Несколько раз в неделю	12,1	14,3	10,0	12,7	19,4	10,2	11,8	16,7	14,1	13,3	17,2	12,4	5,3	14,9	13,2	10,9	0,0	25,0
Реже, чем 1 раз в неделю	2,2	2,8	0,0	0,7	1,0	5,7	5,4	0,0	6,3	2,1	0,0	1,7	0,0	0,8	4,0	2,2	0,0	0,0
Крайне редко	4,0	2,8	0,0	2,8	2,9	4,5	5,4	33,3	3,1	3,6	0,0	2,8	5,3	2,5	3,6	4,3	11,1	0,0
Не использую	15,6	16,3	0,0	3,5	8,7	27,3	40,9	16,7	32,8	19,0	6,9	7,3	10,5	7,4	16,4	32,6	22,2	8,3
Если Вы читаете прессу, то чаще всего в печатном или электронном виде?																		

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Не читаю прессу	43,6	34,6	22,9	46,7	41,0	42,9	29,8	60,0	52,5	41,7	34,5	30,7	17,6	35,8	40,8	36,4	55,6	17,6
В основном в печатном виде	22,7	29,2	12,5	12,4	24,0	29,8	52,1	40,0	20,3	30,7	20,7	22,9	17,6	22,5	29,0	27,3	11,1	17,6
В основном в электронном виде	26,4	26,7	50,0	32,8	24,0	21,4	12,8	0,0	25,4	17,1	37,9	38,0	47,1	35,0	20,8	31,8	22,2	47,1
В равной степени в печатном и электронном виде	7,3	9,5	14,6	8,0	11,0	6,0	5,3	0,0	1,7	10,6	6,9	8,4	17,6	6,7	9,4	4,5	11,1	17,6
Насколько Вы доверяете телевидению?																		
Полностью доверяю	25,3	25,2	18,4	22,7	26,7	18,9	36,3	0,0	36,5	30,3	23,3	15,9	16,7	25,0	26,6	31,9	11,1	9,1
Скорее доверяю, чем не доверяю	31,4	35,3	32,7	29,1	37,1	44,4	26,5	40,0	30,2	31,7	36,7	35,8	11,1	36,3	34,4	29,8	22,2	27,3
В равной степени доверяю и не доверяю	30,6	29,5	30,6	36,2	26,7	23,3	30,4	40,0	15,9	31,3	23,3	34,7	50,0	25,8	30,1	25,5	44,4	36,4
Скорее не доверяю, чем доверяю	5,2	6,6	8,2	4,3	5,7	8,9	4,9	20,0	9,5	3,8	6,7	6,8	11,1	7,3	5,0	6,4	11,1	9,1
Совершенно не доверяю	7,4	3,5	10,2	7,8	3,8	4,4	2,0	0,0	7,9	2,9	10,0	6,8	11,1	5,6	3,9	6,4	11,1	18,2
Насколько Вы доверяете прессе?																		
Полностью доверяю	8,2	8,5	4,3	4,2	10,0	7,8	15,3	0,0	11,5	7,1	12,0	7,8	15,8	8,6	8,8	7,0	12,5	0,0
Скорее доверяю, чем не доверяю	29,6	35,4	39,1	29,2	30,0	37,7	31,8	20,0	26,9	37,5	36,0	29,9	10,5	37,1	33,2	30,2	12,5	27,3
В равной степени доверяю и не доверяю	36,2	32,5	28,3	35,0	37,5	32,5	35,3	40,0	32,7	31,5	16,0	40,9	52,6	33,3	34,1	30,2	25,0	27,3
Скорее не доверяю, чем доверяю	9,7	11,8	10,9	15,0	6,3	10,4	9,4	20,0	7,7	10,1	12,0	11,0	10,5	10,5	10,7	14,0	12,5	9,1
Совершенно не доверяю	16,3	11,8	17,4	16,7	16,3	11,7	8,2	20,0	21,2	13,7	24,0	10,4	10,5	10,5	13,2	18,6	37,5	36,4
Насколько Вы доверяете радио?																		
Полностью доверяю	9,2	10,8	6,8	10,4	9,6	6,8	15,1	0,0	12,2	10,4	8,0	9,1	11,1	9,4	10,2	16,7	0,0	9,1
Скорее доверяю, чем не доверяю	34,9	26,5	36,4	28,8	26,5	36,5	28,8	20,0	28,6	32,5	40,0	28,6	22,2	34,9	34,0	14,3	12,5	9,1
В равной степени доверяю и не доверяю	33,8	39,2	31,8	36,8	38,6	33,8	39,7	60,0	26,5	33,1	28,0	43,5	50,0	34,9	35,0	40,5	25,0	36,4
Скорее не доверяю, чем доверяю	7,2	10,8	9,1	10,4	9,6	9,5	5,5	20,0	8,2	9,8	0,0	9,7	5,6	7,5	8,1	14,3	25,0	18,2
Совершенно не доверяю	14,9	12,7	15,9	13,6	15,7	13,5	11,0	0,0	24,5	14,1	24,0	9,1	11,1	13,2	12,7	14,3	37,5	27,3
Насколько Вы доверяете интернету?																		
Полностью доверяю	14,9	12,2	14,3	17,0	13,3	9,5	11,1	20,0	16,7	16,3	17,2	8,8	10,5	16,4	14,8	8,9	12,5	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Скорее доверяю, чем не доверяю	25,6	31,9	34,7	28,4	31,6	31,0	21,0	20,0	29,6	25,3	20,7	34,1	26,3	32,0	28,8	17,8	25,0	27,3
В равной степени доверяю и не доверяю	38,1	37,4	36,7	39,7	41,8	29,8	38,3	40,0	27,8	35,8	44,8	42,9	47,4	37,7	37,1	37,8	37,5	45,5
Скорее не доверяю, чем доверяю	9,3	10,1	8,2	8,5	7,1	11,9	13,6	0,0	7,4	11,6	3,4	8,8	5,3	9,8	10,5	13,3	0,0	0,0
Совершенно не доверяю	12,1	8,4	6,1	6,4	6,1	17,9	16,0	20,0	18,5	11,1	13,8	5,3	10,5	4,1	8,7	22,2	25,0	27,3
Каким общероссийским общедоступным телеканалам Вы отдаете предпочтение?																		
ПЕРВЫЙ КАНАЛ	78,5	82,5	68,9	75,7	84,8	85,2	84,3	60,0	80,3	80,1	90,0	81,1	70,6	82,4	81,3	80,9	75,0	60,0
РОССИЯ - 1	53,0	56,8	53,3	42,6	49,5	63,6	70,6	0,0	59,0	61,7	53,3	47,3	47,1	52,9	56,0	57,4	62,5	30,0
МАТЧ ТВ	24,2	5,8	20,0	11,8	15,2	19,3	9,8	20,0	9,8	14,6	16,7	15,4	11,8	20,2	10,9	21,3	12,5	30,0
НТВ	39,7	34,6	15,6	26,5	32,4	50,0	53,9	60,0	36,1	42,7	26,7	30,2	23,5	31,1	39,7	46,8	12,5	10,0
Петербург - 5 канал	7,3	8,6	2,2	3,7	10,5	10,2	11,8	0,0	4,9	9,2	10,0	7,1	0,0	7,6	7,0	17,0	0,0	10,0
Россия Культура	3,2	4,7	0,0	1,5	1,9	4,5	10,8	0,0	1,6	6,3	3,3	1,8	5,9	1,7	4,3	6,4	0,0	10,0
Россия 24	40,2	35,4	46,7	30,9	37,1	43,2	38,2	20,0	29,5	37,4	26,7	42,6	17,6	42,9	36,2	31,9	50,0	60,0
Карусель	5,5	14,4	2,2	16,2	13,3	8,0	4,9	0,0	0,0	13,6	3,3	11,8	5,9	10,9	9,7	17,0	12,5	10,0
Общественное телевидение России (ОТР)	3,2	2,7	0,0	2,9	2,9	2,3	4,9	0,0	1,6	3,4	3,3	2,4	0,0	1,7	3,5	4,3	0,0	0,0
ТВ Центр	4,6	5,1	6,7	1,5	6,7	4,5	6,9	0,0	1,6	6,8	3,3	3,6	5,9	5,9	4,7	2,1	0,0	0,0
Рен ТВ	13,2	10,1	11,1	8,8	11,4	14,8	12,7	0,0	16,4	12,1	10,0	9,5	5,9	8,4	14,0	12,8	0,0	0,0
Спас	0,5	1,2	0,0	0,7	0,0	1,1	2,0	0,0	1,6	1,0	3,3	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0
СТС	24,2	28,0	44,4	33,1	23,8	22,7	14,7	20,0	34,4	19,9	23,3	32,0	35,3	26,9	26,8	19,1	12,5	30,0
Домашний	2,3	14,4	2,2	7,4	7,6	11,4	12,7	0,0	8,2	9,7	0,0	8,9	0,0	7,6	10,1	6,4	0,0	0,0
ТВ 3	3,2	4,3	6,7	6,6	1,9	2,3	2,0	0,0	3,3	4,4	6,7	3,0	11,8	5,9	3,5	0,0	0,0	0,0
Пятница	7,8	8,2	15,6	14,7	3,8	3,4	3,9	0,0	11,5	5,8	6,7	9,5	5,9	10,9	6,6	8,5	0,0	20,0
Звезда	5,5	5,4	0,0	5,1	4,8	5,7	8,8	20,0	3,3	6,3	6,7	4,7	0,0	5,9	5,4	6,4	12,5	0,0
МИР	0,5	3,1	0,0	0,0	2,9	1,1	4,9	0,0	0,0	2,4	0,0	2,4	0,0	1,7	2,3	2,1	0,0	0,0
ТНТ	23,3	24,9	42,2	35,3	20,0	15,9	12,7	20,0	23,0	24,3	30,0	24,3	64,7	24,4	19,8	27,7	37,5	30,0
Муз ТВ	4,1	7,4	4,4	12,5	7,6	0,0	1,0	0,0	4,9	3,9	3,3	9,5	17,6	9,2	3,5	2,1	12,5	20,0
Другое	0,9	1,6	0,0	2,2	1,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,5	0,0	3,0	5,9	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Никаким общероссийским общедоступным каналам	1,4	0,8	2,2	2,2	1,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,5	3,3	1,2	5,9	0,8	0,8	0,0	0,0	10,0
Каким каналам кабельного телевидения Вы отдаете предпочтение?																		
Top Shop	1,0	3,5	2,5	2,5	3,2	3,9	0,0	0,0	0,0	3,3	4,0	1,9	7,1	4,4	1,3	2,4	0,0	0,0
Перец	17,5	12,4	15,0	23,0	18,9	11,8	2,2	20,0	12,5	15,6	12,0	15,5	7,1	13,2	16,3	16,7	12,5	28,6
Shopping live	3,0	0,9	0,0	1,6	4,2	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,2	0,0	2,6	0,4	2,4	0,0	0,0
2x2	4,0	1,8	10,0	4,1	3,2	0,0	0,0	0,0	3,6	1,7	0,0	4,5	14,3	1,8	1,8	0,0	25,0	28,6
РБК	8,0	6,2	7,5	6,6	7,4	9,2	5,4	0,0	5,4	5,0	12,0	9,7	0,0	7,9	7,9	7,1	0,0	0,0
Lifenews	5,0	4,0	7,5	4,9	5,3	2,6	3,2	0,0	5,4	3,3	0,0	6,5	0,0	1,8	3,5	4,8	25,0	28,6
СТС love	5,0	12,8	10,0	5,7	16,8	7,9	6,5	0,0	12,5	8,3	12,0	9,0	14,3	8,8	9,3	9,5	25,0	0,0
Shop24	1,0	1,3	2,5	1,6	2,1	0,0	0,0	0,0	1,8	1,1	0,0	1,3	0,0	0,9	1,3	0,0	0,0	14,3
Disney	9,0	16,4	10,0	20,5	17,9	6,6	4,3	0,0	7,1	11,1	8,0	18,7	7,1	17,5	11,9	4,8	25,0	0,0
Ю ТВ	2,5	5,8	7,5	3,3	5,3	3,9	3,2	20,0	1,8	3,3	4,0	5,2	7,1	2,6	4,8	4,8	0,0	14,3
Доверие	0,5	1,3	0,0	0,0	0,0	3,9	1,1	0,0	0,0	1,7	0,0	0,6	0,0	0,0	0,9	4,8	0,0	0,0
RU TV	7,5	11,1	15,0	13,1	11,6	3,9	4,3	0,0	3,6	7,2	16,0	13,5	21,4	12,3	6,6	9,5	12,5	28,6
Москва 24	8,0	4,9	5,0	4,1	7,4	3,9	10,8	0,0	5,4	6,7	4,0	7,1	7,1	9,6	3,5	4,8	0,0	14,3
EuroNews	3,5	4,4	5,0	2,5	5,3	2,6	5,4	0,0	0,0	3,9	4,0	5,8	7,1	6,1	3,1	2,4	0,0	0,0
360	2,0	1,3	5,0	0,0	2,1	3,9	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	2,6	0,0	2,6	1,8	0,0	0,0	0,0
Discovery	25,0	19,9	20,0	24,6	23,2	26,3	16,1	80,0	23,2	20,6	16,0	23,2	28,6	21,1	20,3	31,0	25,0	42,9
Animal Planet	12,0	12,4	5,0	18,0	8,4	14,5	9,7	20,0	7,1	7,2	12,0	20,0	7,1	14,9	10,1	11,9	12,5	28,6
Моя планета	5,0	11,1	5,0	5,7	7,4	9,2	12,9	0,0	8,9	8,9	12,0	7,1	0,0	8,8	7,9	14,3	0,0	0,0
EuroSport	10,0	0,9	12,5	2,5	9,5	2,6	3,2	0,0	1,8	6,7	8,0	4,5	21,4	7,0	3,5	2,4	12,5	0,0
Феникс плюс	1,0	3,5	0,0	3,3	3,2	2,6	1,1	0,0	3,6	3,9	0,0	0,6	0,0	0,0	4,0	2,4	0,0	0,0
TLC	1,0	2,7	2,5	2,5	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	4,0	3,2	0,0	1,8	1,8	2,4	0,0	14,3
Русское кино	6,0	13,3	10,0	8,2	12,6	7,9	10,8	0,0	5,4	14,4	8,0	7,1	7,1	6,1	12,8	2,4	0,0	0,0
24_DOC	0,0	1,3	0,0	0,0	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	0,9	0,9	0,0	0,0	0,0
TV1000	9,0	5,8	10,0	5,7	11,6	7,9	3,2	0,0	3,6	3,9	12,0	12,3	7,1	9,6	6,2	2,4	0,0	14,3
Comedy	11,5	12,8	12,5	14,8	15,8	7,9	8,6	0,0	17,9	10,6	12,0	12,9	21,4	13,2	10,6	9,5	12,5	28,6

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Спорт + плюс	12,5	3,5	5,0	6,6	7,4	5,3	12,9	0,0	1,8	10,6	16,0	5,2	14,3	8,8	7,0	7,1	0,0	0,0
Travel+	3,0	1,8	5,0	2,5	3,2	1,3	1,1	0,0	0,0	2,2	4,0	3,2	7,1	1,8	1,8	0,0	25,0	0,0
Парк развлечений	1,0	2,2	5,0	0,8	4,2	0,0	0,0	0,0	1,8	1,1%	4,0	1,9	0,0	2,6	1,3	0,0	0,0	0,0
Мир животных	9,0	15,0	7,5	6,6	9,5	17,1	20,4	0,0	23,2	12,8	12,0	8,4	0,0	15,8	12,8	9,5	0,0	0,0
24 Техно	5,0	0,9	2,5	1,6	3,2	3,9	3,2	0,0	0,0	3,3	0,0	3,9	7,1	3,5	2,6	0,0	0,0	14,3
Sony	0,5	1,3	2,5	0,0	0,0	2,6	1,1	0,0	1,8	0,6	0,0	1,3	0,0	1,8	0,4	0,0	0,0	0,0
Мама	0,5	3,1	2,5	4,9	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	4,0	1,3	0,0	3,5	1,8	0,0	0,0	0,0
Никаким каналам кабельного телевидения	18,0	15,9	0,0	17,2	13,7	17,1	26,9	0,0	17,9	18,9	24,0	12,9	7,1	13,2	18,9	23,8	25,0	0,0
Другое	12,0	12,8	12,5	10,7	6,3	11,8	21,5	20,0	17,9	15,6	4,0	7,7	7,1	10,5	11,9	23,8	25,0	0,0
Каким региональным и городским телекомпаниям и телерадиокомпаниям Вы отдадите предпочтение?																		
ТК «СургутИнформТВ»	72,9	73,5	56,8	69,2	75,7	79,5	77,5	80,0	77,6	73,9	72,4	69,9	58,8	69,6	77,9	68,1	75,0	66,7
ТРК «Сургутинтерновости»	48,6	58,5	54,5	44,6	49,5	53,4	70,6	40,0	55,2	56,5	44,8	51,5	52,9	53,0	51,8	68,1	62,5	22,2
ТРК «Регион – Тюмень» (Тюмень)	12,6	9,5	9,1	7,7	6,8	15,9	15,7	0,0	8,6	12,1	10,3	10,4	5,9	17,	9,1	12,8	0,0	0,0
ТРК Сургутского района «Север»	6,1	11,5	2,3	3,1	9,7	12,5	15,7	0,0	8,6	11,1	6,9	6,7	5,9	8,7	7,9	14,9	12,5	0,0
ТРК «ТВК»	3,3	0,4	2,3	0,0	4,9	0,0	2,0	0,0	1,7	2,9	0,0	0,6	0,0	1,7	2,4	0,0	0,0	0,0
ГТРК «Югория» (Ханты-Мансийск)	5,1	6,3	6,8	4,6	1,9	6,8	9,8	0,0	6,9	7,2	6,9	3,1	0,0	4,3	7,1	4,3	0,0	0,0
ОТРК «Югра» (Ханты-Мансийск)	4,2	2,4	2,3	2,3	2,9	0,0	7,8	0,0	1,7	2,9	0,0	4,9	11,8	0,0	3,2	8,5	0,0	0,0
СибТВ	4,2	2,8	2,3	3,1	1,9	6,8	2,9	0,0	1,7	2,9	0,0	4,9	0,0	6,1	2,4	2,1	12,5	0,0
Другое	0,5	0,4	0,0	0,8	0,0	0,0	1,0	0,0	1,7	0,5	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	2,1	0,0	0,0
Не смотрю никакие региональные и городские телекомпании и телерадиокомпании	16,4	10,3	25,0	20,8	11,7	6,8	4,9	20,0	12,1	9,2	24,1	16,6	23,5	15,7	9,9	10,6	12,5	33,3
Почему Вы отдадите предпочтение именно этому (этим) региональным/городским телекомпаниям/телерадиокомпаниям?																		
Всегда актуальная и свежая информация	68,1	74,4	67,6	67,0	69,6	79,2	74,2	100,0	75,0	71,3	69,6	70,0	71,4	70,9	71,7	75,6	71,4	50,0
Адекватные, приятные, интересные ведущие	25,4	26,4	32,4	22,9	20,7	27,3	30,9	0,0	30,8	26,1	21,7	25,0	14,3	27,2	24,8	29,3	14,3	25,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Технические характеристики канала (четкий прием сигнала)	8,1	5,3	5,4	4,6	6,5	2,6	12,4	0,0	5,8	5,3	13,0	7,1	7,1	4,9	6,2	12,2	14,3	0,0
Удобное время выхода передач и новостных блоков	36,2	25,1	35,1	29,4	20,7	35,1	34,0	0,0	19,2	32,4	39,1	29,3	35,7	35,9	24,3	36,6	28,6	0,0
Наличие эксклюзивных выпусков, кадров, информации, ранее не появлявшейся ни на одном канале	14,1	7,9	16,2	14,7	10,9	3,9	9,3	0,0	7,7	10,6	8,7	12,1	28,6	13,6	9,3	9,8	14,3	0,0
Наличие утренних шоу	1,1	1,8	0,0	2,8	2,2	0,0	1,0	0,0	1,9	2,1	0,0	0,7	0,0	0,0	1,3	2,4	14,3	0,0
Наличие большого количества развлекательных программ	2,7	4,0	10,8	2,8	4,3	2,6	1,0	0,0	3,8	2,1	0,0	5,7	21,4	2,9	2,7	0,0	14,3	12,5
Отсутствие большого количества развлекательных программ	2,2	2,2	0,0	1,8	3,3	2,6	2,1	0,0	0,0	1,1	4,3	4,3	0,0	4,9	1,8	0,0	0,0	0,0
Привычка	15,7	22,9	16,2	16,5	23,9	20,8	19,6	0,0	15,4	21,8	26,1	17,9	0,0	14,6	23,9	19,5	14,3	12,5
Другое	1,6	1,3	0,0	0,9	3,3	0,0	2,1	0,0	1,9	1,6	0,0	1,4	0,0	1,9	0,9	0,0	0,0	25,0
Затрудняюсь ответить	4,9	1,8	0,0	7,3	2,2	2,6	1,0	0,0	1,9	2,7	4,3	4,3	7,1	4,9	2,2	2,4	0,0	12,5
Какие телевизионные передачи местных телеканалов Вам наиболее интересны?																		
Новости Сургута	77,8	86,7	66,7	76,8	84,6	91,1	86,9	100,0	83,3	84,7	83,3	79,0	80,0	81,6	83,2	83,3	57,1	87,5
В центре событий	43,8	44,7	46,2	42,9	36,3	49,4	48,5	25,0	61,1	39,5	29,2	47,6	26,7	46,6	42,7	47,6	57,1	37,5
Новости Югры	26,3	19,0	12,8	19,6	22,0	32,9	21,2	25,0	22,2	22,1	16,7	23,8	13,3	23,3	22,0	16,7	42,9	12,5
Вести Югории	9,8	10,2	7,7	8,0	7,7	8,9	16,2	0,0	13,0	10,0	16,7	7,7	0,0	6,8	11,2	16,7	14,3	0,0
Новости Севера	8,8	8,8	5,1	6,3	8,8	13,9	9,1	0,0	5,6	8,4	12,5	9,8	13,3	10,7	7,8	14,3	0,0	0,0
Тип-топ новости	3,1	2,7	2,6	5,4	2,2	1,3	2,0	0,0	1,9	1,6	4,2	4,9	6,7	4,9	2,2	2,4	0,0	0,0
Итоги недели	26,8	26,5	28,2	24,1	22,0	30,4	30,3	0,0	22,2	26,3	29,2	28,7	20,0	27,2	26,3	26,2	14,3	12,5
ТОН	13,4	12,4	7,7	6,3	8,8	20,3	20,2	75,0	18,5	13,7	8,3	7,0	6,7	6,8	13,8	23,8	28,6	12,5
Формула событий	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
За!дело	0,0	0,4	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
Вставай!	13,9	13,7	25,6	16,1	11,0	11,4	11,1	0,0	14,8	14,2	12,5	12,6	20,0	15,5	13,4	11,9	14,3	0,0
Регламент	0,0	0,4	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Эпицентр	0,5	0,9	0,0	0,9	1,1	1,3	0,0	0,0	3,7	0,0	0,0	0,7	0,0	1,0	0,9	0,0	0,0	0,0
Диалог	6,2	4,9	5,1	4,5	7,7	0,0	9,1	0,0	0,0	5,3	4,2	7,7	13,3	5,8	3,0	9,5	14,3	12,5
Не все равно	0,5	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Стройка	1,0	0,9	0,0	0,9	2,2	1,3	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	1,4	6,7	1,9	0,4	0,0	0,0	0,0
Кухня	3,1	3,5	10,3	3,6	2,2	2,5	2,0	0,0	3,7	3,2	8,3	2,8	6,7	2,9	2,6	7,1	14,3	0,0
Затрудняюсь ответить	1,5	1,3	5,1	0,9	2,2	1,3	0,0	0,0	3,7	1,1	4,2	0,7	6,7	1,0	1,7	0,0	0,0	0,0
Другое	0,0	0,4	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0
Ничего из вышеперечисленного	5,7	2,2	5,1	8,9	1,1	1,3	2,0	0,0	0,0	3,2	8,3	5,6	6,7	5,8	3,0	2,4	0,0	12,5
Каким местным периодическим печатным изданиям Вы отдаете предпочтение?																		
Новый город	44,9	35,2	36,4	35,7	38,0	33,3	51,3	66,7	35,0	39,2	35,0	41,4	50,0	39,8	34,7	38,7	40,0	60,0
Сургутская трибуна	44,9	47,8	33,3	35,7	42,3	49,2	65,4	66,7	42,5	52,3	45,0	40,6	28,6	50,0	48,2	35,5	20,0	20,0
Сургутские ведомости	14,3	26,4	18,2	19,0	22,5	9,5	32,1	0,0	17,5	25,4	25,0	17,3	14,3	13,6	22,9	29,0	40,0	10,0
Седьмой Этаж	3,4	6,0	6,1	6,0	5,6	3,2	3,8	0,0	2,5	4,6	0,0	5,3	7,1	4,5	4,7	6,5	0,0	0,0
Нефть Приобья	6,8	3,3	3,0	7,1	5,6	6,3	1,3	0,0	0,0	4,6	10,0	5,3	7,1	6,8	3,5	6,5	0,0	10,0
Северный университет	0,0	1,6	0,0	1,2	1,4	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Мы вместе	2,7	0,5	0,0	3,6	0,0	3,2	0,0	0,0	0,0	1,5	5,0	1,5	0,0	3,4	1,2	0,0	0,0	0,0
Ступени СурГПУ	0,7	1,1	3,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	1,5	7,1	1,1	0,6	0,0	0,0	0,0
Скрижаль	0,7	1,6	3,0	1,2	1,4	1,6	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	1,5	7,1	0,0	1,2	0,0	0,0	10,0
Северный колокол	0,7	1,1	0,0	1,2	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0	0,8	5,0	0,8	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Сибирский газовик	1,4	1,1	3,0	2,4	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	2,3	0,0	0,0	1,8	0,0	20,0	0,0
Магърифат (свет знаний)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
На страже закона	8,8	4,4	9,1	4,8	7,0	9,5	3,8	0,0	7,5	6,9	5,0	6,0	0,0	12,5	5,3	0,0	0,0	0,0
Новое поколение	1,4	1,1	0,0	1,2	2,8	0,0	1,3	0,0	2,5	0,0	5,0	1,5	7,1	2,3	0,6	0,0	0,0	0,0
Профсоюзный выбор	0,7	0,5	3,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0
Электропрофсоюз	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Другое	1,4	1,1	0,0	1,2	0,0	1,6	2,6	0,0	2,5	1,5	0,0	0,8	0,0	1,1	1,8	0,0	0,0	0,0
Никаким местным изданиям	33,3	29,1	36,4	41,7	26,8	38,1	15,4	33,3	35,0	26,9	30,0	34,6	35,7	33,0	31,2	32,3	20,0	40,0
Каким печатным федеральным изданиям Вы отдаете предпочтение?																		

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Московский Комсомолец – Югра (МК-Югра)	12,0	8,0	12,9	8,8	4,2	6,6	17,6	0,0	2,6	12,6	11,1	8,7	13,3	11,6	7,0	9,7	0,0	20,0
Аргументы и факты	38,0	32,0	38,7	26,3	39,4	31,1	40,5	0,0	25,6	35,4	33,3	37,8	46,7	43,0	29,1	38,7	40,0	10,0
Комсомольская правда	19,0	17,1	29,0	18,8	15,5	14,8	17,6	0,0	15,4	16,5	22,2	20,5	20,0	26,7	15,2	9,7	20,0	0,0
Коммерсант	6,3	3,4	3,2	8,8	2,8	4,9	2,7	0,0	0,0	2,4	5,6	7,9	6,7	5,8	5,7	0,0	0,0	0,0
Российская газета	14,8	10,3	19,4	11,3	9,9	13,1	12,2	0,0	5,1	11,0	22,2	14,2	0,0	20,9	8,2	9,7	0,0	20,0
Эксперт	2,8	1,1	0,0	3,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	5,6	2,4	0,0	2,3	1,9	0,0	0,0	10,0
Собеседник	4,2	4,6	3,2	5,0	5,6	4,9	2,7	0,0	2,6	2,4	5,6	6,3	6,7	5,8	3,2	3,2	20,0	0,0
Никаким федеральным изданиям	49,3	54,3	38,7	61,3	49,3	59,0	44,6	100,0	64,1	52,0	50,0	48,0	46,7	41,9	59,5	54,8	20,0	60,0
Другое	0,7	4,0	3,2	2,5	1,4	1,6	4,1	0,0	7,7	3,1	0,0	0,8	0,0	2,3	2,5	3,2	0,0	0,0
Каким радиостанциям Вы отдадите предпочтение?																		
Радио России	17,4	18,4	12,1	16,8	16,9	25,4	16,2	0,0	14,3	16,9	13,6	21,3	13,3	21,7	13,5	11,5	33,3	42,9
Эхо Москвы	7,2	2,5	3,0	4,2	5,6	4,8	5,9	0,0	7,1	3,1	4,5	6,3	0,0	13,0	1,2	3,8	0,0	0,0
ХИТ FM	22,8	30,7	48,5	40,0	22,5	22,2	5,9	20,0	14,3	29,2	40,9	26,8	53,3	27,2	24,6	30,8	33,3	14,3
Серебряный Дождь	17,4	10,4	18,2	14,7	19,7	7,9	10,3	0,0	7,1	14,6	13,6	15,7	6,7	17,4	11,1	26,9	16,7	14,3
Радио «Радио»	2,4	3,1	0,0	2,1	1,4	6,3	2,9	40,0	4,8	2,3	0,0	1,6	0,0	5,4	1,8	0,0	0,0	0,0
Дорожное радио	35,3	41,1	27,3	25,3	43,7	49,2	45,6	40,0	45,2	42,3	45,5	31,5	26,7	32,6	42,7	38,5	33,3	28,6
Юмор FM	8,4	7,4	12,1	8,4	8,5	6,3	5,9	0,0	9,5	6,2	13,6	8,7	13,3	7,6	7,0	7,7	16,7	14,3
Вести FM	7,8	5,5	3,0	5,3	8,5	6,3	8,8	0,0	7,1	2,3	9,1	11,0	20,0	7,6	5,8	7,7	0,0	0,0
Русское Радио	11,4	22,7	21,2	21,1	16,9	12,7	13,2	0,0	14,3	14,6	22,7	20,5	20,0	14,1	18,7	11,5	16,7	28,6
Радио 7	7,2	7,4	6,1	6,3	7,0	9,5	7,4	0,0	7,1	8,5	4,5	6,3	0,0	5,4	8,8	7,7	0,0	0,0
Ретро FM	19,8	25,2	15,2	18,9	25,4	36,5	14,7	0,0	19,0	23,1	18,2	24,4	20,0	25,0	21,6	15,4	0,0	28,6
Авторadio	29,9	22,7	15,2	26,3	22,5	39,7	23,5	60,0	21,4	30,0	13,6	24,4	13,3	27,2	26,3	30,8	16,7	28,6
Радио Шансон	22,2	17,2	3,0	15,8	21,1	23,8	27,9	0,0	31,0	23,1	27,3	11,8	20,0	8,7	25,1	23,1	33,3	0,0
DFM	15,0	15,3	42,4	25,3	12,7	1,6	2,9	0,0	2,4	12,3	13,6	23,6	20,0	22,8	10,5	19,2	33,3	14,3
Радио Югра	4,8	4,9	6,1	3,2	2,8	6,3	7,4	0,0	4,8	5,4	0,0	4,7	6,7	5,4	5,8	0,0	0,0	0,0
Европа Плюс	13,8	12,9	30,3	20,0	15,5	3,2	2,9	0,0	14,3	7,7	22,7	18,1	20,0	15,2	11,1	15,4	16,7	42,9
Наше радио	3,6	1,8	0,0	3,2	4,2	3,2	1,5	0,0	2,4	3,1	0,0	2,4	0,0	2,2	2,9	3,8	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Радио Маяк	10,8	8,0	3,0	10,5	5,6	11,1	13,2	20,0	2,4	9,2	0,0	11,0	6,7	10,9	8,8	7,7	0,0	14,3
Другое	5,4	4,3	0,0	4,2	4,2	3,2	10,3	0,0	11,9	4,6	0,0	3,9	0,0	3,3	5,8	7,7	0,0	0,0
Интернет-порталы какого профиля Вы предпочитаете?																		
Специализированные сайты, профильные	26,8	25,0	36,0	30,7	23,0	20,3	18,5	16,7	20,8	17,9	25,9	35,5	11,1	36,8	19,9	26,5	37,5	36,4
Специализированные чаты и форумы	11,1	11,4	16,0	17,5	9,0	6,8	3,1	16,7	4,2	12,1	11,1	12,4	5,6	9,4	13,7	0,0	25,0	18,2
Социальные сети	60,1	64,0	86,0	67,2	62,0	40,5	58,5	50,0	64,6	56,1	66,7	66,9	77,8	65,0	57,1	70,6	75,0	63,6
Поисковые системы	40,9	47,8	46,0	54,0	42,0	29,7	44,6	33,3	45,8	44,5	37,0	45,6	44,4	43,6	45,1	55,9	50,0	36,4
Новостные сайты	38,9	36,4	44,0	38,7	44,0	29,7	29,2	16,7	35,4	36,4	29,6	40,8	44,4	35,9	40,7	29,4	25,0	18,2
Развлекательные сайты	14,6	14,9	8,0	23,4	13,0	12,2	7,7	0,0	6,3	18,5	18,5	13,0	16,7	17,9	14,2	5,9	12,5	9,1
Образовательные сайты	6,6	15,4	12,0	8,0	10,0	14,9	15,4	16,7	6,3	8,1	11,1	16,0	5,6	12,8	12,4	2,9	0,0	18,2
Фильмы	36,9	28,5	44,0	35,0	35,0	27,0	20,0	66,7	37,5	30,6	44,4	29,6	38,9	35,9	29,2	32,4	62,5	27,3
Сайты о работе	3,0	7,9	8,0	8,0	3,0	5,4	3,1	0,0	4,2	9,8	7,4	1,8	5,6	4,3	4,9	20,6	0,0	0,0
Игровые сайты	8,1	5,3	8,0	5,1	8,0	6,8	6,2	0,0	10,4	9,2	0,0	4,1	0,0	2,6	9,3	5,9	25,0	0,0
Почтовые серверы	8,6	17,5	20,0	15,3	13,0	9,5	9,2	0,0	6,3	9,8	22,2	18,3	5,6	13,7	13,3	20,6	0,0	18,2
Все сайты, нет предпочтений	5,1	4,4	0,0	8,0	3,0	4,1	4,6	0,0	6,3	5,8	7,4	3,0	5,6	5,1	4,9	2,9	0,0	0,0
Нет интернета / не пользуюсь интернетом	2,5	1,8	0,0	0,7	1,0	4,1	6,2	0,0	2,1	2,9	0,0	1,8	0,0	1,7	2,2	5,9	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	2,0	2,2	0,0	0,0	2,0	9,5	0,0	0,0	2,1	3,5	0,0	1,2	0,0	0,9	3,5	0,0	0,0	0,0
Другое	2,0	2,6	2,0	0,7	2,0	2,7	6,2	16,7	4,2	2,3	3,7	1,2	5,6	0,9	3,1	2,9	0,0	0,0
Укажите, пожалуйста, какие из перечисленных Интернет-сайтов Вы знаете?																		
Портал Администрации г. Сургут (www.admsurgut.ru)	53,6	67,2	54,3	68,5	59,3	53,6	60,0	16,7	48,8	60,7	60,0	65,2	55,6	61,9	61,9	59,3	37,5	60,0
Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры (http://www.admhmao.ru)	17,3	21,1	21,7	21,3	18,6	15,9	18,2	0,0	9,3	16,6	20,0	24,8	33,3	22,1	15,5	29,6	0,0	30,0
Сайт Думы г. Сургут (http://www.dumasurgut.ru/www)	16,2	21,1	13,0	17,3	16,3	13,0	38,2	16,7	11,6	19,3	16,0	21,1	27,8	18,6	19,6	22,2	12,5	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Региональный информационный центр «Югра» (http://www.informugra.ru/news/)	5,0	4,9	6,5	2,4	5,8	4,3	9,1	0,0	4,7	3,4	0,0	6,8	16,7	8,8	2,6	3,7	0,0	0,0
Информационное агентство России «ТАСС» (http://tass.ru)	11,2	7,4	8,7	8,7	8,1	15,9	3,6	0,0	4,7	4,1	24,0	13,0	11,1	15,9	5,2	11,1	12,5	10,0
Информационное агентство Интерфакс (http://www.interfax.ru)	4,5	5,9	4,3	7,1	7,0	2,9	1,8	16,7	9,3	4,1	0,0	5,6	0,0	7,1	4,1	11,1	12,5	0,0
«Аргументы и Факты-Югра» (www.yugra.aif.ru)	9,5	10,8	21,7	9,4	10,5	1,4	12,7	16,7	14,0	6,9	20,0	10,6	11,1	16,8	6,7	11,1	0,0	0,0
Сайт «Московский Комсомолец» - Югра» (http://ugra.mk.ru/)	2,8	4,4	6,5	4,7	2,3	2,9	1,8	0,0	4,7	3,4	4,0	3,7	5,6	3,5	2,6	11,1	0,0	0,0
Деловое информационное пространство РБК (http://t.rbc.ru)	9,5	4,4	8,7	8,7	4,7	7,2	3,6	0,0	4,7	4,8	12,0	8,7	5,6	9,7	5,7	3,7	0,0	10,0
Новостной портал LifeNews (http://lifenews.ru)	8,9	10,3	13,0	7,9	12,8	8,7	7,3	0,0	9,3	6,9	4,0	13,7	11,1	8,8	9,3	14,8	0,0	20,0
Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры» (http://www.ugra-news.ru/)	1,1	2,9	2,2	2,4	2,3	2,9	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	4,3	11,1	2,7	1,5	0,0	0,0	0,0
Интернет-портал SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru)	11,2	12,3	13,0	15,0	10,5	8,7	9,1	0,0	11,6	11,7	0,0	14,3	5,6	13,3	8,8	22,2	12,5	30,0
Информационное агентство Югра PRO (http://www.ugrapro.ru/)	1,1	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	4,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный новостной портал ХМАО-Югры «ПолитГид» (http://polit-gid.ru/)	2,2	1,5	6,5	0,0	1,2	1,4	3,6	0,0	4,7	2,1	0,0	1,2	0,0	2,7	1,0	0,0	0,0	10,0
Информационное агентство «Ура.ру» (http://www.ura.ru/)	1,1	0,5	2,2	0,8	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,6	0,0	0,9	0,5	0,0	0,0	0,0
Интернет-газета «Правда УрФО» (http://pravdaurfo.ru/)	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (http://www.siapress.ru/) Сайт	8,9	8,8	13,0	12,6	9,3	2,9	3,6	0,0	2,3	7,6	12,0	11,8	16,7	11,5	4,1	14,8	25,0	10,0
Сайт ГТРК «Югория» (http://www.ugoria.tv)	0,0	2,0	4,3	0,0	1,2	1,4	0,0	16,7	0,0	1,4	0,0	0,6	0,0	0,9	1,5	0,0	0,0	0,0
Сайт телеканала «Югра» (www.ugra-tv.ru)	0,0	2,0	0,0	1,6	0,0	0,0	3,6	0,0	2,3	1,4	0,0	0,6	0,0	0,9	1,0	0,0	0,0	0,0
Сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru)	5,6	11,3	15,2	12,6	5,8	4,3	3,6	33,3	4,7	7,6	12,0	9,3	11,1	12,4	7,2	7,4	0,0	0,0
Экспертный канал «Уралполит.ру» (http://www.uralpolit.ru/)	0,6	1,0	2,2	0,8	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	0,0	0,9	0,5	0,0	0,0	10,0
Сайт Радиоканала «Югра» (http://radio-ugra.ru)	0,0	2,0	0,0	0,8	2,3	1,4	0,0	0,0	0,0	0,7	4,0	1,2	0,0	0,9	1,5	0,0	0,0	0,0
Сайт журналов «Югра», «Старт» (www.ugra-start.ru)	0,6	0,5	0,0	0,0	1,2	1,4	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0
Интернет-газета «Знак.ком» (http://www.znak.com/)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Агентство нефтегазовой информации Самотлор-экспресс (http://www.angi.ru/)	1,1	0,5	0,0	0,8	2,3	0,0	0,0	0,0	2,3	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	10,0
Интернет-газета «Югра-Информ» (http://www.ugrainform.ru/)	2,2	2,5	2,2	0,0	5,8	4,3	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	5,0	11,1	2,7	1,0	3,7	12,5	0,0
Интернет-журнал U-ХРОНИКИ (http://uhron.com/)	0,0	0,5	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Сайт UgraNow (http://www.ugranow.ru/)	0,6	1,5	4,3	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	4,0	1,2	5,6	0,9	1,0	0,0	0,0	0,0
Бизнес-портал «Инвестор» (http://www.portal-investor.ru/)	1,1	0,5	0,0	0,0	3,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	1,2	0,0	1,8	0,0	3,7	0,0	0,0
Информационное агентство Мангазея (http://www.mngz.ru/)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Информационное агентство «Муксун.fm» (http://muksun.fm/)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ИА «Накануне» (http://www.nakanune.ru/)	0,6	1,0	2,2	0,0	0,0	1,4	1,8	0,0	0,0	1,4	0,0	0,6	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ИА «Уралинформбюро» (http://www.uralinform.ru/)	0,6	1,0	4,3	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,6	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный портал ЕрмакИнфо (http://ermakinfo.ru/)	1,7	1,0	2,2	0,0	1,2	2,9	1,8	0,0	0,0	0,7	0,0	2,5	0,0	3,5	0,5	0,0	0,0	0,0
Сайт Объединенной редакции национальных газет «Ханты ясанг» и «Луима сэрипос» (http://khanty-yasang.ru/)	0,6	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный портал Про Сургут (http://pro-surgut.ru/)	2,8	6,4	4,3	4,7	4,7	7,2	1,8	50,0	2,3	3,4	4,0	5,0	5,6	6,2	5,2	0,0	0,0	0,0
Информационный канал Чиновник.ру (http://www.chinovnic.ru/)	3,4	2,0	2,2	3,9	1,2	2,9	1,8	0,0	2,3	2,8	0,0	2,5	0,0	1,8	3,1	0,0	0,0	0,0
Другое	4,5	4,4	2,2	2,4	5,8	8,7	3,6	0,0	7,0	4,1	0,0	5,0	5,6	2,7	4,6	11,1	0,0	10,0
Затрудняюсь ответить	24,6	15,7	15,2	18,1	17,4	24,6	25,5	33,3	32,6	23,4	12,0	14,3	16,7	13,3	22,7	18,5	37,5	30,0
Укажите, пожалуйста, каким из перечисленных Интернет-сайтов Вы доверяете																		
Портал Администрации г. Сургут (www.admsurgut.ru)	46,6	61,3	52,5	57,0	57,3	49,0	52,2	33,3	42,4	53,2	60,9	57,1	66,7	56,3	54,7	52,2	42,9	33,3
Единый официальный сайт органов государственной власти ХМАО-Югры (http://www.adhmao.ru)	15,8	19,1	17,5	17,8	14,7	19,6	19,6	0,0	6,1	12,9	26,1	23,3	33,3	22,9	12,6	17,4	14,3	22,2
Сайт Думы г. Сургут (http://www.dumasurgut.ru/www)	12,3	17,9	10,0	14,0	12,0	11,8	32,6	0,0	15,2	16,1	13,0	15,8	0,0	15,6	18,2	17,4	0,0	0,0
Региональный информационный центр «Югра» (http://www.informugra.ru/news/)	4,8	5,2	10,0	6,5	2,7	3,9	2,2	0,0	6,1	2,4	0,0	7,5	13,3	7,3	3,8	4,3	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Информационное агентство России «ТАСС» (http://tass.ru)	13,0	5,8	5,0	6,5	10,7	17,6	6,5	0,0	12,1	2,4	8,7	15,0	6,7	12,5	6,9	8,7	14,3	22,2
Информационное агентство Интерфакс (http://www.interfax.ru)	6,8	3,5	5,0	7,5	6,7	0,0	2,2	0,0	12,1	3,2	4,3	5,3	6,7	8,3	1,3	13,0	14,3	11,1
«Аргументы и Факты-Югра» (www.yugra.aif.ru)	8,2	10,4	12,5	8,4	12,0	2,0	13,0	0,0	15,2	5,6	26,1	9,0	6,7	13,5	8,8	0,0	0,0	11,1
Сайт «Московский Комсомолец» - Югра» (http://ugra.mk.ru/)	0,7	3,5	0,0	2,8	1,3	3,9	2,2	0,0	0,0	2,4	0,0	3,0	6,7	2,1	2,5	0,0	0,0	0,0
Деловое информационное пространство РБК (http://t.rbc.ru)	8,2	4,6	10,0	5,6	5,3	9,8	2,2	0,0	6,1	4,8	8,7	7,5	6,7	8,3	4,4	8,7	0,0	11,1
Новостной портал LifeNews (http://lifenews.ru)	6,2	5,8	12,5	2,8	8,0	7,8	2,2	0,0	9,1	4,0	0,0	8,3	6,7	4,2	5,7	13,0	14,3	0,0
Портал ОАО «Издательский дом «Новости Югры»» (http://www.ugra-news.ru/)	2,1	3,5	2,5	1,9	2,7	3,9	4,3	0,0	3,0	0,8	4,3	4,5	6,7	2,1	3,1	0,0	0,0	0,0
Интернет-портал SITV.RU (сайт ТК «СургутИнформ-ТВ» (www.sitv.ru)	10,3	13,3	25,0	15,0	5,3	9,8	6,5	0,0	15,2	12,9	4,3	12,0	20,0	14,6	8,2	17,4	0,0	33,3
Информационное агентство Югра PRO (http://www.ugrapro.ru/)	0,7	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный новостной портал ХМАО-Югры «ПолитГид» (http://polit-gid.ru/)	3,4	1,2	5,0	0,9	2,7	2,0	2,2	0,0	3,0	1,6	4,3	2,3	0,0	3,1	1,3	0,0	14,3	11,1
Информационное агентство «Ура.ру» (http://www.ura.ru/)	0,7	0,0	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Интернет-газета «Правда УрФО» (http://pravdaurfo.ru/)	1,4	0,0	2,5	0,0	0,0	0,0	2,2	0,0	0,0	0,8	0,0	0,8	0,0	1,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Интернет-портал «СИА-ПРЕСС» (http://www.siapress.ru/)Сайт	7,5	8,7	10,0	12,1	6,7	3,9	4,3	0,0	3,0	7,3	4,3	11,3	6,7	13,5	3,8	4,3	14,3	11,1
Сайт ГТРК «Югория»	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
(http://www.ugoria.tv)																		
Сайт телеканала «Югра» (www.ugra-tv.ru)	0,0	1,2	0,0	0,9	0,0	0,0	2,2	0,0	3,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
Сайт ТРК «Сургутинтерновости» (www.in-news.ru)	6,8	6,9	7,5	10,3	4,0	5,9	4,3	33,3	3,0	6,5	13,0	6,8	0,0	9,4	6,9	4,3	0,0	0,0
Экспертный канал «Уралполит.ру» (http://www.uralpolit.ru/)	0,0	0,6	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1
Сайт Радиоканала «Югра» (http://radio-ugra.ru)	0,0	1,7	0,0	0,9	1,3	2,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	1,5	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0
Сайт журналов «Югра», «Старт» (www.ugra-start.ru)	0,7	0,6	0,0	0,0	1,3	2,0	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
Интернет-газета «Знак.ком» (http://www.znak.com/)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Агентство нефтегазовой информации Самотлор-экспресс (http://www.angi.ru/)	0,7	1,2	0,0	0,9	1,3	2,0	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	1,5	6,7	0,0	0,0	0,0	14,3	11,1
Интернет-газета «Югра-Информ» (http://www.ugrainform.ru/)	2,1	1,7	0,0	0,9	4,0	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,5	6,7	3,1	1,3	0,0	0,0	0,0
Интернет-журнал U-ХРОНИКИ (http://uhron.com/)	0,0	0,6	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Сайт UgraNow (http://www.ugranow.ru/)	0,7	1,2	5,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	4,3	0,8	6,7	1,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Бизнес-портал «Инвестор» (http://www.portal-investor.ru/)	1,4	0,0	2,5	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,8	0,0	1,0	0,6	0,0	0,0	0,0
Информационное агентство Мангазея (http://www.mngz.ru/)	0,0	0,6	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационное агентство «Мукусун.fm» (http://muksun.fm/)	1,4	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	11,1
ИА «Накануне»	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
(http://www.nakanune.ru/)																		
ИА «Уралинформбюро» (http://www.uralinform.ru/)	0,0	0,6	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный портал ЕрмакИнфо (http://ermakinfo.ru/)	2,7	1,7	2,5	0,0	2,7	5,9	2,2	0,0	0,0	0,8	0,0	4,5	6,7	4,2	1,3	0,0	0,0	0,0
Сайт Объединенной редакции национальных газет «Ханты ясанг» и «Луима сэрипос» (http://khanty-yasang.ru/)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Информационный портал Про Сургут (http://pro-surgut.ru/)	2,1	5,8	5,0	3,7	5,3	5,9	0,0	0,0	0,0	2,4	8,7	6,0	6,7	6,3	3,1	4,3	0,0	0,0
Информационный канал Чиновник.ру (http://www.chinovnic.ru/)	1,4	0,6	0,0	1,9	0,0	0,0	2,2	0,0	3,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	0,0
Другое	4,8	2,3	5,0	0,9	2,7	7,8	4,3	0,0	9,1	2,4	4,3	3,0	6,7	2,1	2,5	13,0	0,0	11,1
Затрудняюсь ответить	29,	19,1	15,0	24,3	22,7	25,5	30,4	66,7	27,3	26,6	17,4	21,1	13,3	17,7	27,7	17,4	42,9	33,3
На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события <u>НАИБОЛЕЕ</u> объективно?																		
Телевидение	61,4	68,4	59,2	60,7	55,7	70,3	79,6	50,0	73,4	71,9	62,1	54,5	64,7	61,0	66,8	61,2	55,6	54,5
Интернет	29,8	35,9	46,9	47,1	32,1	24,2	15,3	33,3	31,3	27,1	31,0	41,0	35,3	36,6	32,8	22,4	33,3	36,4
Газеты, журналы (пресса)	11,8	16,4	14,3	10,0	17,0	7,7	23,5	0,0	12,5	13,8	20,7	15,2	17,6	10,6	14,3	12,2	33,3	18,2
Радио	12,3	11,3	12,2	12,9	10,4	11,0	12,2	0,0	7,8	11,3	10,3	14,0	11,8	13,8	9,7	14,3	11,1	18,2
Местные СМИ	16,2	19,1	16,3	14,3	14,2	18,7	26,5	0,0	14,1	17,7	13,8	19,7	0,0	25,2	15,8	16,3	22,2	9,1
Другие	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	1,1	1,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0
Нет таких	9,2	6,3	4,1	10,0	8,5	5,5	7,1	0,0	9,4	5,9	3,4	10,1	11,8	5,7	7,3	10,2	11,1	18,2
Все, многие	3,9	3,5	6,1	3,6	6,6	3,3	0,0	0,0	1,6	5,4	0,0	3,4	0,0	6,5	2,7	6,1	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	11,4	9,0	8,2	8,6	11,3	13,2	9,2	16,7	6,3	9,9	6,9	12,4	5,9	8,9	11,6	10,2	11,1	9,1
На Ваш взгляд, какие именно средства массовой информации освещают события <u>НАИМЕНЕЕ</u> объективно?																		
Телевидение	22,0	20,2	30,2	22,6	22,1	15,7	18,3	0,0	11,9	21,0	19,2	25,0	17,6	22,9	20,1	22,4	12,5	33,3
Интернет	11,9	14,5	18,6	10,9	14,4	7,9	18,3	50,0	10,2	11,5	11,5	14,5	11,8	13,6	11,8	14,3	0,0	55,6

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Газеты, журналы (пресса)	8,7	9,3	11,6	10,9	7,7	5,6	9,7	0,0	11,9	4,5	15,4	12,2	0,0	8,5	7,9	12,2	0,0	55,6
Радио	3,2	3,6	2,3	5,1	1,9	2,2	4,3	0,0	3,4	3,5	0,0	4,1	5,9	1,7	3,5	6,1	0,0	11,1
Местные СМИ	2,8	1,2	2,3	2,2	1,9	1,1	2,2	0,0	1,7	1,5	3,8	2,3	5,9	1,7	1,2	4,1	0,0	0,0
Другие	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Нет таких	11,9	18,5	16,3	16,8	14,4	13,5	16,1	16,7	13,6	14,5	23,1	15,7	23,5	11,9	16,9	14,3	25,0	11,1
Все, многие	14,7	11,3	14,0	15,3	14,4	11,2	8,6	16,7	10,2	12,5	11,5	14,5	17,6	12,7	12,6	10,2	25,0	11,1
Затрудняюсь ответить	37,2	33,9	23,3	32,1	34,6	44,9	37,6	16,7	44,1	40,0	26,9	29,7	17,6	40,7	34,6	34,7	37,5	11,1
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают политические темы?																		
Удовлетворён полностью	12,5	16,7	12,8	14,5	8,7	21,6	16,0	0,0	22,6	14,3	10,3	13,3	5,6	15,7	15,3	17,4	11,1	9,1
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	28,1	31,7	38,3	33,3	33,0	19,3	28,0	60,0	37,1	29,1	34,5	27,2	33,3	33,9	31,8	8,7	22,2	18,2
Удовлетворён относительно	33,9	29,0	34,0	30,4	32,0	35,2	27,0	0,0	24,2	32,0	31,0	33,5	38,9	28,9	30,2	39,1	22,2	27,3
Скорее не удовлетворён	9,4	6,3	4,3	5,1	9,7	10,2	9,0	0,0	3,2	8,4	3,4	9,8	5,6	5,8	8,6	8,7	22,2	9,1
Не удовлетворён	8,0	6,3	2,1	8,7	6,8	4,5	10,0	20,0	4,8	6,4	10,3	8,1	16,7	7,4	6,3	8,7	11,1	9,1
Затрудняюсь ответить	8,0	9,9	8,5	8,0	9,7	9,1	10,0	20,0	8,1	9,9	10,3	8,1	0,0	8,3	7,8	17,4	11,1	27,3
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают проблемы коррупции?																		
Удовлетворён полностью	6,3	8,7	4,2	8,0	7,8	11,4	5,1	0,0	16,1	5,5	6,9	7,5	0,0	9,2	8,2	6,5	11,1	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	26,6	24,5	29,2	32,1	19,4	17,0	28,3	66,7	33,9	26,4	31,0	18,5	16,7	26,1	27,7	15,2	22,2	18,2
Удовлетворён относительно	26,6	33,2	35,4	29,2	30,1	30,7	28,3	0,0	24,2	33,3	24,1	30,1	55,6	26,1	31,6	23,9	0,0	27,3
Скорее не удовлетворён	15,8	10,3	12,5	8,0	17,5	20,5	8,1	0,0	9,7	10,0	13,8	17,9	5,6	16,0	12,9	6,5	22,2	9,1
Не удовлетворён	18,0	13,4	8,3	15,3	15,5	11,4	23,2	16,7	9,7	17,4	10,3	16,8	22,2	14,3	11,7	34,8	33,3	27,3
Затрудняюсь ответить	6,8	9,9	10,4	7,3	9,7	9,1	7,1	16,7	6,5	7,5	13,8	9,2	0,0	8,4	7,8	13,0	11,1	18,2
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают экономические проблемы?																		
Удовлетворён полностью	6,7	11,3	8,3	8,8	6,9	14,0	8,2	0,0	17,7	7,0	6,9	9,5	0,0	11,9	9,1	10,9	0,0	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	29,6	32,0	41,7	35,8	27,5	23,3	28,9	50,0	41,9	32,3	41,4	22,6	23,5	28,0	34,3	19,6	33,3	27,3
Удовлетворён относительно	31,4	34,0	31,3	28,5	38,2	34,9	32,0	0,0	24,2	32,8	20,7	38,1	47,1	35,6	31,5	28,3	11,1	36,4

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Скорее не удовлетворён	13,9	9,3	6,3	10,2	14,7	14,0	10,3	0,0	8,1	10,4	10,3	14,9	5,9	11,9	11,4	15,2	11,1	9,1
Не удовлетворён	10,3	6,1	6,3	9,5	4,9	5,8	12,4	16,7	4,8	8,5	10,3	8,3	23,5	5,9	5,9	17,4	33,3	9,1
Затрудняюсь ответить	8,1	7,3	6,3	7,3	7,8	8,1	8,2	33,3	3,2	9,0	10,3	6,5	0,0	6,8	7,9	8,7	11,1	18,2
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают социальные проблемы?																		
Удовлетворён полностью	9,5	12,4	4,2	14,2	5,8	18,4	9,1	0,0	18,0	8,9	13,8	11,2	11,1	14,3	9,5	15,2	0,0	9,1
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	30,6	33,7	39,6	36,6	28,2	27,6	31,3	50,0	27,9	32,7	48,3	30,6	22,2	38,7	31,3	19,6	33,3	18,2
Удовлетворён относительно	27,5	30,5	25,0	25,4	34,0	27,6	32,3	0,0	36,1	30,2	0,0	30,0	44,4	25,2	30,6	30,4	11,1	27,3
Скорее не удовлетворён	16,2	10,8	22,9	8,2	18,4	12,6	11,1	16,7	8,2	11,4	20,7	16,5	16,7	9,2	15,1	13,0	22,2	18,2
Не удовлетворён	9,5	5,6	2,1	9,0	6,8	6,9	9,1	16,7	4,9	8,9	6,9	6,5	5,6	6,7	7,5	8,7	22,2	9,1
Затрудняюсь ответить	6,8	6,8	6,3	6,7	6,8	6,9	7,1	16,7	4,9	7,9	10,3	5,3	0,0	5,9	6,0	13,0	11,1	18,2
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают социальные проблемы ЖКХ и ЖКУ?																		
Удовлетворён полностью	6,3	11,5	2,1	10,2	4,9	15,9	9,0	0,0	13,1	9,3	10,3	7,6	0,0	9,3	9,8	12,5	0,0	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	22,3	29,8	39,6	29,2	25,2	20,5	22,0	50,0	31,1	23,5	41,4	24,4	27,8	32,2	25,8	14,6	22,2	18,2
Удовлетворён относительно	27,7	26,2	20,8	25,5	28,2	26,1	31,0	0,0	24,6	29,9	17,2	25,6	33,3	26,3	27,7	25,0	11,1	9,1
Скорее не удовлетворён	19,6	14,7	20,8	13,9	22,3	18,2	13,0	16,7	14,8	13,2	17,2	22,7	16,7	14,4	18,0	16,7	11,1	27,3
Не удовлетворён	17,0	11,5	10,4	13,9	12,6	12,5	19,0	16,7	9,8	16,7	6,9	14,0	16,7	11,0	13,3	18,8	44,4	27,3
Затрудняюсь ответить	7,1	6,3	6,3	7,3	6,8	6,8	6,0	16,7	6,6	7,4	6,9	5,8	5,6	6,8	5,5	12,5	11,1	18,2
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают деятельность Администрации?																		
Удовлетворён полностью	5,9	13,3	8,5	9,6	5,9	16,1	9,1	0,0	16,4	9,0	10,3	8,7	5,6	10,3	10,2	8,5	22,2	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	26,2	29,3	36,2	33,3	22,5	19,5	29,3	50,0	32,8	27,1	51,7	22,7	33,3	34,5	25,2	23,4	22,2	18,2
Удовлетворён относительно	30,3	30,1	19,1	26,7	37,3	33,3	30,3	0,0	23,0	32,2	10,3	33,7	33,3	23,3	35,4	23,4	11,1	9,1
Скорее не удовлетворён	11,8	10,4	17,0	9,6	12,7	11,5	8,1	0,0	6,6	9,5	6,9	15,7	11,1	14,7	9,1	12,8	11,1	27,3
Не удовлетворён	17,2	8,8	8,5	11,9	11,8	12,6	17,2	16,7	14,8	14,1	10,3	11,0	11,1	9,5	13,0	19,1	22,2	18,2
Затрудняюсь ответить	8,6	8,0	10,6	8,9	9,8	6,9	6,1	33,3	6,6	8,0	10,3	8,1	5,6	7,8	7,1	12,8	11,1	27,3
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают деятельность Думы города?																		

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Удовлетворён полностью	6,8	11,6	8,3	8,2	4,9	14,8	11,0	0,0	13,3	9,5	10,3	8,1	5,6	9,4	9,4	10,9	22,2	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	23,4	29,6	37,5	32,8	24,5	14,8	26,0	50,0	35,0	26,4	31,0	22,7	33,3	30,8	25,1	19,6	22,2	9,1
Удовлетворён относительно	31,1	30,8	25,0	27,6	33,3	38,6	29,0	0,0	30,0	30,8	24,1	32,6	33,3	26,5	36,1	21,7	0,0	18,2
Скорее не удовлетворён	14,0	10,0	14,6	10,4	15,7	13,6	7,0	0,0	6,7	10,9	10,3	15,7	11,1	12,0	11,4	13,0	11,1	36,4
Не удовлетворён	15,3	8,8	4,2	10,4	10,8	11,4	19,0	16,7	10,0	14,4	10,3	9,9	11,1	11,1	10,6	19,6	22,2	18,2
Затрудняюсь ответить	9,5	9,2	10,4	10,4	10,8	6,8	8,0	33,3	5,0	8,0	13,8	11,0	5,6	10,3	7,5	15,2	22,2	18,2
Вы лично удовлетворены тем, как СМИ города Сургута освещают деятельность Главы города?																		
Удовлетворён полностью	6,8	12,0	12,5	7,4	5,9	14,8	10,1	0,0	13,3	9,0	13,8	8,7	5,6	11,0	9,4	8,7	22,2	0,0
Скорее удовлетворён, чем не удовлетворён	25,2	27,6	31,3	33,3	22,5	15,9	28,3	50,0	36,7	27,4	37,9	19,2	22,2	32,2	26,4	13,0	22,2	9,1
Удовлетворён относительно	27,5	30,0	25,0	26,7	33,3	31,8	26,3	0,0	28,3	26,9	10,3	34,3	33,3	23,7	31,5	30,4	0,0	27,3
Скорее не удовлетворён	12,2	10,8	12,5	7,4	15,7	15,9	8,1	0,0	5,0	11,9	6,9	14,5	5,6	10,2	12,2	8,7	11,1	27,3
Не удовлетворён	18,5	10,4	8,3	14,8	11,8	13,6	19,2	16,7	10,0	17,4	17,2	11,6	27,8	11,9	12,6	23,9	22,2	18,2
Затрудняюсь ответить	9,9	9,2	10,4	10,4	10,8	8,0	8,1	33,3	6,7	7,5	13,8	11,6	5,6	11,0	7,9	15,2	22,2	18,2
Скажите, пожалуйста, какие места для Вас предпочтительнее для получения прессы?																		
Почтовый ящик	38,8	51,6	41,2	35,5	40,2	52,8	61,5	50,0	42,9	45,3	48,4	44,8	47,4	50,8	45,5	37,5	22,2	25,0
Специализированные стенды при входе в магазины	4,4	9,8	2,0	7,2	8,4	7,9	8,3	0,0	11,1	6,4	6,5	7,5	0,0	5,6	7,9	10,4	0,0	8,3
Специализированные стенды при входе в общественные учреждения	5,3	3,1	7,8	2,9	3,7	2,2	6,3	0,0	4,8	3,0	9,7	4,0	5,3	3,2	4,0	6,3	0,0	8,3
Специализированные стенды при входе в муниципальные учреждения	0,9	0,4	2,0	0,0	0,9	1,1	0,0	0,0	1,6	0,0	3,2	0,6	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0
В газетных киосках	12,8	11,0	7,8	14,5	10,3	10,1	13,5	16,7	12,7	12,3	6,5	11,5	26,3	10,5	10,7	12,5	11,1	0,0
На работе (доставка в учреждения и организации)	5,7	6,7	7,8	8,0	6,5	3,4	5,2	0,0	3,2	3,4	9,7	10,3	10,5	8,9	5,1	4,2	22,2	0,0
Электронная почта, в электронном варианте	19,4	19,3	33,3	23,2	20,6	12,4	11,5	16,7	7,9	14,3	25,8	28,7	31,6	25,0	17,0	14,6	22,2	25,0

Переменные	Пол		Возраст					Уровень образования					Материальное положение					
	Мужчины	Женщины	18-24	25-34	35-44	45-54	55 +	Неполное общее среднее	Полное общее среднее	Среднее специальное образование	Незаконченное высшее образование	Высшее образование	Мы всем обеспечены, считаем, что живем очень хорошо	Живем хорошо, без особых материальных проблем	Живем средне	Трудное материальное положение, приходится на всем экономить	Живем очень бедно, еле сводим концы с концами	Затрудняюсь ответить
Не читаю прессу	27,8	16,1	21,6	27,5	19,6	22,5	14,6	16,7	23,8	23,6	19,4	19,5	15,8	16,1	22,9	25,0	33,3	41,7
Другое	2,2	2,8	2,0	1,4	1,9	2,2	5,2	0,0	0,0	4,9	0,0	1,1	0,0	1,6	3,2	4,2	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	7,0	4,7	2,0	6,5	6,5	10,1	2,1	16,7	11,1	6,4	0,0	4,0	5,3	1,6	6,3	12,5	0,0	16,7
Назовите места, где Вы чаще всего заходите в сеть Интернет?																		
Дома	82,5	85,0	95,8	93,5	86,9	78,8	64,1	100,0	74,2	81,0	79,3	91,1	89,5	89,8	84,5	67,4	66,7	91,7
На работе	30,4	26,1	25,0	39,1	34,6	21,2	12,0	33,3	19,4	23,0	34,5	36,1	26,3	30,5	27,9	21,7	55,6	8,3
В Интернет-клубе	0,5	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
В учебном заведении	0,5	2,8	10,4	0,7	0,9	1,2	0,0	16,7	0,0	1,0	10,3	1,2	0,0	1,7	2,4	0,0	0,0	0,0
В библиотеке	0,9	1,2	0,0	2,2	0,9	0,0	1,1	0,0	0,0	1,0	0,0	1,8	0,0	3,4	0,4	0,0	0,0	0,0
В зонах свободного доступа к WI-FI (ПАРКИ, СКВЕРЫ)	6,0	4,3	12,5	5,8	5,6	1,2	3,3	0,0	3,2	4,5	0,0	7,7	10,5	10,2	2,4	4,3	11,1	8,3
В торговых центрах	1,4	1,2	2,1	2,9	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	3,4	1,2	5,3	0,8	1,6	0,0	0,0	0,0
Другое	0,9	0,8	2,1	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	1,0	3,4	0,0	5,3	0,8	0,8	0,0	0,0	0,0
Не пользуюсь интернетом	13,8	9,9	0,0	0,7	4,7	21,2	33,7	0,0	19,4	16,5	6,9	4,1	5,3	5,9	11,2	30,4	11,1	8,3