



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Москва, 2019 г.

Источник : всероссийские опросы ВЦИОМ 2011, 2017, 2018, 2019 гг.

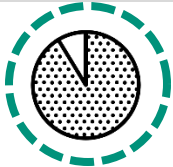








МЕТОДИКА ОПРОСОВ «ЭКСПРЕСС» И «ВЦИОМ-СПУТНИК»

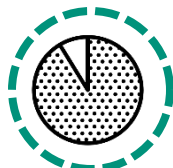








ОБЪЕМ ВЫБОРКИ: **РЕПРЕЗЕНТИРУЕТ:** **ТИП ВЫБОРКИ:** **ПОГРЕШНОСТЬ:** **ТИП ИНТЕРВЬЮ:** **ОХВАТ:** **КОНТРОЛЬ:**

«ЭКСПРЕСС» (еженедельный опрос)

 <p>1600 Респондентов (2011 г.)</p>	 <p>Взрослое население РФ (18+) по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта</p>	 <p>многоступенчатая, стратифицированная, территориальная</p>	 <p>3,5%</p>	 <p>Формализованное личное интервью, при котором интервьюер по месту жительства респондента устно задает вопросы и собственноручно фиксирует ответы</p>	 <p>46 регионов России 130 точек опроса</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - аудиоконтроль (прослушивание) не менее 10% анкет - контроль продолжительности интервью - GPS-контроль 100% анкет
--	--	--	--	--	--	--

«ВЦИОМ-СПУТНИК» (ежедневный опрос)

 <p>1800 Респондентов (11-13 октября 2017 г.)</p> <p>1600 Респондентов (16 октября 2018 г.)</p> <p>1600 Респондентов (14 ноября 2019 г.)</p>	 <p>Взрослое население РФ (18+) по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта</p>	 <p>стратифицированная двухосновная случайная, построена на основе полного списка телефонных номеров (стационарных и мобильных), задействованных на территории РФ</p>	 <p>2,5% - в 2017 г. 2,5% - в 2018 г. 2,5% - в 2019 г.</p>	 <p>Формализованное телефонное интервью, при котором интервьюер задает вопросы и фиксирует ответы</p>	 <p>не менее 80 регионов, 500 городов и ПГТ, 100 сел</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - аудиоконтроль (прослушивание) не менее 10% интервью - контроль продолжительности интервью
--	---	---	---	---	---	---

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ



В течение последнего года Вы видели, слышали социальную рекламу или нет? (открытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Если Вы видели, слышали социальную рекламу, то чему она была посвящена?

(открытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных, представлены ответы, названные не менее чем 1% респондентов)



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: КАНАЛЫ ПОЛУЧЕНИЯ



Где именно за последний год Вы видели, слышали социальную рекламу?

(закрытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто видел/слышал социальную рекламу)



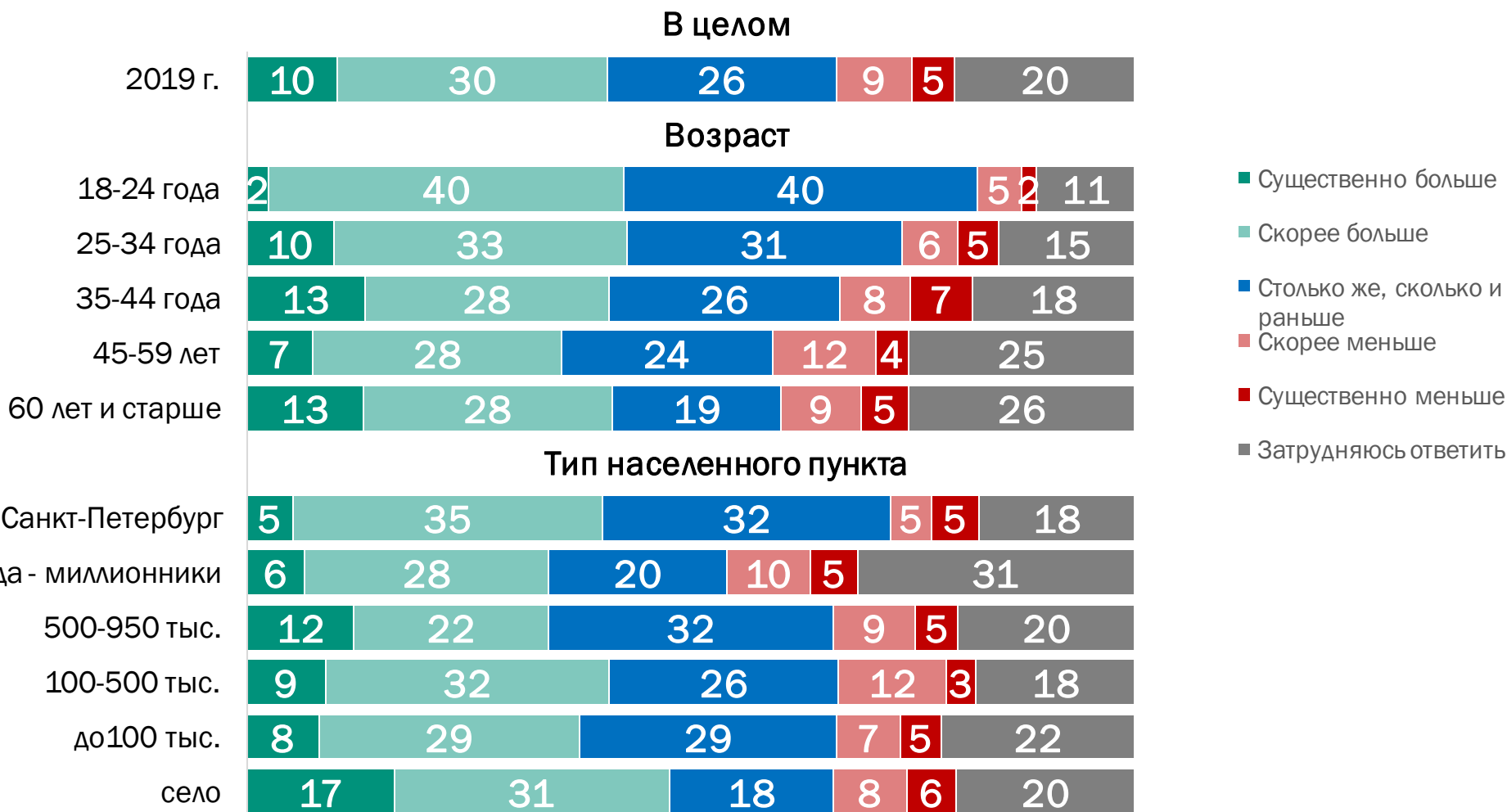
Вы указали, что за последний год видели социальную рекламу на улице (наружную рекламу, билборды, плакаты). Уточните, пожалуйста, чему она была посвящена?

(открытый вопрос, любое число ответов, % от тех, кто видел или слышал «социальную рекламу» на улице (билборды, плакаты))



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ВОПРОС АКТУАЛЬНОСТИ

По Вашим наблюдениям, за последний год социальной рекламы стало больше, меньше или столько же, сколько и раньше? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



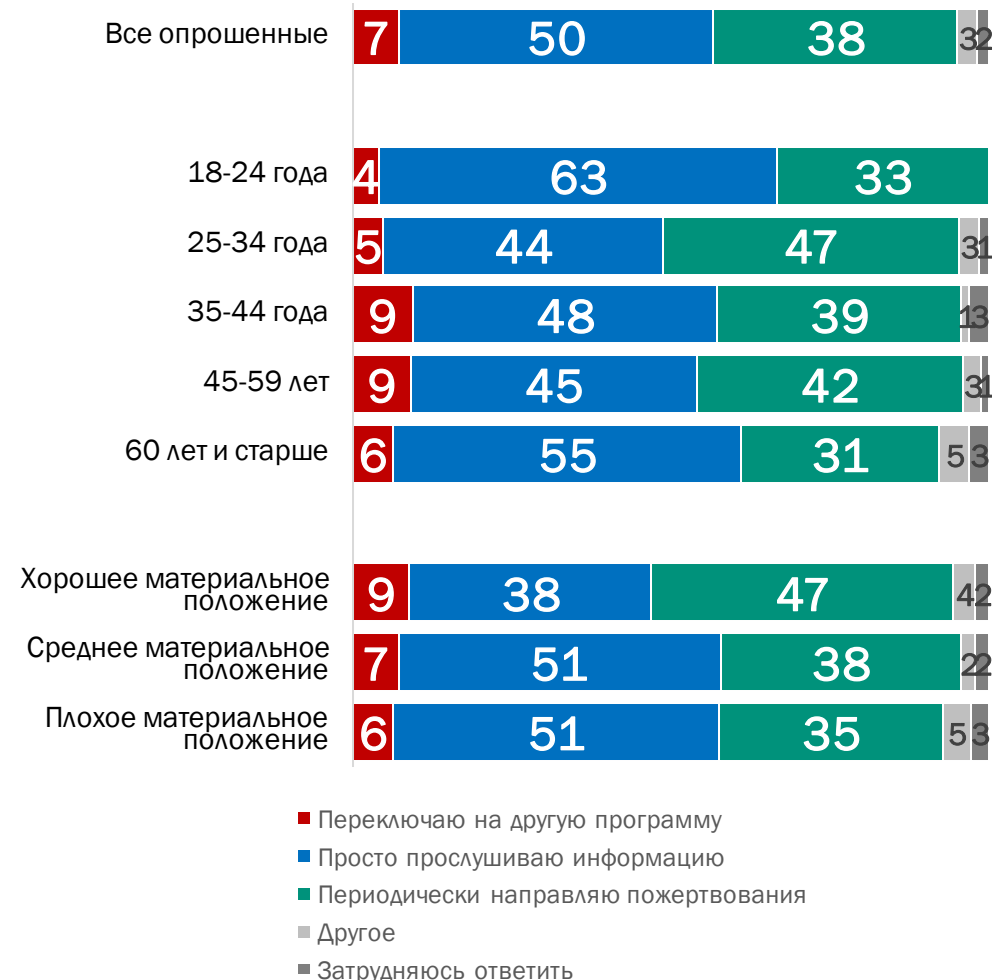
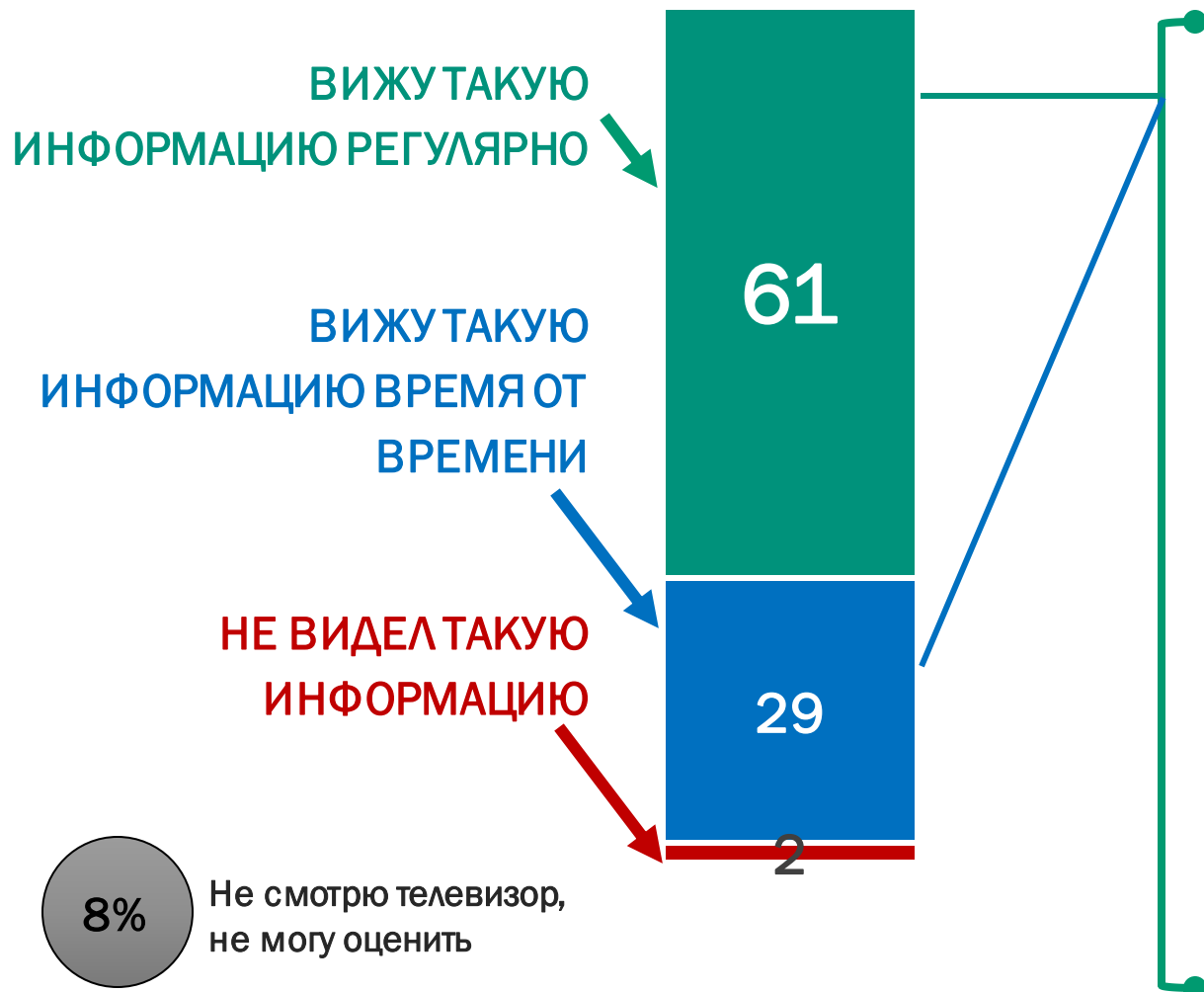
СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ПОЖЕРТВОВАНИЯ НА ЛЕЧЕНИЕ ДЕТЕЙ



Приходилось ли Вам за последний год видеть по телевизору рекламу или отдельные репортажи, призывающие пожертвовать деньги на лечение больного ребенка? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

Какое из предложенных утверждений лучше всего описывает Ваше обычное поведение во время трансляции по телевидению информации, призывающей пожертвовать деньги на лечение больного ребенка?

(закрытый вопрос, один ответ, % от тех, кто видел информацию о пожертвованиях для лечения больного ребенка)



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ

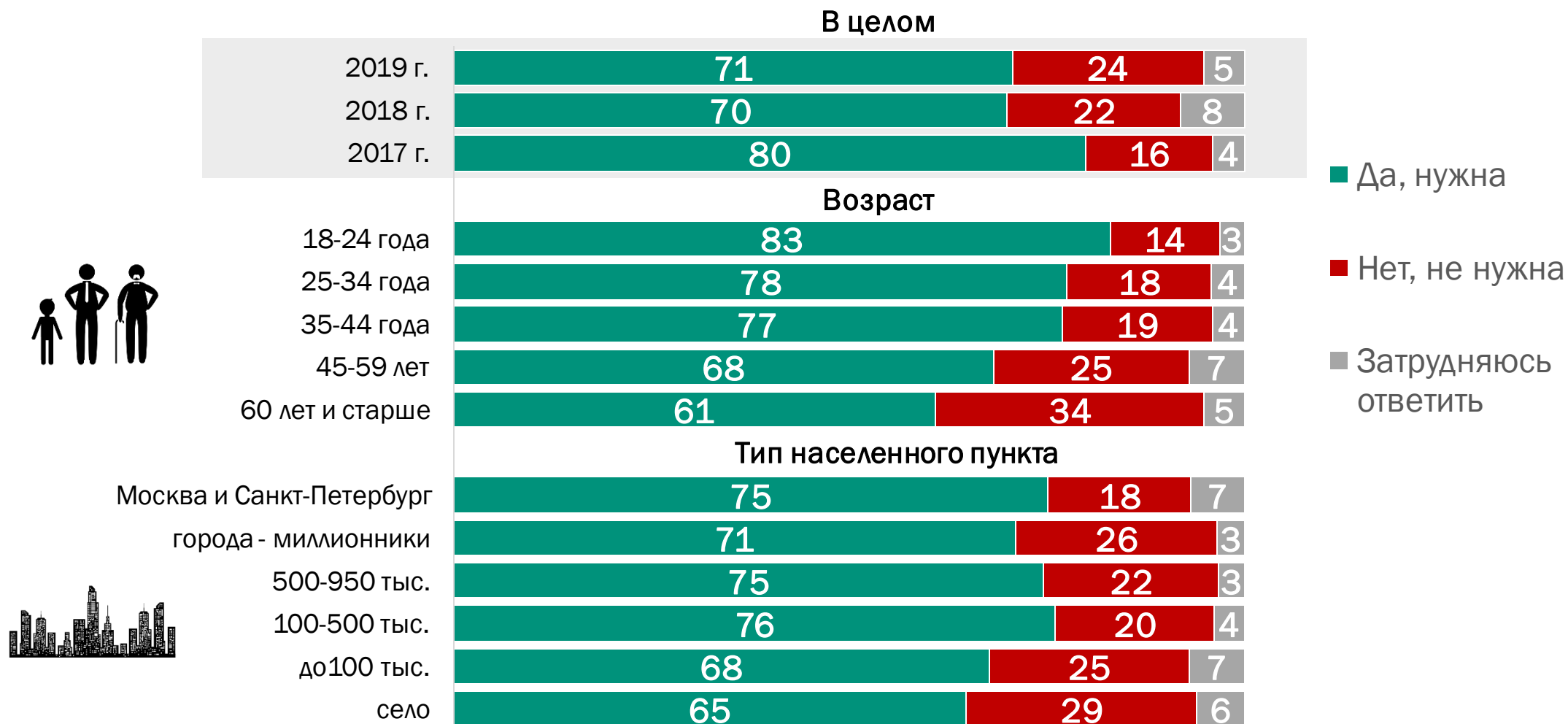


Что из перечисленного Вы делали за последние 12 месяцев? (закрытый вопрос, любое число ответов, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ВОПРОС АКТУАЛЬНОСТИ

На Ваш взгляд, социальная реклама НУЖНА ИЛИ НЕ НУЖНА? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ВОПРОС ЭФФЕКТИВНОСТИ



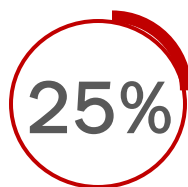
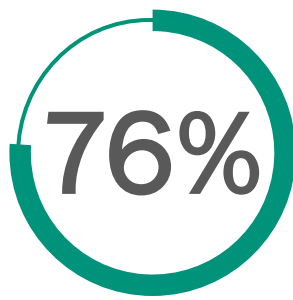
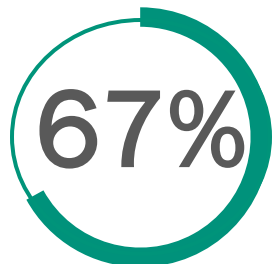
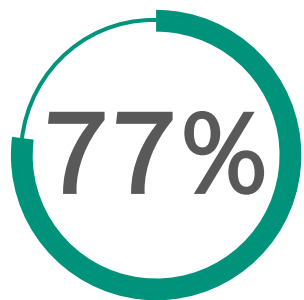
По Вашему мнению, социальная реклама, которая обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности и транслирует определенный образ поведения, **ВЛИЯЕТ ИЛИ НЕ ВЛИЯЕТ** на поведение людей?

(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

2017 г.

2018 г.

2019 г.

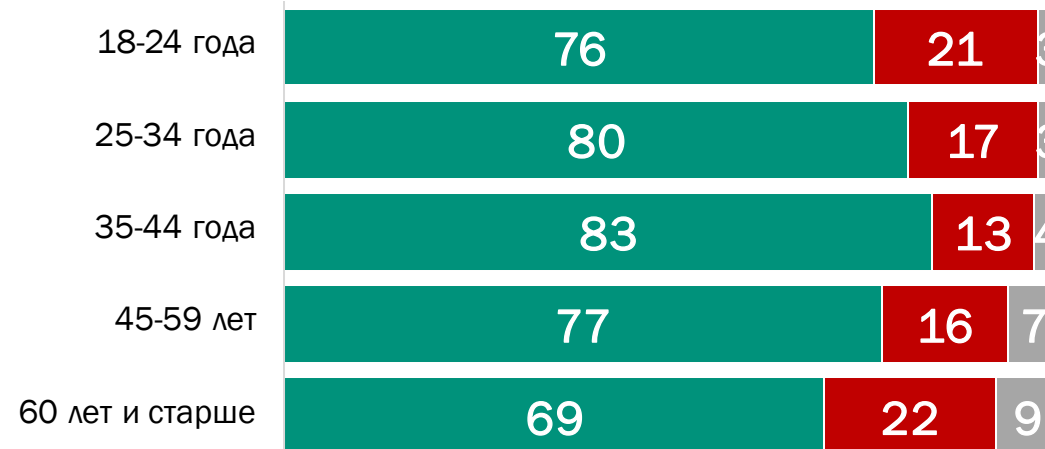


ДА, ОНА ПОБУЖДАЕТ ИХ МЕНЯТЬ СВОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ОТНОШЕНИЕ К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ

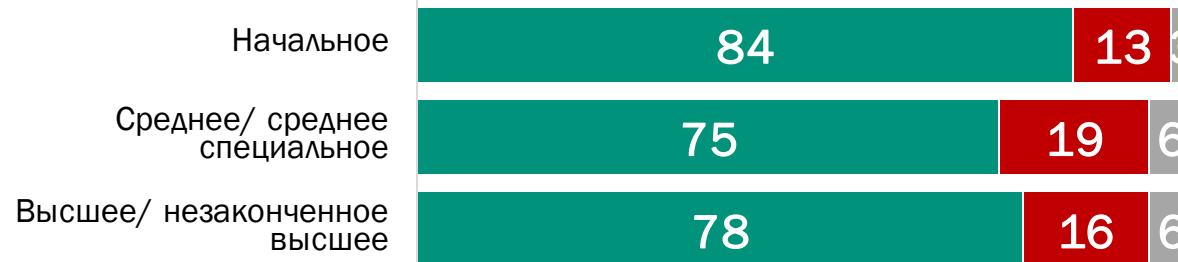
НЕТ, НЕ ВЛИЯЕТ

ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ

Возраст



Образование

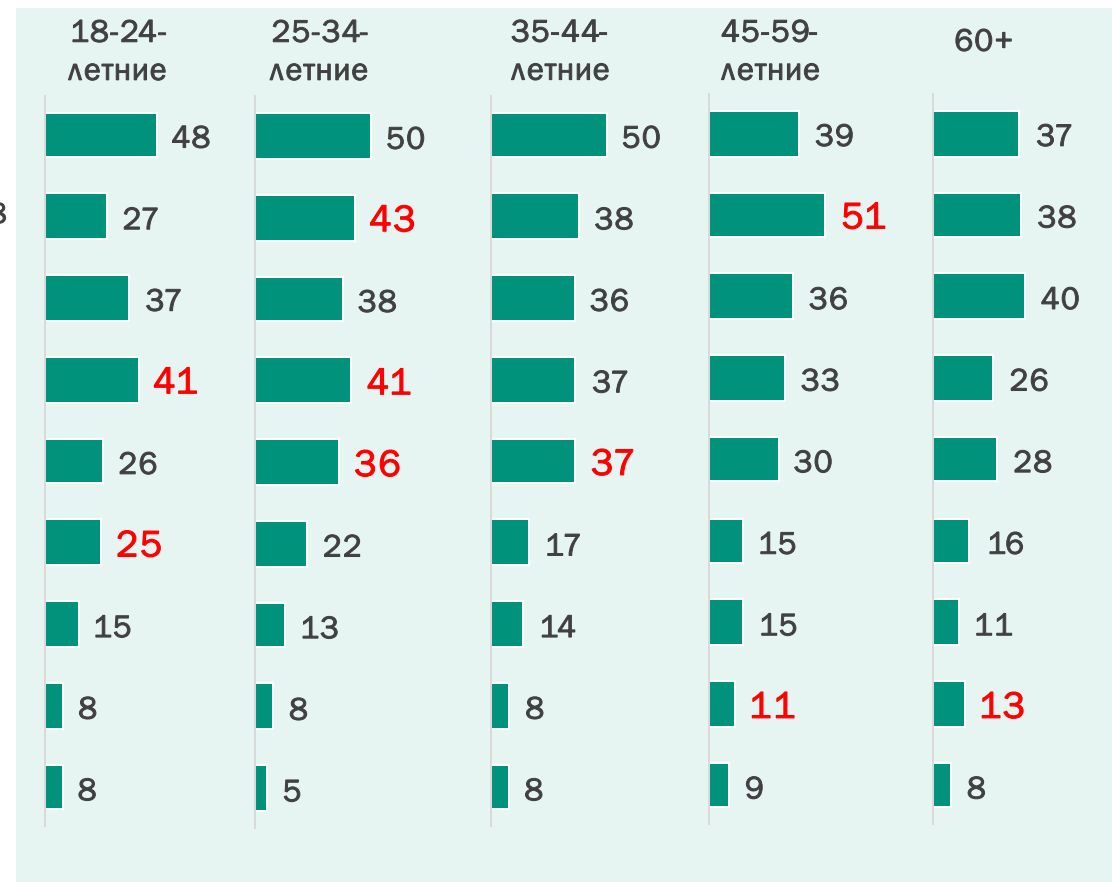
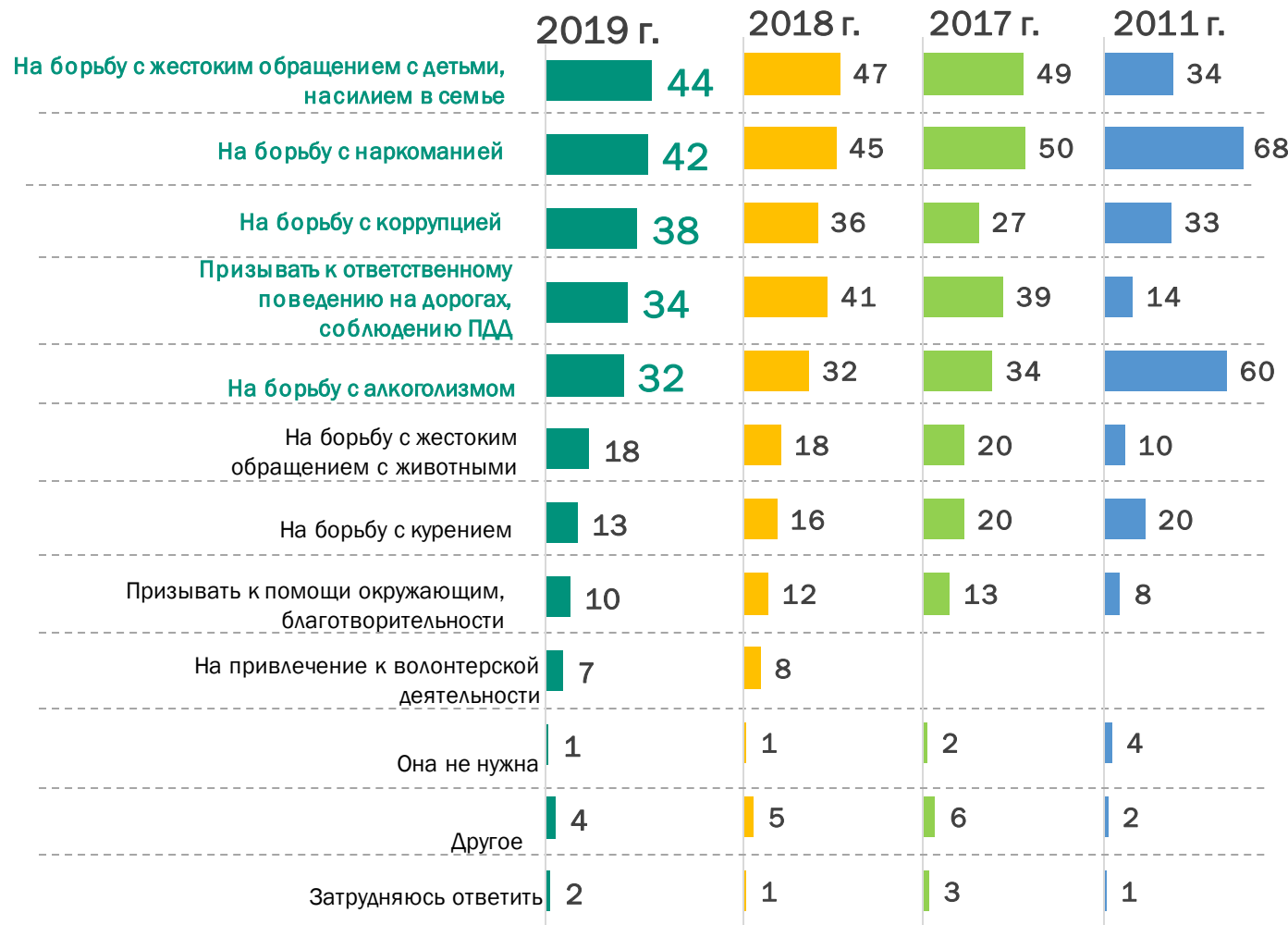


СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА: ОБЩЕСТВЕННЫЙ ЗАПРОС



Как Вы считаете, на что сегодня прежде всего должна быть направлена социальная реклама в нашей стране?

(закрытый вопрос, не более 3-х ответов, % от всех опрошенных)





<https://wciom.ru>

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

press@wciom.com

**МОБИЛЬНОЕ
ПРИЛОЖЕНИЕ**

