

МОНИТОРИНГ ПЕРЕМЕН

DOI: 10.15838/sa.2022.3.35.10

УДК 316.653(470.12) | ББК 60.527(2Рос-4Вол)

ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСА В ИЮНЕ 2022 ГОДА)

Мониторинг отношения населения к деятельности средств массовой информации осуществляется с 2002 года с периодичностью два раза в год (в июне и декабре)¹. Опрашиваются 1500 респондентов старше 18 лет в городах Вологде и Череповце, а также в 8 районах области (Бабаевский, Великоустюгский, Вожегодский, Грязовецкий, Кирилловский, Никольский, Тарногский, Шекснинский). Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением следующих условий: пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3%.

Ежегодно ФГБУН ВолНЦ РАН проводит опрос общественного мнения об отношении населения Вологодской области к деятельности средств массовой информации. Интерес к этой теме в последние годы обусловлен изменениями повседневной жизни людей в результате форс-мажорных обстоятельств, происходящих в мире (прежде всего речь идет о пандемии COVID-19 в 2020 году и росте международной политической напряженности после начала специальной военной операции на территории Украины в 2022 году). Роль средств массовой информации в такие периоды приобретает особенно важное значение, поскольку становится важной их функция не только как источника оперативных и объективных сведений о ситуации в мире, стране, регионе, но и как инструмента профилактики социальной напряженности.

Данные мониторинга показывают, что в целом оценка жителями области роли СМИ в жизни страны остается стабильной: с 2020 года более половины населения региона характеризуют ее как «положительную или скорее положительную», причем за последние три года удельный вес тех, кто разделяет это мнение, возрос на 4 п. п. (с 53 до 57%; *рис. 1*). Доля отрицательных суждений о роли СМИ сохраняется на уровне 20–21%.

Уровень доверия средствам массовой информации постепенно растет (в 2019 году – 26%, в 2020 году – 27%, в 2021 году – 29%, в 2022 году – 31%; *табл. 1*), однако в иерархии институционального доверия СМИ по-прежнему уступают органам власти и силовым структурам.

Наиболее распространенным источником информации для людей традиционно остается телевидение (91–92%). При этом следует отметить, что по сравнению с прошлым годом

¹ В июне 2020 года опрос не проводился по причине карантинных ограничений в период эпидемии COVID-19.

Мониторинг перемен

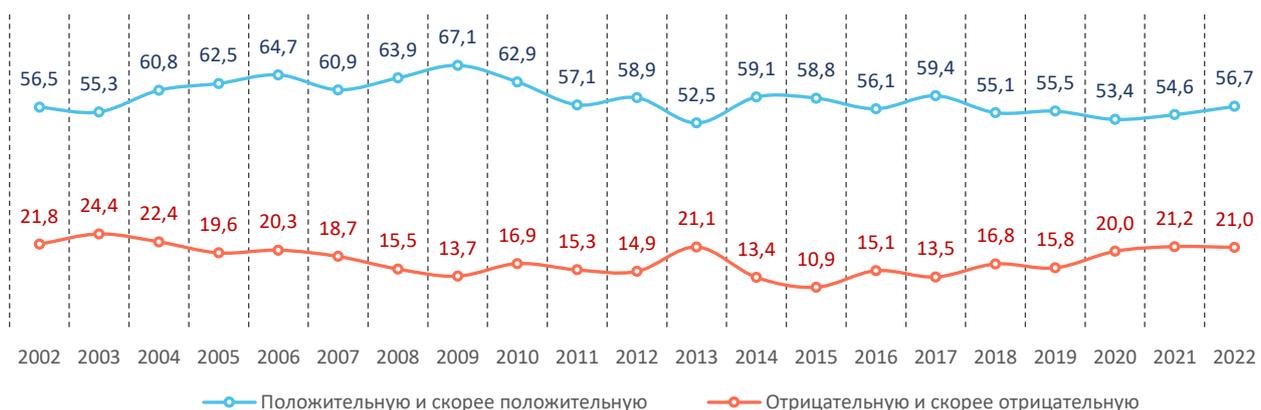


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, какую роль в жизни страны играют газеты, радио и телевидение?»*, % от числа опрошенных

* Вопрос задается с 2002 года.

Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

Таблица 1. Уровень институционального доверия*, % от числа опрошенных

Вариант ответа	Год														
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Президент РФ	57,1	53,1	54,4	62,0	65,2	56,8	45,7	57,0	62,0	59,6	62,5	50,8	51,6	49,7	55,9
Церковь	42,3	35,4	42,9	42,9	51,9	47,0	41,4	44,7	47,1	47,4	50,7	45,4	45,5	47,6	47,5
Прокуратура	30,9	21,7	28,8	33,3	40,9	36,1	33,9	38,5	40,3	42,9	47,3	43,0	43,2	44,3	47,3
Правительство РФ	42,7	33,8	35,2	42,1	60,2	52,4	39,6	48,3	48,8	46,0	49,3	40,2	41,0	40,3	45,2
Суд	31,6	24,7	31,0	35,5	41,3	37,4	36,1	36,9	39,3	42,7	45,0	37,7	38,1	41,9	44,7
ФСБ	34,2	25,8	28,4	35,3	43,8	36,0	33,2	36,4	40,6	43,6	45,5	40,4	42,7	44,6	44,3
Полиция	27,2	22,3	23,7	29,0	36,5	32,7	29,3	35,4	41,7	43,0	44,4	40,2	41,6	44,5	44,3
Армия	37,0	28,5	27,1	29,6	37,8	34,5	31,3	37,8	43,9	45,1	48,1	39,6	38,6	42,5	43,5
Руководство области	31,3	23,2	30,0	37,7	48,6	41,0	34,6	37,4	38,5	34,0	35,5	33,0	34,2	35,9	37,5
Органы местного самоуправления	н. д.	н. д.	н. д.	26,6	40,9	35,6	29,3	35,1	33,3	32,4	34,6	30,6	30,4	31,2	35,4
Совет Федерации	28,3	21,7	27,1	34,3	47,6	38,1	32,3	40,2	39,3	37,5	39,4	32,0	32,0	30,0	33,4
Государственная Дума	23,0	18,2	26,0	27,9	42,0	33,5	30,5	35,2	33,0	34,1	35,0	28,2	27,7	29,2	32,5
Общественная палата РФ	н. д.	27,3	28,1	32,8	32,1	31,7	31,9	27,3	27,8	28,1	31,5				
СМИ	30,2	29,6	31,8	30,4	27,5	28,7	28,7	28,0	25,7	27,8	29,1	25,6	26,8	29,1	30,7
Общественная палата области	н. д.	24,8	25,4	29,4	28,0	27,0	27,9	25,4	25,9	27,6	30,2				
Профсоюзы	28,4	22,4	26,5	27,4	35,9	29,9	25,6	26,6	28,1	29,9	33,5	28,1	28,4	31,1	29,9
Общественные организации	–	–	–	20,0	32,6	26,7	26,5	25,5	24,2	25,8	27,9	23,6	24,7	27,6	28,6
Директоры, руководители предприятий	19,6	17,4	21,5	26,5	30,5	22,8	25,1	21,9	20,5	22,8	24,7	19,3	21,2	24,2	23,9
Банковские, предпринимательские круги	12,4	10,7	17,6	22,6	26,6	21,5	21,3	18,8	17,2	19,0	20,3	17,1	18,8	22,6	22,5
Политические партии	20,4	11,6	18,5	16,0	17,6	20,0	22,8	20,2	18,1	20,1	21,3	17,8	18,8	19,5	20,4

* Формулировка вопроса: «Определите, пожалуйста, свое отношение к действующим в стране общественным структурам и институтам власти»; варианты ответа «Полностью доверяю» и «В основном доверяю».
 Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.
 Ранжировано по данным 2022 года.

заметно увеличилась доля жителей области, пользующихся иными средствами массовой информации: интернетом (на 6 п. п., с 74 до 80%), газетами (на 5 п. п., с 47 до 52%), радио (на 4 п. п., с 25 до 29%; табл. 2).

Вероятно, рост популярности различных средств массовой информации в 2022 году

связан с вполне естественным интересом людей к международной политической ситуации, а также внутренним проблемам страны на фоне проходящей спецоперации на территории Украины и экономических санкций Запада против России. Об этом свидетельствует ощутимый рост интереса людей

Таблица 2. Доля жителей, пользующихся средствами массовой информации, % от числа опрошенных

Вариант ответа	Июнь 2004 года	Июнь 2006 года	Июнь 2008 года	Июнь 2010 года	Июнь 2012 года	Июнь 2014 года	Июнь 2016 года	Июнь 2017 года	Июнь 2018 года	Июнь 2019 года	Дек. 2020 года	Июнь 2021 года	Июнь 2022 года	Изменение (+/-), июнь 2022 года к июню 2021 года
Смотрят телевизор*	97,6	96,9	96,1	96,1	94,7	95,9	93,5	94,1	93,3	88,5	92,3	91,1	91,7	+1
Пользуются интернетом**	–	–	–	–	–	63,1	66,5	64,8	67,7	65,3	72,1	73,5	79,7	+6
Читают газеты***	82,6	84,3	76,9	73,7	63,5	65,7	62,0	59,6	62,9	58,5	49,3	46,7	52,1	+5
Слушают радио****	78,7	70,3	68,3	63,4	69,0	38,7	43,9	45,3	41,9	39,1	29,9	25,1	28,9	+4
Всего жителей области, пользующихся СМИ*****	99,4	99,3	98,9	98,4	96,8	97,9	96,0	97,4	97,3	94,5	95,5	95,1	94,1	-1

* Формулировка вопроса «Какие телеканалы Вы предпочитаете смотреть?». Вопрос задается с декабря 2003 года.
 ** Формулировка вопроса «Пользуетесь ли Вы лично (дома, на работе, в любых других местах) интернетом?». Вопрос задается с декабря 2012 года.
 *** Формулировка вопроса «Имеете ли Вы возможность выписывать или читать различные газеты?». Вопрос задается с декабря 2002 года.
 **** Формулировка вопроса «Слушаете ли Вы местные радиостанции?». Вопрос задается с декабря 2003 года.
 ***** Без учета интернета.
 Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Какая информация вызывает у Вас наибольший интерес, сообщения и комментарии на какие темы Вы смотрите, слушаете, читаете регулярно?»*, % от числа опрошенных

Вариант ответа	Дек. 2019 года	Дек. 2020 года	Июнь 2021 года	Июнь 2022 года	Изменение (+/-), июнь 2022 года к	
					июню 2021 года	дек. 2019 года
Социальные проблемы – здравоохранение, образование и т. п.	49,5	42,5	40,5	47,7	+7	-2
Политика в России	24,7	20,2	26,6	35,8	+9	+11
Семья, дети, дом	41,6	33,5	34,6	35,1	+1	-7
Международные отношения	20,4	21,3	21,8	31,4	+10	+11
Природные катаклизмы, катастрофы	24,4	21,5	22,5	22,7	0	-2
Вооруженные силы России (боеготовность, маневры, новое вооружение)	15,2	12,6	12,6	20,9	+8	+6
Криминал, работа правоохранительных органов	20,5	18,1	14,6	17,5	+3	-3
Спорт	21,9	17,3	20,8	17,2	-4	-5
Культурная жизнь	19,9	16,9	16,2	16,9	+1	-3
Деятельность российских властей	12,6	9,9	11,5	16,8	+5	+4
Путешествия, жизнь за рубежом	17,9	13,5	16,9	12,5	-4	-5
Наука, техника	12,4	9,8	11,5	11,2	0	-1
Экономика, бизнес, финансы	11,3	9,4	9,9	11,0	+1	0
Мода, стиль, красота	13,5	10,4	11,2	9,1	-2	-4
Шоу-бизнес, жизнь знаменитостей	9,3	5,9	6,7	5,4	-1	-4
Другое	1,5	0,7	1,8	1,5	0	0
Нет таких тем	6,7	12,7	9,7	6,1	-4	-1
Затрудняюсь ответить	9,9	15,6	11,7	11,1	-1	+1

* Вопрос задается с 2019 года.
 Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.
 Ранжировано в порядке убывания по данным 2022 года.

к таким темам, как «социальные проблемы» (в 2022 году по сравнению с 2021 годом – на 7 п. п., с 41 до 48%), «политика в России» (на 9 п. п., с 27 до 36%), «международные отношения» (на 10 п. п., с 21 до 31%), «вооруженные силы России» (на 8 п. п., с 13 до 21%; табл. 3).

Новости, информация о событиях в стране и в мире также являются главной причиной пользования интернетом (так ответили 50% респондентов). Однако в 2022 году заметно увеличилась доля людей, пользующихся всемирной сетью для

работы/учебы (на 6 п. п., с 22 до 28%), расширения кругозора (на 6 п. п., с 27 до 33%), совершения онлайн-покупок (на 8 п. п., с 10 до 18%; табл. 4).

Около 45–47% жителей области положительно оценивают степень достаточности в СМИ информации о политической жизни в стране, регионе, на муниципальном уровне.

Чуть меньше удельный вес тех, кто считает достаточным сообщения в СМИ об экономической ситуации (43–44%). Удельный вес людей, которые негативно характеризуют этот аспект деятельности СМИ, существенно меньше (от 27 до 34%; табл. 5).

Не менее важной является оценка объективности СМИ. В данном случае доля поло-

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Для каких целей Вы чаще всего пользуетесь интернетом?», % от числа тех, кто пользуется интернетом

Вариант ответа	Июнь 2017 года	Июнь 2018 года	Дек. 2019 года	Дек. 2020 года	Июнь 2021 года	Июнь 2022 года	Изменение (+/-), июнь 2022 года к	
							июню 2021 года	дек. 2019 года
Для того чтобы следить за новостями, событиями в мире и стране, области	39,8	39,7	41,9	44,3	49,5	49,5	0	+8
Для работы/учебы	28,0	19,6	24,1	24,9	22,8	28,3	+6	+4
Для расширения кругозора	22,2	24,7	24,8	34,5	27,3	32,9	+6	+8
Веду переписку по электронной почте или мессенджеру	–	–	9,1	15,9	15,7	12,3	-3	+3
Для того чтобы слушать/скачивать музыку	15,5	12,1	10,7	14,7	12,3	12,4	0	+2
Для того чтобы смотреть/скачивать фильмы	18,1	17,5	15,1	20,4	16,4	13,6	-3	-2
Для того чтобы читать/скачивать книги	3,7	6,3	4,3	5,9	5,4	3,8	-2	-1
Для того чтобы играть	9,6	7,1	8,1	10,9	7,5	10,7	+3	+3
Для общения с другими пользователями в социальных сетях	42,7	43,5	37,8	41,3	44,1	47,5	+3	+10
Регулярно участвую в интернет-дискуссиях на блогах, форумах	–	–	2,1	2,6	2,4	2,8	0	+1
Веду собственный сайт или блог	–	–	1,3	1,3	0,6	0,9	0	0
Для совершения покупок онлайн	13,2	15,8	6,3	13,5	10,7	18,4	+8	+12
Другое	3,0	0,5	0,2	0,2	0,5	0,1	0	0

Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

Таблица 5. Распределение ответов на вопрос «Как Вы полагаете, сегодня в СМИ достаточно или недостаточно информации о политической и экономической жизни?»*, % от числа опрошенных

Вариант ответа	Июнь 2004 года	Июнь 2008 года	Июнь 2010 года	Июнь 2012 года	Июнь 2014 года	Июнь 2016 года	Июнь 2017 года	Июнь 2018 года	Июнь 2019 года	Июнь 2020 года	Дек. 2021 года	Июнь 2022 года	Изменение (+/-), июнь 2022 года к июню 2021 года	
	О политической жизни													
В стране	Достаточно	46,3	53,8	45,9	51,7	45,3	47,1	48,9	52,5	44,2	43,8	44,9	45,4	+1
	Недостаточно	27,3	23,9	30,5	23,1	24,4	22,4	24,2	24,5	28,0	29,9	28,6	27,5	-1
В области	Достаточно	41,0	50,3	43,3	49,3	42,6	40,9	43,1	48,1	45,4	42,1	42,8	44,6	+2
	Недостаточно	33,5	27,5	33,1	25,9	28,2	30,2	30,7	31,9	32,1	34,7	32,9	31,9	-1
В Вашем городе/районе	Достаточно	39,6	49,5	37,7	47,4	39,1	40,1	41,1	47,5	42,9	42,7	46,0	47,1	+1
	Недостаточно	34,1	28,7	38,7	27,9	32,5	33,3	35,0	33,2	35,1	34,4	33,1	29,7	-3
Об экономической жизни														
В стране	Достаточно	40,0	51,1	43,0	46,5	42,1	38,8	42,7	48,1	43,0	39,9	41,9	44,4	+3
	Недостаточно	33,4	24,7	33,5	28,4	27,5	30,9	29,9	28,2	31,0	34,2	32,4	29,7	-3
В области	Достаточно	36,4	48,5	36,3	42,7	39,1	36,3	38,5	43,7	40,0	38,5	39,9	42,7	+3
	Недостаточно	38,5	29,0	40,8	33,1	31,1	34,6	35,6	36,9	35,5	36,8	36,1	34,1	-2
В Вашем городе/районе	Достаточно	35,2	48,1	35,0	39,7	36,9	34,3	37,3	42,3	39,9	40,4	42,7	44,0	+1
	Недостаточно	38,9	29,4	40,9	36,0	34,7	39,9	39,1	38,1	37,1	38,1	35,7	33,7	-2

* Формулировка вопроса «Как Вы полагаете, сегодня в СМИ достаточно или недостаточно информации о политической жизни (в стране / области / Вашем городе, районе)?». Вопрос задается с декабря 2002 года.
 Формулировка вопроса «Как Вы полагаете, сегодня в СМИ достаточно или недостаточно информации об экономической жизни (в стране / области / Вашем городе, районе)?». Вопрос задается с июня 2003 года.
 Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

жительных суждений среди населения также преобладает над удельным весом отрицательных характеристик: 47–48% жителей области считают, что СМИ объективно отражают ситуацию в мире, стране, области; 34% придерживаются противоположного мнения (табл. 6).

Как показывают результаты исследования, основными социально-демографическими группами населения, в которых увеличивается рост доли положительных суждений о до-

статочности и объективности СМИ за период с июня 2021 по июнь 2022 года, являются люди старше 55 лет, лица с высшим образованием, жители области, по самооценкам доходов относящиеся к категории 20% наиболее обеспеченных граждан, а также жители районов. Во всех этих группах отмечается незначительный (на 3–5 п. п.) рост доли положительных оценок как объективности, так и достаточности освещения событий в СМИ (табл. 7).

Таблица 6. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, объективно или нет средства массовой информации освещают ход событий в мире, стране и области?»*, % от числа опрошенных

Вариант ответа		Июнь 2000 года	Июнь 2002 года	Июнь 2004 года	Июнь 2006 года	Июнь 2008 года	Июнь 2010 года	Июнь 2012 года	Июнь 2014 года	Июнь 2016 года	Июнь 2017 года	Июнь 2018 года	Июнь 2019 года	Дек. 2020 года	Июнь 2021 года	Июнь 2022 года	Изменение (+/-), июнь 2022 года к июню 2021 года
В мире	Объективно	53,1	49,5	50,1	59,6	63,8	53,8	57,7	45,6	49,9	52,1	54,4	48,7	45,3	44,9	47,1	+2
	Необъективно	18,0	19,9	25,3	24,9	16,6	25,5	18,0	31,1	22,1	23,0	23,4	28,7	31,8	31,7	33,5	+2
В стране	Объективно	47,3	44,0	47,6	56,7	60,3	50,9	54,3	48,2	49,5	50,1	51,2	46,5	42,9	45,6	46,7	+1
	Необъективно	27,2	27,9	30,5	30,5	21,7	31,1	22,1	29,0	24,1	26,3	27,8	31,9	34,3	33,5	34,2	+1
В области	Объективно	53,7	44,5	48,7	57,7	61,2	50,7	53,9	48,5	48,3	47,8	49,9	44,2	43,8	46,3	48,3	+2
	Необъективно	20,7	26,9	29,1	28,5	20,8	30,0	22,6	28,9	26,1	29,9	29,7	34,8	35,1	34,7	33,5	-1

* Вопрос задается с 1996 года.
Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

Таблица 7. Оценка достаточности и объективности информации в СМИ об экономической и политической жизни в стране, % от числа опрошенных

Категория населения	Достаточно информации о политической жизни в стране				Достаточно информации об экономической жизни в стране		События в стране освещаются объективно		
	дек. 2020 года	июнь 2021 года	июнь 2022 года	дек. 2020 года	июнь 2021 года	июнь 2022 года	дек. 2020 года	июнь 2021 года	июнь 2022 года
Пол									
Мужской	43,0	43,1	43,4	39,9	40,1	42,8	41,3	44,3	42,6
Женский	44,5	46,4	47,0	40,0	43,3	45,7	44,2	46,7	49,9
Возраст									
До 30 лет	36,1	45,5	42,1	29,1	41,4	38,4	32,6	42,8	40,3
30–55 лет	42,2	45,5	43,8	39,0	43,4	45,7	41,2	44,6	44,8
Старше 55 лет	48,9	44,0	48,5	45,4	40,1	45,1	49,2	47,9	51,3
Образование									
Среднее и н/среднее	44,9	45,3	46,4	40,2	40,9	43,7	40,2	42,8	44,3
Среднее специальное	42,3	41,7	42,1	40,4	40,5	44,6	45,4	45,6	45,4
Высшее и н/высшее	44,4	48,8	48,6	38,9	44,9	45,0	42,5	48,4	51,4
Доходные группы									
20% наименее обеспеченных	28,9	33,7	34,8	26,3	33,0	33,0	30,0	37,1	36,0
60% среднеобеспеченных	46,9	44,7	45,9	44,3	41,7	47,5	45,2	46,4	49,4
20% наиболее обеспеченных	53,3	49,6	59,9	45,9	50,0	56,6	51,9	45,1	56,9
Территории									
Вологда	43,1	44,1	45,1	37,3	40,1	42,3	38,5	41,1	41,1
Череповец	53,1	54,0	50,6	46,9	50,2	49,4	42,7	45,5	46,2
Районы	38,8	40,2	42,6	37,4	38,0	42,7	45,6	48,3	50,1
Область	43,8	44,9	45,4	39,9	41,9	44,4	42,9	45,6	46,7

Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

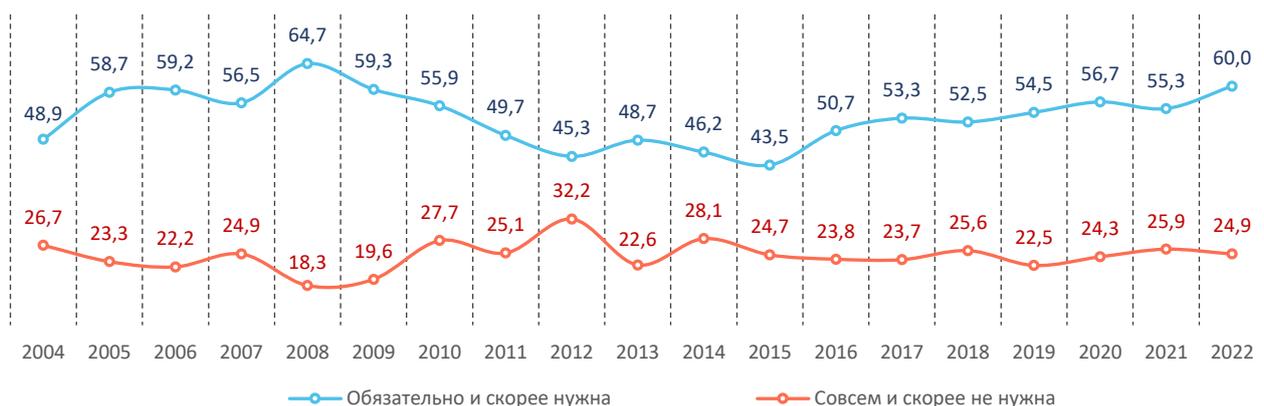


Рис 2. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, нужна ли цензура в средствах массовой информации?»*, % от числа опрошенных

* Вопрос задается с июня 2004 года.

Источник: данные мониторинга общественного мнения ФГБУН ВолНЦ РАН.

В 2022 году по сравнению с 2021 годом укрепилось мнение жителей региона относительно необходимости цензуры в средствах массовой информации. Доля тех, кто считает, что в СМИ цензура необходима, увеличилась на 5 п. п. (с 55 до 60%, что является наиболее высоким показателем с 2009 года). Удельный вес тех, кто придерживается противоположной точки зрения, ощутимо не изменился (25–26%; рис. 2).

Вполне возможно, что это косвенно свидетельствует о поддержке населением позиции государства в текущей сложной международной обстановке: люди не хотят видеть

фейки, различного рода информационные «вбросы» и поэтому выступают за усиление государственной цензуры в средствах массовой информации.

Материал подготовили

М.В. Морев

*кандидат экономических наук
ведущий научный сотрудник
заведующий лабораторией
ФГБУН ВолНЦ РАН*

А.Н. Гордиевская

*младший научный сотрудник
ФГБУН ВолНЦ РАН*