

Отношение населения к социальной рекламе: результаты опроса

ИСТОЧНИК ДАННЫХ: ОПРОС «ВЦИОМ-СПУТНИК»

ВЫБОРКА

ОБЪЕМ ВЫБОРКИ



1600
респондентов
(29 ноября 2021 г.)

Сравнительные данные: май 2021 г., ноябрь 2019 г., октябрь 2018 г.), (октябрь 2017 г. – 1800 респондентов)

РЕПРЕЗЕНТИРУЕТ

18+

Взрослое население РФ (18+) по полу, возрасту, уровню образования и типу населенного пункта

ТИП ВЫБОРКИ



Стратифицированная двухосновная случайная, построена на основе полного списка телефонных номеров (стационарных и мобильных), задействованных на территории РФ

ПОГРЕШНОСТЬ



2,5%
($p > 0,05$)

МЕТОД

ТИП ИНТЕРВЬЮ



Формализованное телефонное интервью, при котором интервьюер задает вопросы и фиксирует ответы

ОХВАТ



Не менее 80 регионов, 500 городов и ПГТ, 100 сел

КОНТРОЛЬ



- Аудиоконтроль (прослушивание) не менее 10% интервью
- Контроль продолжительности интервью

Резюме (1)

- **Термин «социальная реклама» знаком 39% опрошенных.** Чаще всего под социальной понимают рекламу каких-либо программ, проектов, услуг, направленных на оказание помощи, поддержки населению. В этой связи социальную рекламу могут ассоциировать с информированием о социальной политике. А также социальная реклама понимается как та, которая информирует о важных проблемах, мотивирует к определенному поведению, мышлению.
- **Доля россиян, которые отмечают, что им встречалась социальная реклама, показала рост и составила 60% (+17 п.п. в сравнении с 2019 г.).** В том числе 43% - декларируют, что видели/ слышали и помнят содержание рекламы (+21 п.п. в сравнении с 2019 г.), а 17% - видели/ слышали, но не помнят ее тематическую наполненность. Рост заметности социальной рекламы произошел за счет появления материалов, направленных на борьбу с коронавирусной инфекцией: тема выходит на первое место среди запомнившейся социальной рекламы (26%). Среди остальных отмеченных тем сохраняется достаточно высокая доля упоминаний рекламы по тематике безопасности дорожного движения (7%). В третью очередь называется реклама по тематике социальной политики (5%).
- **Ответы респондентов, которые встречали за последний год социальную рекламу, показывают, что она имела определенный позитивный эффект:** 39% говорят, что какая-либо реклама из этого потока к чему-то побудила, при этом чаще спонтанно упоминаются позитивные эффекты, такие как: сделанная прививка (11%), большая аккуратность на дорогах (4%), помощь нуждающимся (3%). Упоминания негативных последствий в меньшинстве (5%), среди них: не делать прививку (2%), не делать того, что рекламировалось (1%), негативные эмоции, раздражение (1%), недоверие государству (1%), выключить телевизор (<1%).
- **Однако кроме этого опыт просмотра/прослушивания социальной рекламы в отдельных случаях задевал чувства респондентов: в аудитории тех, кто встречал за последний год социальную рекламу, практически каждый четвертый посчитал, что среди нее ему попадалась неэтичная (24%).** Как неэтичные в социальной рекламе чаще всего обозначаются особенности подачи материала, связанные с давлением, запугиванием, жесткостью, оскорблениями, а также отдельные темы или особенности сюжета. Чаще всего, отвечая о том, что именно было воспринято как неэтичное, респонденты упоминали рекламу вакцинации (14% ответов среди встречавших неэтичную социальную рекламу).

Резюме (2)

- Представления россиян о том, что эффективнее в социальной рекламе с точки зрения особенностей ее подачи, расходятся. По мнению половины опрошенных, более эффективна «мягкая», аккуратная реклама (49%). Но при этом треть (32%) считают ее такой же эффективной, как «жесткую», шокирующую рекламу, а еще 9% полагают, что последняя более эффективна.
- С точки зрения ориентации на рациональное или эмоциональное восприятие, чаще респонденты считают, что оба типа одинаково эффективны (44%), при этом 26% склоняются к мнению о большей эффективности «рациональной» рекламы, а 21% - «эмоциональной».
- Говоря о направленности рекламы, 44% россиян придерживаются мнения, что эффективнее «позитивная» реклама, которая «за», а не та, которая «против» чего-то (44%). При этом практически такая же доля опрошенных полагает, что оба типа рекламы в равной мере эффективны (42%).
- С точки зрения формата, свыше половины опрошенных не видят разницы в эффективности видео и изображений (54%). При этом свыше четверти более эффективной представляет видеоформат (27%), менее популярна точка зрения о большей эффективности изображений (плакаты, билборды) – 10%.
- При неоднозначности перечисленных позиций большинство сходится в том, что социальная реклама не должна вызывать негативные эмоции – страх, чувство вины и другие (78%), не должна строить сообщение в принудительном тоне (90%), и в ней не должна использоваться нецензурная лексика (94%). Спорным можно считать такой критерий, как побуждение изменить привычные взгляды и поведение – недопустимым это считают 38% опрошенных против 50% признающих допустимость этого.
- На сегодняшний день актуальность социальной рекламы признает большая часть опрошенных (65% говорят о том, что она нужна). В то же время фиксируется негативная динамика показателя (снижение на 15 п.п. в сравнении с 2017 г.).
- На фоне пандемии ожидается, что социальная реклама будет направлена прежде всего на заботу о здоровье, а также на борьбу с коронавирусом (лечение, профилактика и вакцинация), ведение здорового образа жизни и на поддержку населения, пожилых, а также на улучшение отношений в обществе.

Социальная реклама: понимание термина

Скажите, пожалуйста, Вам знаком или не знаком термин «социальная реклама»? Если знаком, то как Вы его понимаете? *
(открытый вопрос, не более 3-х ответов, % от всех опрошенных)

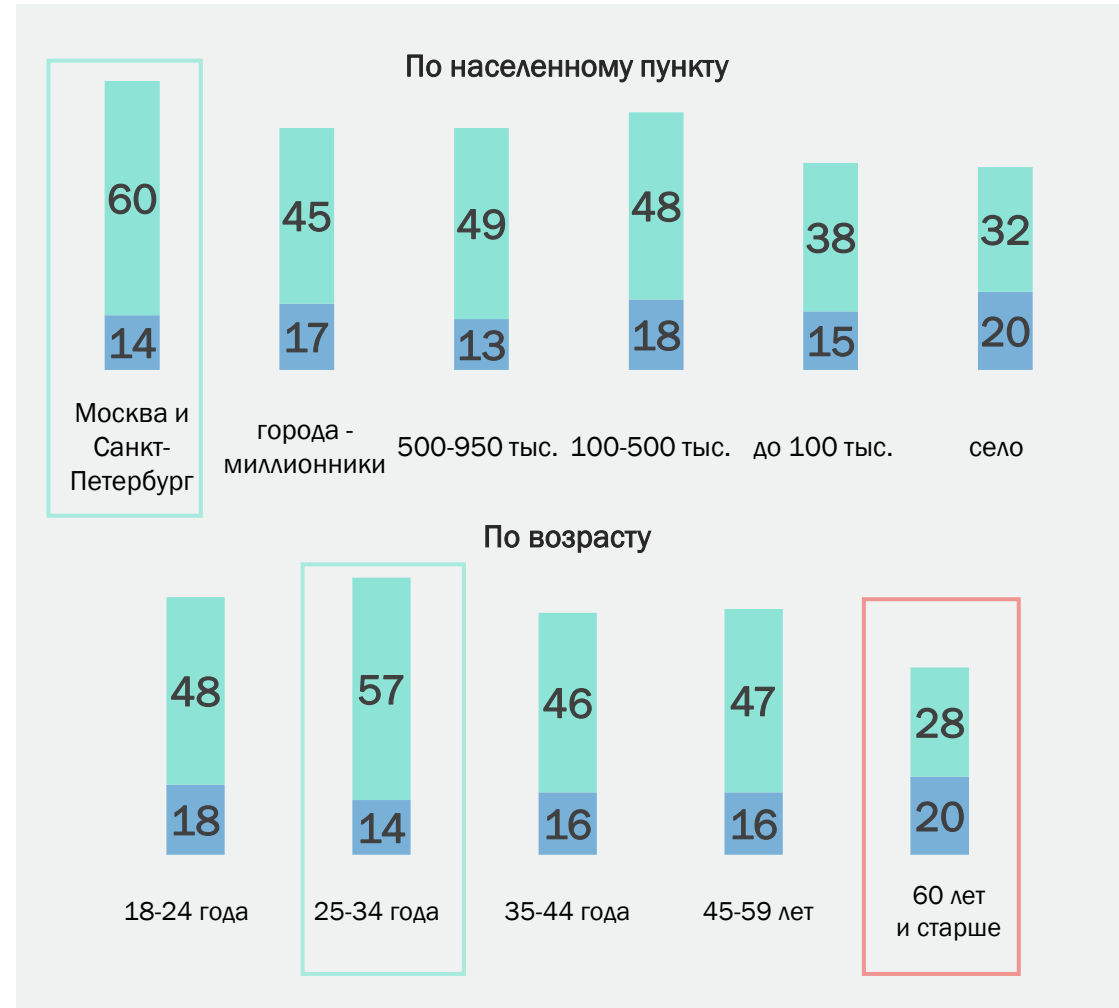
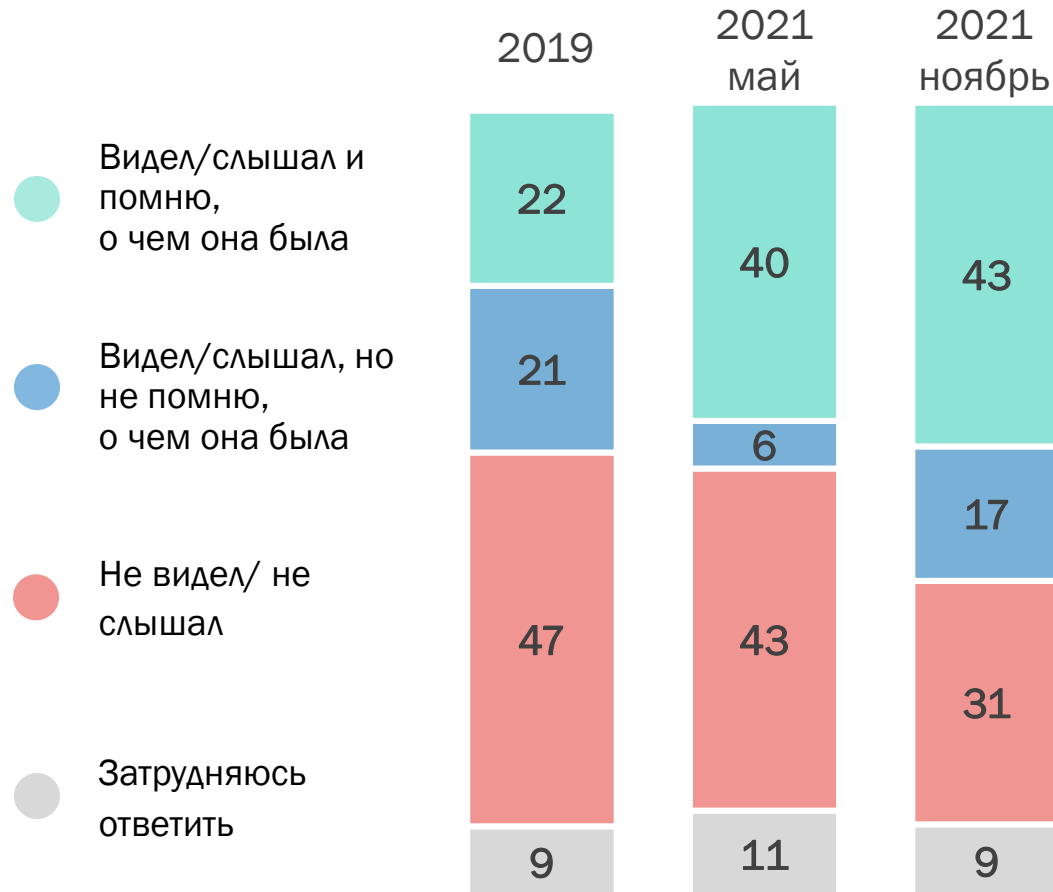


* Представлены все содержательные ответы, названные не менее чем 2% опрошенных

Реклама социальных программ, проектов, услуг, направленных на оказание помощи людям, благотворительности	11
Реклама, которая освещает важные проблемы / социальные проблемы	5
Реклама, направленная на изменение общественного поведения / мотивацию к определенному поведению	5
Реклама, рассчитанная на разные слои населения / доносит информацию до населения / оповещает	4
Навязывание каких-либо идей, мнений / пропаганда	4
Призыв населения к чему-либо	3
Продвижение социально значимых услуг, товаров	3
Реклама действий Правительства, государства, партий	2
Баннеры / реклама в соцсетях / реклама в СМИ и ТВ	2

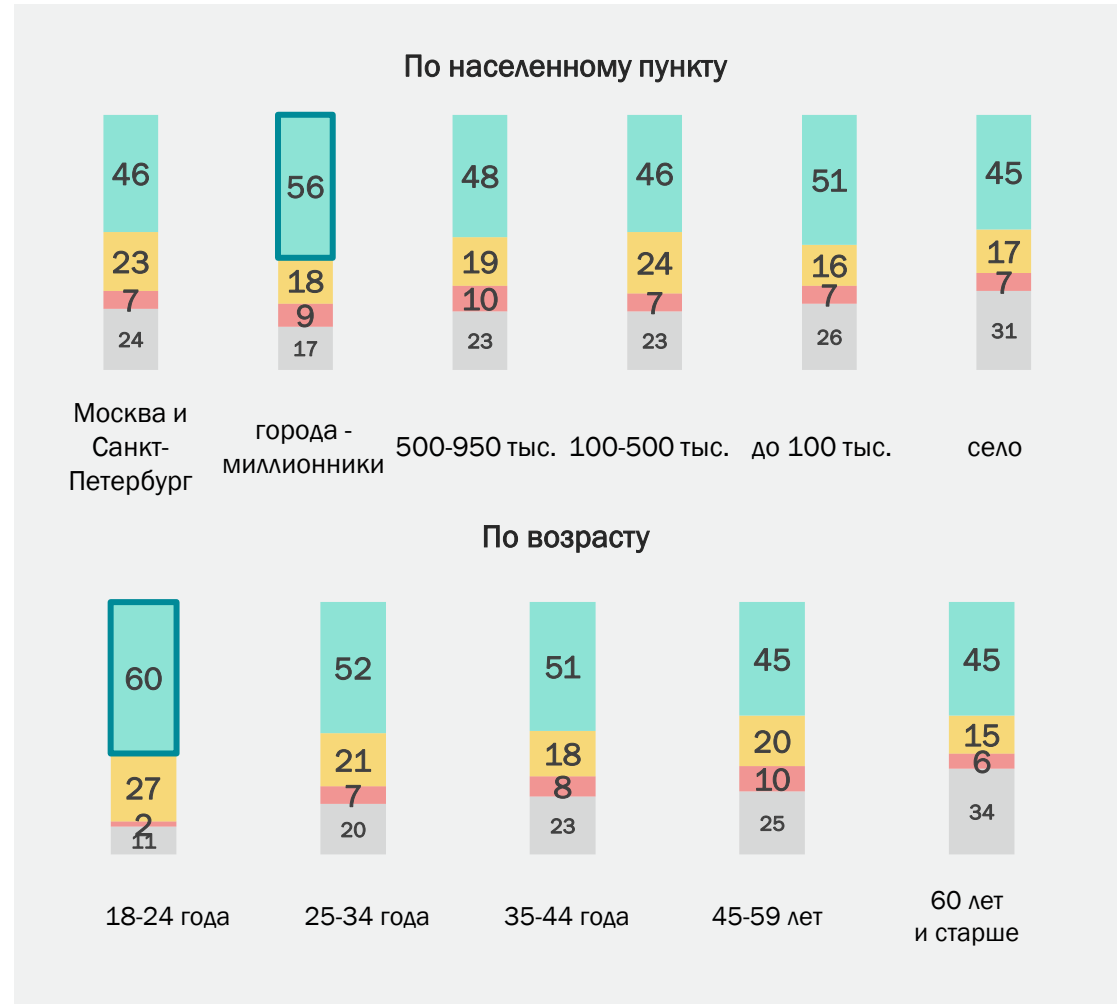
Заметность социальной рекламы

Социальная реклама обращает внимание на важные социальные проблемы, вопросы безопасности, и транслирует определенный образ поведения. В течение последнего года Вы видели, слышали социальную рекламу или нет?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



Восприятие динамики информационного потока

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



Ключевые заметные сюжеты социальной рекламы

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

(открытый вопрос, любое число ответов, в % от всех опрошенных)

*Представлены все содержательные ответы, названные более чем 2% опрошенных

	2021
Призыв к вакцинации / борьба с коронавирусом / ношение масок	26
Безопасность дорожного движения	7
Социальная политика (медицина, образование, пособия)	5
Предвыборная реклама / призыв к голосованию	3
Внутренняя политика / национальные проекты и др.	3
Пропаганда ЗОЖ, спорта, правильного питания	2
Помощь больным детям / взрослым	2
Борьба с курением	2
Борьба с загрязнением окружающей среды, с пожарами	2

Представления о наиболее эффективных форматах социальной рекламы

Как Вам кажется, какая социальная реклама с большей вероятностью в нужном направлении повлияет на мнения или поведение людей? Я буду зачитывать группы характеристик, а Вас попрошу выбрать один ответ в каждой группе.

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

		По возрасту					
		2021	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
1	Скорее «жесткая», шокирующая реклама	9	11	15	10	8	5
	Скорее «мягкая», аккуратная реклама	49	33	41	53	46	57
	Обе в равной степени	32	52	38	30	34	23
	Затрудняюсь ответить	10	4	6	7	13	15
2	Скорее «позитивная», которая «за» что-то	44	33	41	50	43	46
	Скорее «негативная», которая «против» чего-то	6	7	7	5	3	6
	Обе в равной степени	42	57	48	36	44	36
	Затрудняюсь ответить	9	3	4	8	11	12

Представления о наиболее эффективных форматах социальной рекламы

Как Вам кажется, какая социальная реклама с большей вероятностью в нужном направлении повлияет на мнения или поведение людей? Я буду зачитывать группы характеристик, а Вас попрошу выбрать один ответ в каждой группе.

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

		2021	По возрасту				
			18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
3	Скорее рассчитанная на рациональное восприятие	26	22	23	27	23	30
	Скорее рассчитанная на эмоции	21	19	27	19	24	18
	Обе в равной степени	44	54	47	47	45	37
	Затрудняюсь ответить	9	5	3	7	8	15
4	Скорее реклама в формате видео	27	31	32	27	25	24
	Скорее реклама в формате изображения (плакат, билборд)	10	12	14	12	8	7
	Обе в равной степени	54	55	52	55	57	50
	Затрудняюсь ответить	10	2	2	6	10	19

Побуждающий эффект социальной рекламы

Поговорим о той социальной рекламе, которую Вы видели, слышали за последний год. Можете ли Вы сказать, что она Вас к чему-то побудила: о чем-то задуматься, что-то сделать или, наоборот, не делать? Если социальная реклама Вас к чему-то побудила, то к чему именно? Я запишу с Ваших слов. (открытый вопрос, до пяти ответов, в % от тех, кто встречал социальную рекламу)



К позитивным действиям – 31%
Топ-5 ответов

Сделать прививку	11
Быть аккуратнее на дорогах / соблюдать ПДД	4
Помочь нуждающимся	3
Беречь родных / больше времени проводить с родными, близкими / позвонить родителям	2
Заняться саморазвитием	2



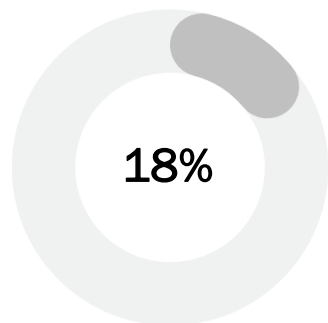
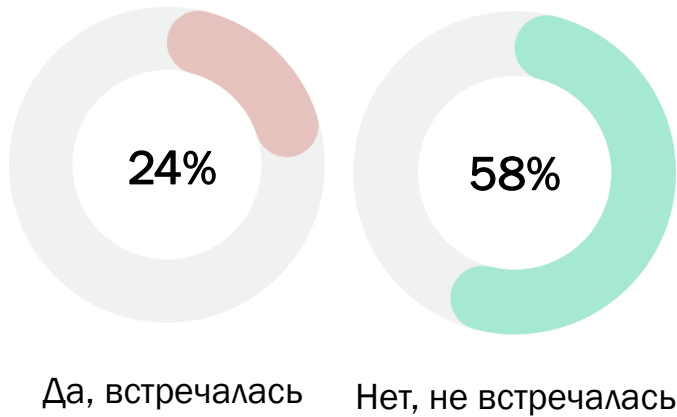
К негативным действиям – 5%
Топ-5 ответов

Не делать прививку	2
Не делать того, что рекламировалось / не верить	1
Вызывает негатив/раздражение	1
Недоверие государству / правительству	1
Выключить телевизор	<1

Этичность социальной рекламы

За последний год Вам встречалась или не встречалась такая социальная реклама, которую лично Вы сочли **неэтичной**?
(закрытый вопрос, один ответ, от тех, кто встречал социальную рекламу)

2021



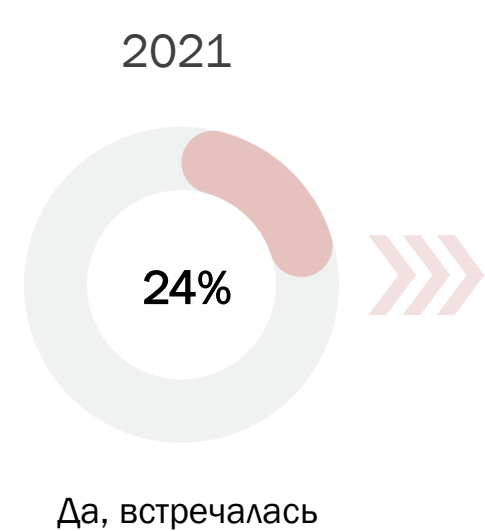
Затрудняюсь ответить /
не помню



Этичность социальной рекламы

Вы сказали, что встречали рекламу, которую сочли неэтичной. Уточните, пожалуйста, что именно в ней Вы посчитали неэтичным? Я запишу с Ваших слов.

(открытый вопрос, до пяти ответов, от тех, кому встречалась неэтичная реклама)



Ответы о подаче рекламы:

Заставляют вакцинироваться / оскорбление непривившихся / пугают моргом, кладбищем	14
Давление / агрессивная реклама / жесткая реклама / навязывание	6
Нецензурные выражения / оскорбления / негатив к людям	2
Жестокость / стрельба / убийства	2
Больные люди/ дети в рекламе	2
На сигаретах картинки болезней	2

Ответы об отношении

Ложная информация / нет доверия к информации / обман	4
Бессмысленная реклама	3

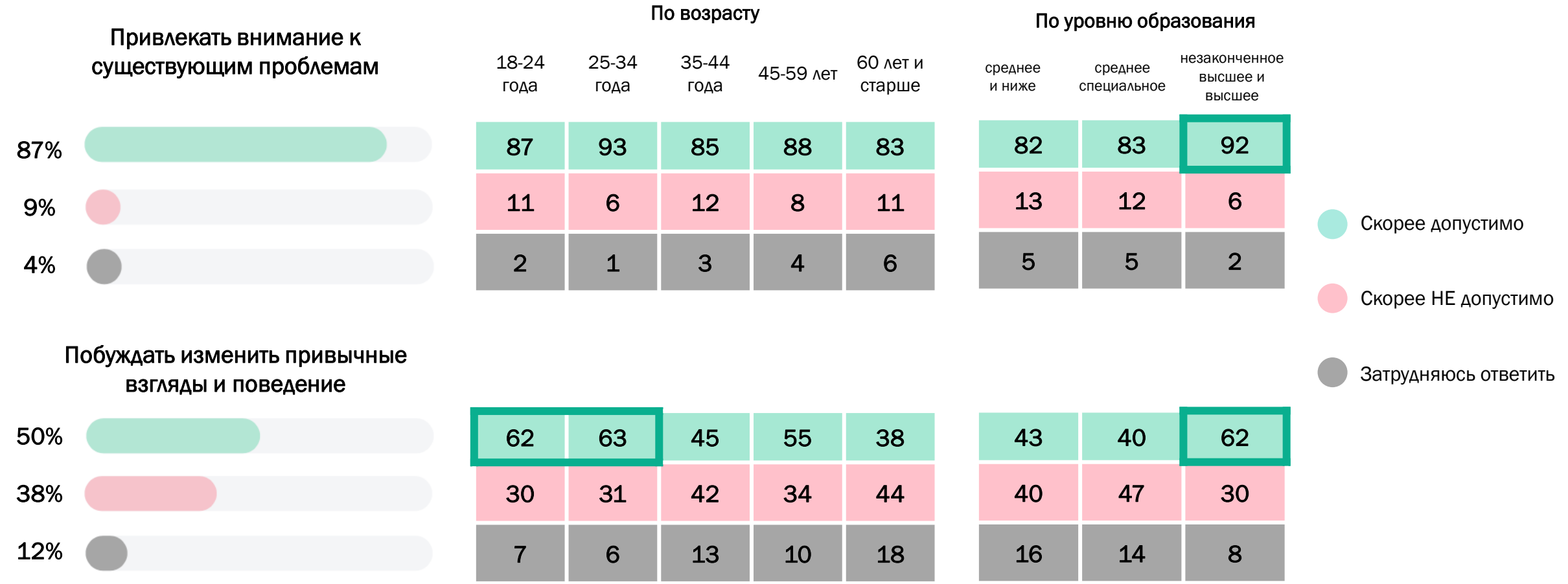
Другое – 17%,
затрудняюсь ответить / не помню – 27%

Ответы о тематике, содержании:

Тема личной гигиены / прокладки / презервативы	7
Голые / развязное поведение	5
Выступление против прививок	5
Предвыборная реклама / предвыборные обещания	3
ЛГБТ в негативном ключе	3
Помощь детям / инвалидам / больным	2
О деятельности чиновников/ власти / хорошие действия властей	2
Медицинские препараты и услуги / здоровье	2
ЛГБТ / однополые браки	2
Сексуальные темы	2

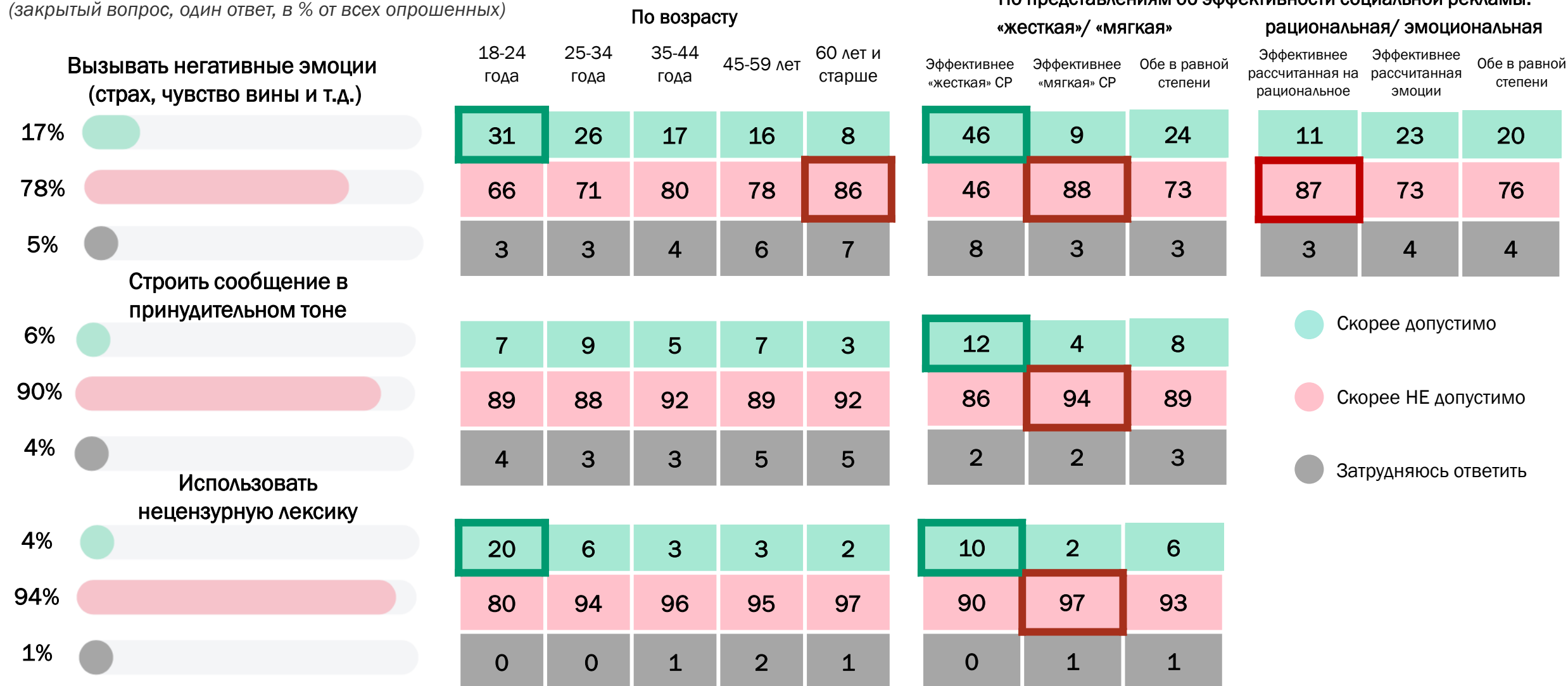
Социальная реклама: допустимые границы

На Ваш взгляд, что допустимо, а что – не допустимо для социальной рекламы?
(закрытый вопрос, один ответ по каждому пункту, в % от всех опрошенных)



Социальная реклама: допустимые границы

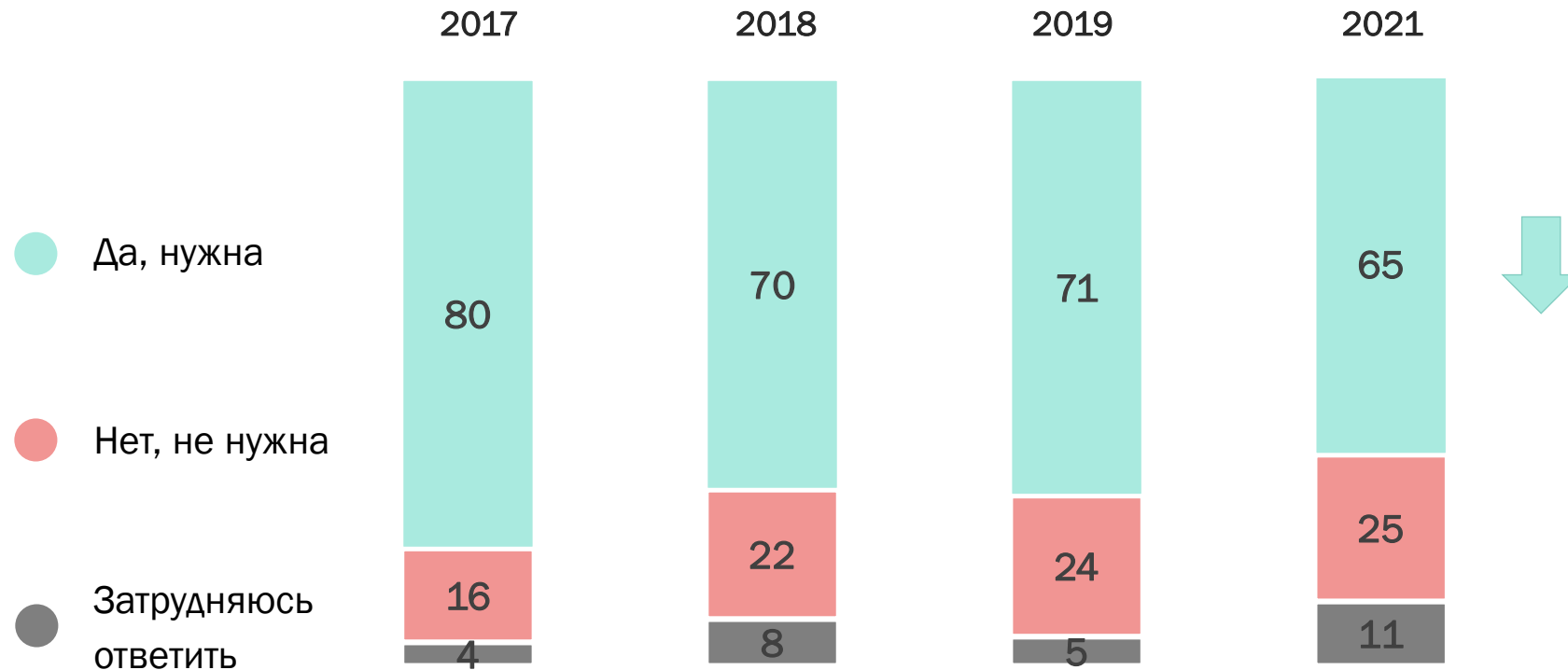
На Ваш взгляд, что допустимо, а что – не допустимо для социальной рекламы?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



- Скорее допустимо
- Скорее НЕ допустимо
- Затрудняюсь ответить

Социальная реклама: оценка востребованности

На Ваш взгляд, социальная реклама нужна или не нужна?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



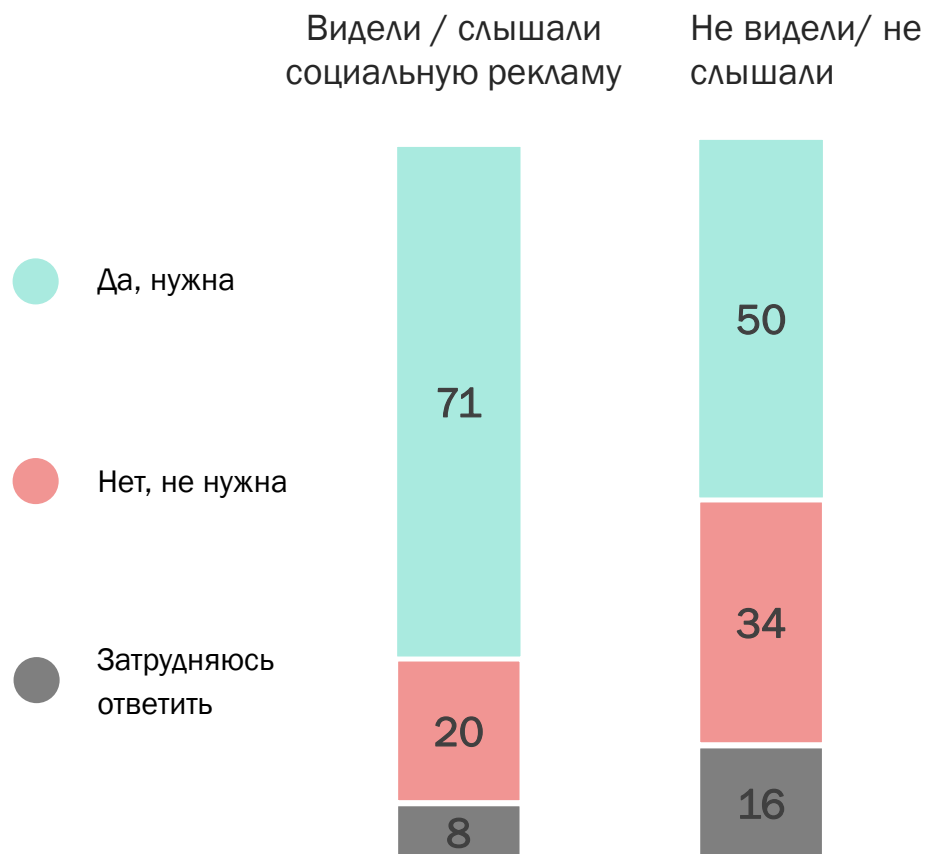
Социальная реклама: оценка востребованности

На Ваш взгляд, социальная реклама нужна или не нужна?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)

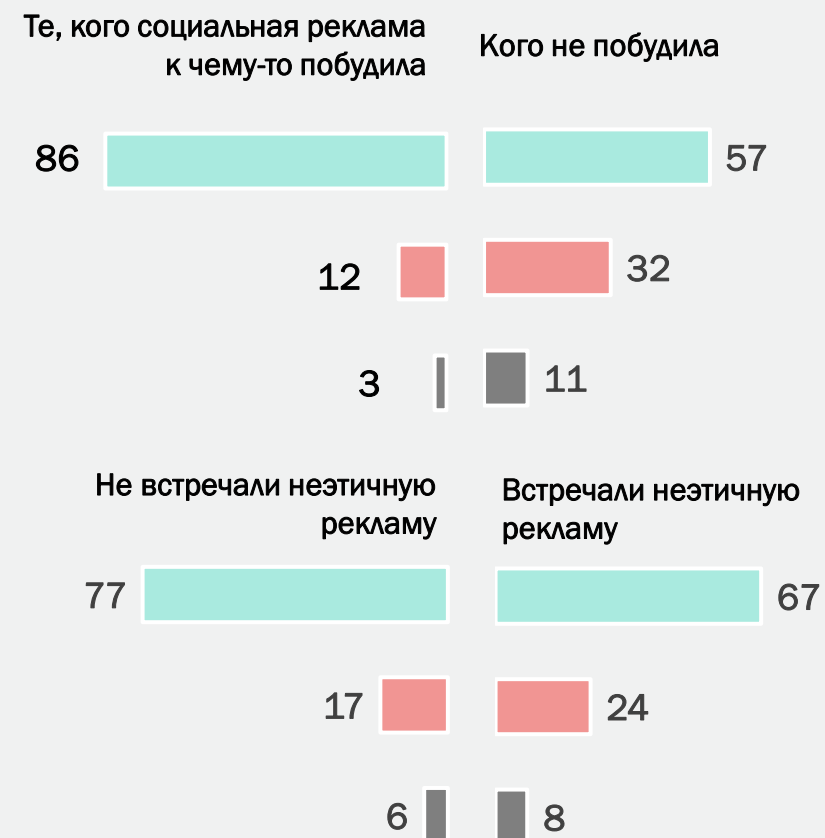


Социальная реклама: влияние опыта просмотра на оценку востребованности

На Ваш взгляд, социальная реклама нужна или не нужна?
(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)



В группе тех, кто видел/ слышал социальную рекламу



Социальная реклама: общественный запрос

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

(открытый вопрос, до трех ответов, в % от тех, кто считает, что социальная реклама нужна)

* Представлены все содержательные ответы, названные более чем 2% опрошенных

Здоровье граждан / забота о здоровье / здравоохранение / медицина (в т.ч. возможности бесплатной медицины)	15
Поддержка населения / улучшение жизни людей / социальные вопросы/ информация о пособиях, льготах / помощи нуждающимся	12
Борьба с коронавирусом (о профилактике, вакцинации, лечении)	8
Забота о пожилых / помощь пенсионерам / информация для пенсионеров	8
Нравственность /поведение людей / отношения между людьми / уважение / доброжелательность / вежливость	7
Образование / повышение образованности	7
ЗОЖ / вести здоровый образ жизни / против вредных привычек /	7
Борьба с бедностью	6
Воспитание детей/ молодежи / молодежная политика	5
Бережное отношение к окружающей среде / защита окружающей среды	4
Защита материнства и детства / дети / помощь семьям с детьми	4
Безопасность на дорогах / соблюдение ПДД	4
Безопасность / борьба с преступностью	4
Семейные ценности / институт семьи	3

Топ-7 по группе 18-24 лет

Здоровье граждан / забота о здоровье/ медицина (в т.ч. возможности бесплатной медицины)	15
Поддержка населения / улучшение жизни людей / социальные вопросы / информация о пособиях, льготах / помощи нуждающимся	12
Защита животных / помощь бездомным животным	10
Забота о пожилых / помощь пенсионерам / информация для пенсионеров	10
Беречь природу / бережное отношение к окружающей среде / защита окружающей среды	9
Борьба с коронавирусом (о профилактике, вакцинации, лечении и т.д.)	8
Равенство / толерантность / против межнациональной розни	6

ВЦИОМ на расстоянии одного клика



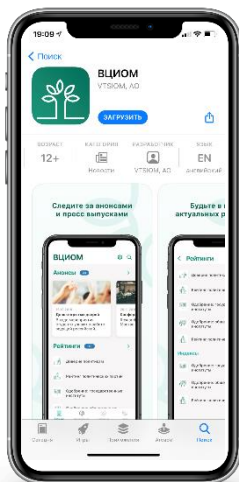
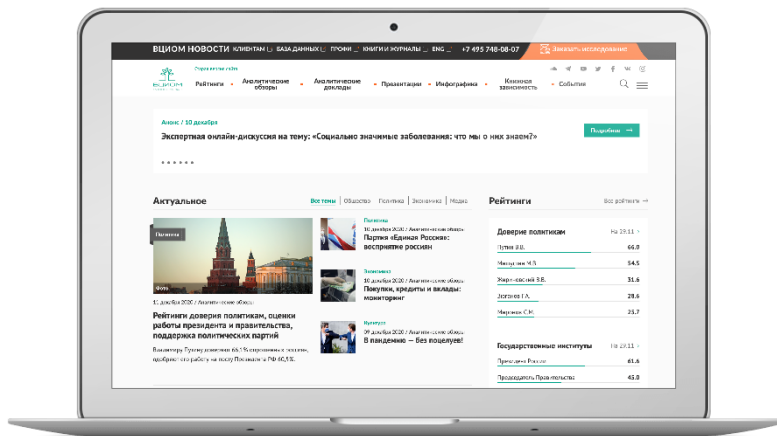
Новостной сайт:

wciom.ru



Почта:

research@wciom.com



Наши услуги и решения:

ok.wciom.ru



[@wciomofficial](https://www.facebook.com/wciomofficial)



[@wciom](https://www.telegram.com/wciom)



[@vciom](https://www.youtube.com/wciom)



[@wciom](https://www.instagram.com/wciom)



[@wciompage](https://vk.com/wciompage)