



**Отчет по результатам
социологического исследования
«ОТНОШЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ»
ИЮНЬ 2021**



Метод: телефонный опрос (Спутник)



Целевая аудитория: население РФ в возрасте старше 18 лет



Выборка: 1600 респондентов
Максимальная статистическая погрешность не более 2,6%



География: Не менее 150 населенных пунктов в не менее, чем в 50 субъектах Российской Федерации, включая все федеральные округа

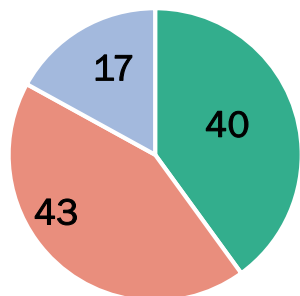


Даты проведения: июнь 2021 г. (03 июня)

** На всех слайдах данные приведены в процентах (%), если не отмечено иное*

Исследование проведено под управлением, установленным в системе менеджмента качества, сертифицированной Бюро Веритас Сертификейшн, и соответствующей требованиям ISO 20252, сертификат №: RU003012





- Видел и помнит содержание
- Не видел

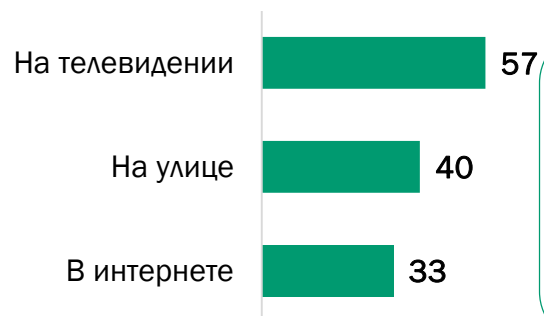
ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ

40% опрошенных видели/слышали социальную рекламу и помнят ее содержание (в 2019 году доля такой аудитории составляла 22%). Молодежь в возрасте 18-24 лет чаще, чем в целом по выборке, утверждали, что не видели социальную рекламу за последний год (62% против 43%).



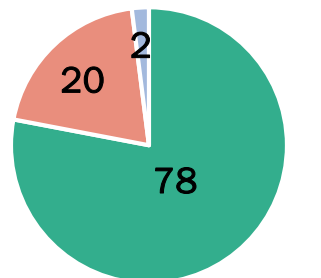
ТЕМАТИКА СОЦРЕКЛАМЫ

Основная информационная тема социальной рекламы – борьба с коронавирусной инфекцией. Представители возрастной группы 35-44 лет, а также жители Москвы и Санкт-Петербурга чаще, чем в среднем по выборке, упоминали информацию о безопасности дорожного движения (12% и 11% соответственно).



КАНАЛЫ ИНФОРМАЦИИ

Главными каналами информирования о социальной рекламе по-прежнему остаются телевидение, уличные щиты/баннеры и интернет. Представители возрастной группы 25-34 года чаще, чем в целом по выборке, указывали интернет и наружное размещение (46% и 54% соответственно). Для жителей Москвы и Санкт-Петербурга высокую актуальность имеет размещение в метро (30%).



- Допускает
- Не допускает
- Затруднились ответить

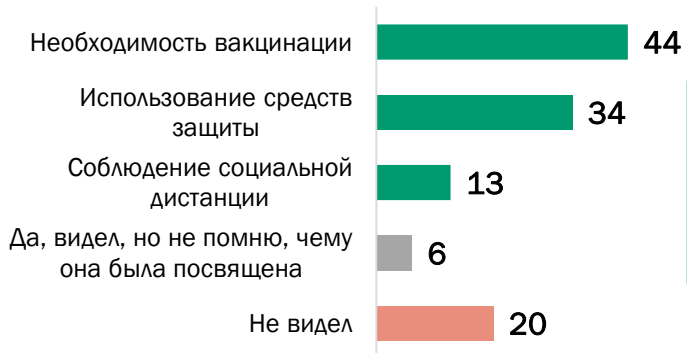
ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЖЕРТВОВАНИЙ

Большинство опрошенных (78%) допускают или скорее допускают для себя возможность безвозмездной материальной помощи. Представители старшей возрастной группы (60+) чаще высказывали категоричную неготовность к пожертвованиям (14% совершенно не допускают возможность безвозмездной помощи вместо 8% в целом по выборке).



ИДЕНТИФИКАЦИЯ МОШЕННИЧЕСКИХ СБОРОВ

57% опрошенных не знают, как отличить мошеннический сбор благотворительных средств от настоящего (среди представителей старшей возрастной группы 60+ таких 64%). Одним из наиболее популярных способов является проверка информации об отправителе в официальных источниках (22%, 35% среди возрастной группы 25-34 года).



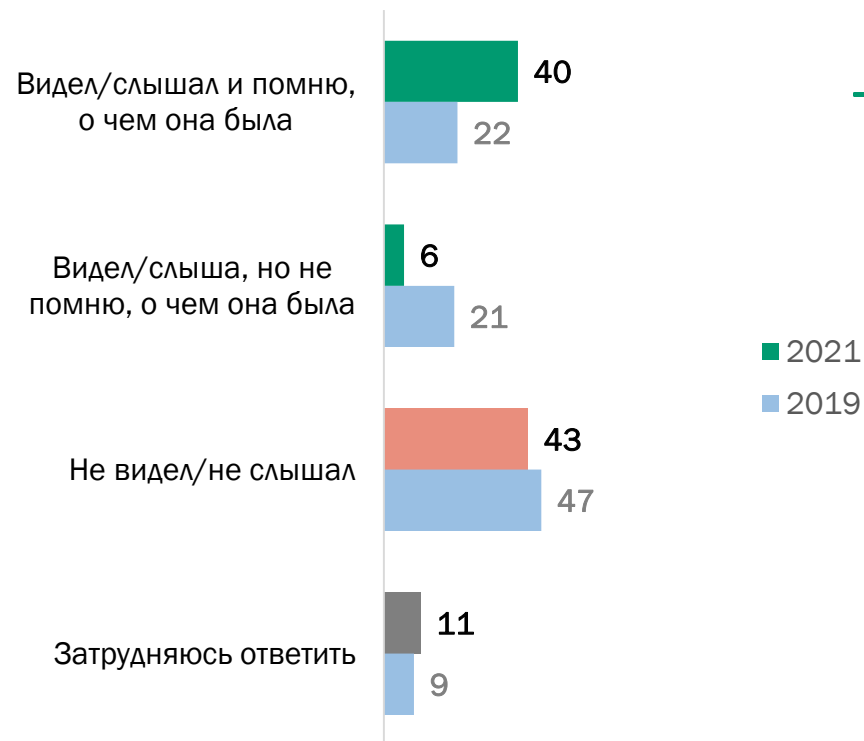
ИНФОРМИРОВАННОСТЬ О СОЦРЕКЛАМЕ ПО БОРЬБЕ С КОРОНАВИРУСОМ

Большинство опрошенных видели социальную рекламу по борьбе с коронавирусной инфекцией (80%), при этом 74% помнят ее содержание. Жители Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников чаще упоминали социальную рекламу о необходимости использования масок, перчаток (42% и 43% соответственно, против 34% в целом по выборке).

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ

В течение последнего года Вы видели, слышали социальную рекламу или нет?

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



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

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

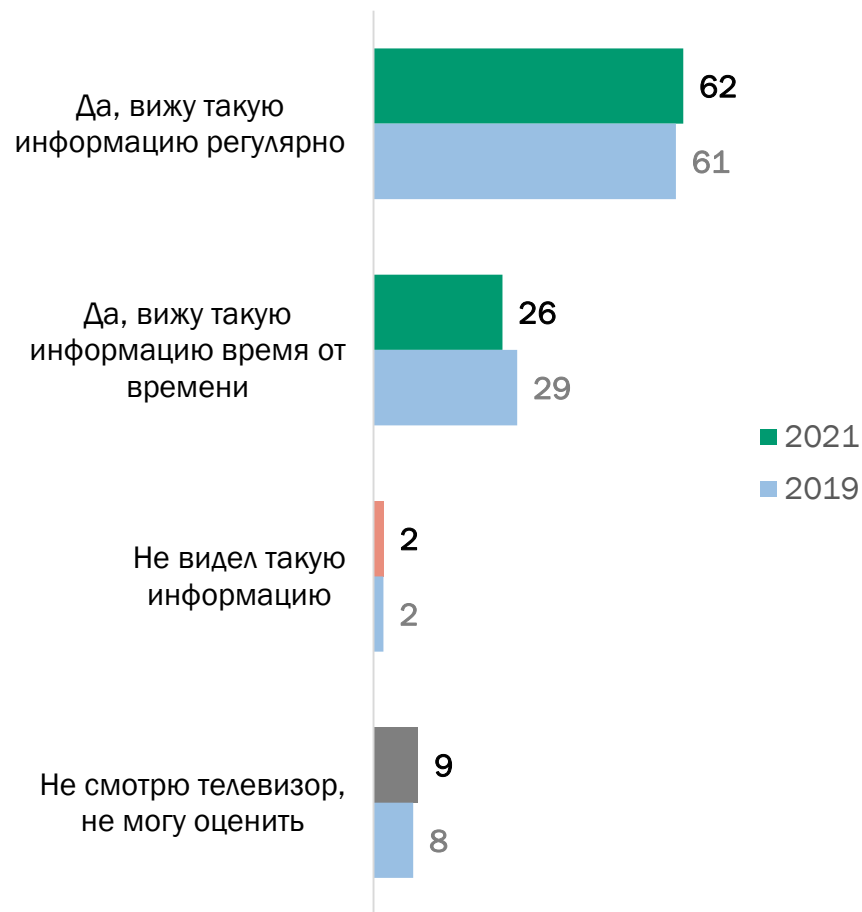


КАНАЛЫ ИНФОРМАЦИИ

Где именно за последний год Вы видели, слышали социальную рекламу?
(закрытый вопрос, любое число ответов, в % от тех, кто видел/слышал социальную рекламу)



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



ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ

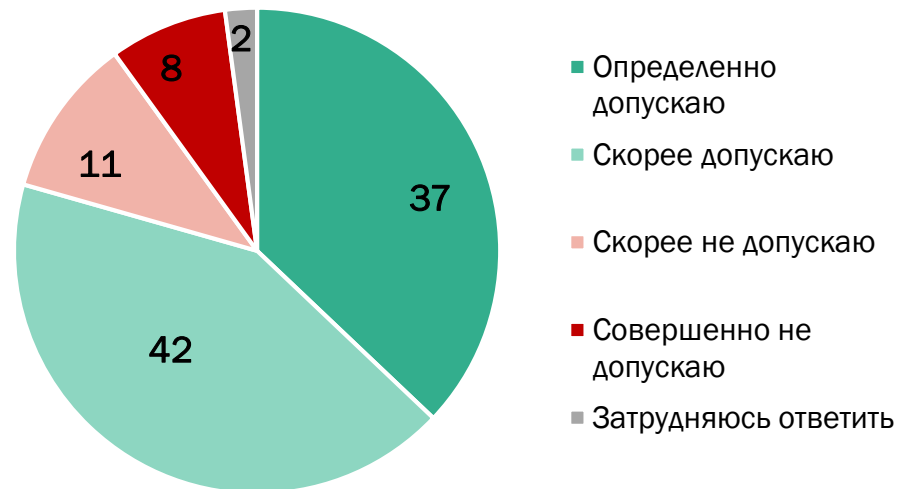
Что из перечисленного Вы делали за последние 12 месяцев?
(закрытый вопрос, любое число ответов, в % от всех опрошенных)



ПОТЕНЦИАЛЬНОЕ ОКАЗАНИЕ МАТЕРИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ

Скажите, пожалуйста, а Вы лично допускаете или не допускаете для себя возможность оказать безвозмездную материальную помощь людям, сделать пожертвования?

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



Почему Вы НЕ допускаете для себя возможность оказать безвозмездную материальную помощь нуждающимся людям?

(закрытый вопрос, любое число ответов, в % от тех, кто не допускает оказание материальной помощи)



ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ПРИ МОШЕННИЧЕСТВЕ

Представьте, что Вам на телефон или по почте приходит сообщение с просьбой помочь деньгами на лечение взрослому человеку или ребенку. Как Вы скорее всего поступите в такой ситуации?

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



Вы знаете или не знаете, как отличить мошеннический сбор благотворительных средств от заслуживающего доверия? И если знаете, то как именно?

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



ИНФОРМИРОВАННОСТЬ О СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ ПО COVID-19

Как Вы знаете, сейчас в нашей стране сохраняется высокий уровень заражения коронавирусной инфекцией COVID-19. Скажите, пожалуйста, Вы видели или не видели какую-либо социальную рекламу, относящуюся к этому? И если видели, то чему она была посвящена?

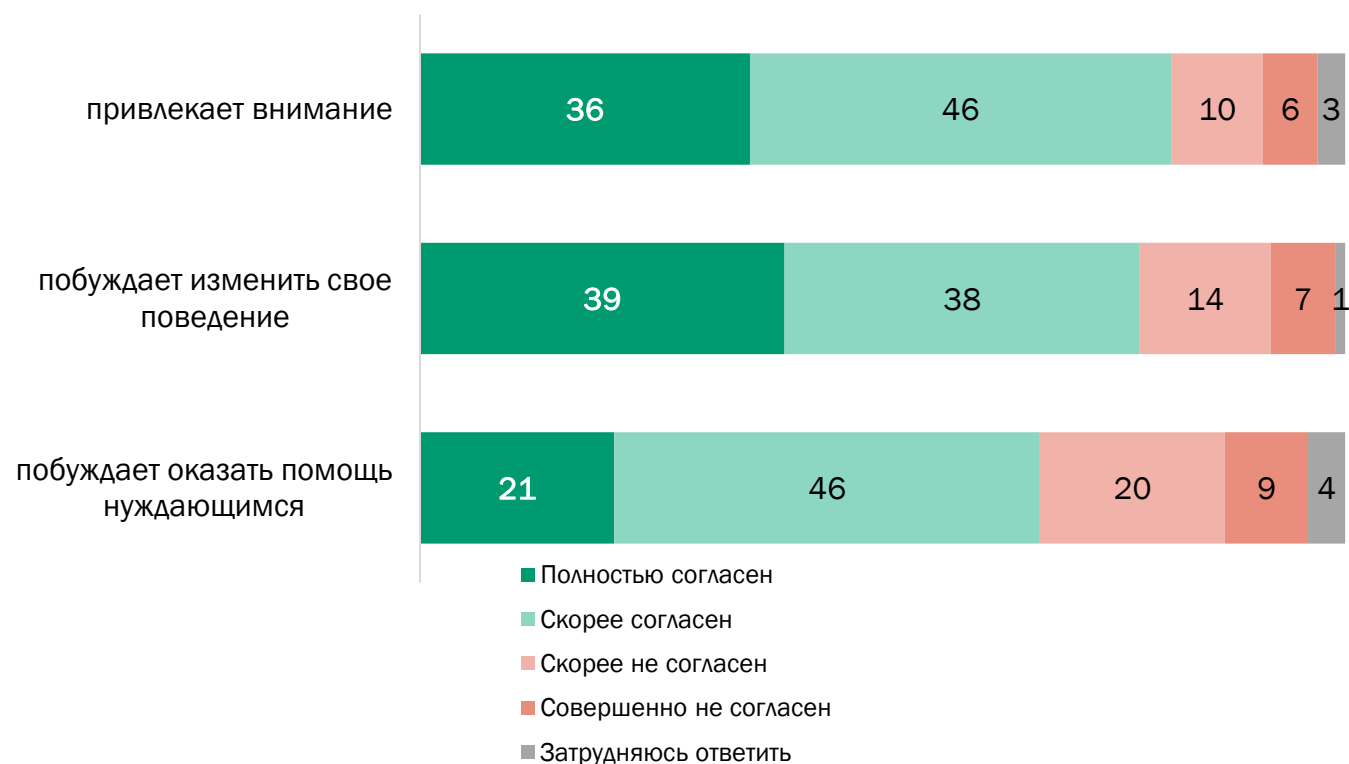
(открытый вопрос, в % от всех опрошенных, любое число ответов)



Вы согласны или не согласны со следующими высказываниями?

Социальная реклама, относящаяся к борьбе с ковид....

(закрытый вопрос, в % от всех опрошенных, один ответ по параметру)

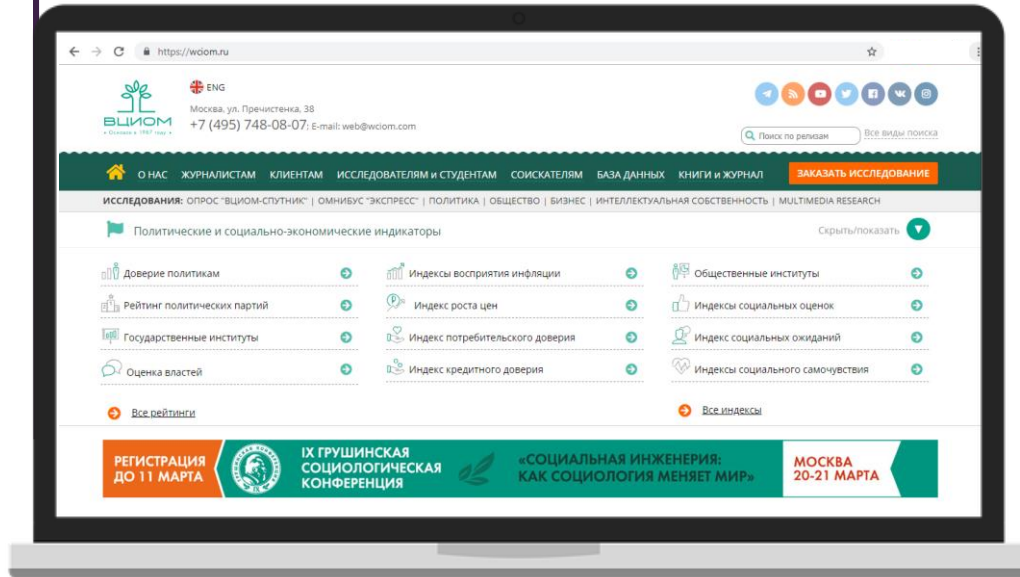




ВЦИОМ

на расстоянии одного клика

WCIOM.RU



Google play

App Store



ЗНАТЬ, ЧТОБЫ ПОБЕЖДАТЬ!

