

# PROактивное общество

или что нам открылось в 2013 году

## Общественное телевидение России: мониторинг популярности



по данным  
исследований

Фонда  
Общественное  
Мнение



## Группа ФОМ-СОЦ



Петренко  
Елена Серафимовна  
Управляющий директор  
Фонда «Общественное мнение»  
petrenko@fom.ru



Иванова Инна  
Ведущий специалист  
Фонда «Общественное мнение»  
ivanova@fom.ru



Кот Юлия  
Старший специалист Фонда  
«Общественное мнение»  
kot@fom.ru



Богомолова Екатерина  
Специалист Фонда «Общественное  
мнение»  
bogomolova@fom.ru



Галицкая  
Елена Геннадьевна  
Приглашенный исследователь  
Начальник отдела обработки  
и анализа данных ООО «инФОМ»  
galitskaya@fom.ru



## Содержание

1. Общественное телевидение  
России: мониторинг популярности  
и степени удовлетворенности  
потребностей граждан

1.1. Результаты мониторинга популярности

1.2. Портрет телезрителей Общественного  
телевидения России

Москва, пер. Капранова д.3 +7 (495) 745 87 65

[www.soc.fom.ru](http://www.soc.fom.ru) [www.fom.ru](http://www.fom.ru)

# 1

## Общественное телевидение России: мониторинг популярности и степени удовлетворенности потребностей граждан

19 мая 2013 года начало вещание Общественное телевидение России — независимый федеральный телеканал общественного направления.

ОТР позиционируется как новая площадка для обсуждения самых актуальных проблем, волнующих общество, а также средство открытого и прямого взаимодействия между властью и гражданами России.

На протяжении 2013 года ФОМ проводил мониторинг популярности Общественного телевидения России, изучал портреты зрителей и потенциальных доноров.

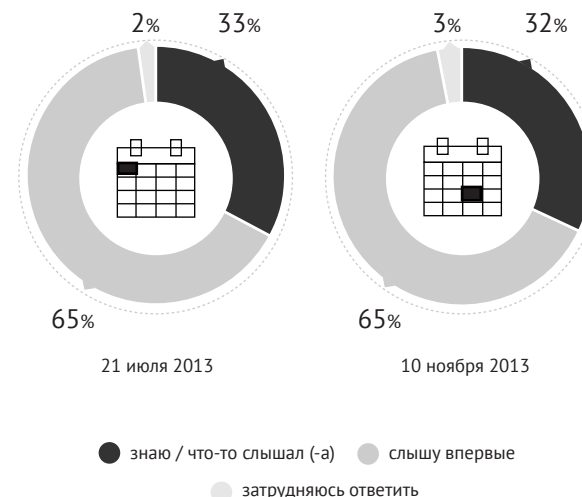
### 1.1 Результаты мониторинга популярности

По итогам включения блока вопросов про ОТР во всероссийский репрезентативный опрос по технологии «ФОМнибус» в ноябре 2013 года большинство россиян все еще не осведомлены об Общественном телевидении России: **65%** респондентов ответили, что слышат о нём впервые. Знают или слышали об ОТР **32%** опрошенных. С июля ситуация практически не меняется.



19 мая 2013 года начал своё вещание новый телеканал – Общественное телевидение России, ОТР. Вы знаете, что-то слышали или слышите сейчас об этом впервые?

Данные в % от числа опрошенных.

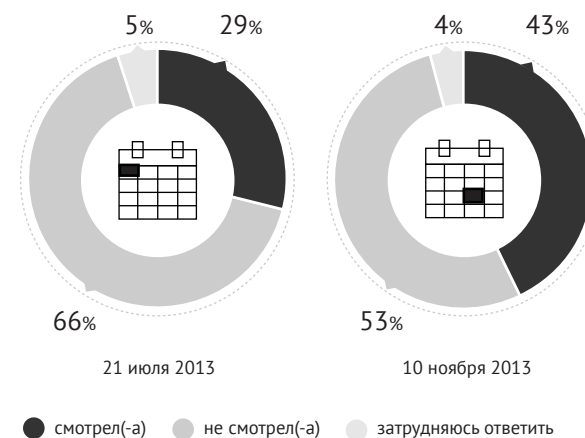


Среди респондентов, осведомлённых о вещании ОТР, очевидна тенденция к росту просмотра нового канала: если в июле только **29%** осведомлённых о вещании ОТР смотрели данный канал, то в ноябре уже **43%**.



Скажите, пожалуйста, Вы смотрели или не смотрели какие-либо передачи телеканала ОТР?

Данные в % от тех, кто что-то знает об ОТР.



Среди тех, кто смотрел канал, у **72%** осталось положительное впечатление от просмотра. Чаще остальных позитивное мнение о канале высказывали респонденты, проживающие в городах с населением от 250 тыс. до 1 млн человек (**81%**), и жители сёл (**83%**). Также позитивное восприятие ОТР продемонстрировали респонденты старше 60 лет – среди них подавляющее большинство (**80%**) одобительно отзывались о канале.

Отрицательно к ОТР относились респонденты с образованием ниже среднего (**17%**), а также те, чей ежемесячный доход не превышает 4000 рублей (**15%**).

Если говорить в целом, какое впечатление – положительное или отрицательное – произвело на Вас Общественное телевидение России?



## 1.2 Портрет телезрителей Общественного телевидения России

В аудитории ОТР (среди тех, кто смотрел какие-либо передачи ОТР) чаще, чем среди населения в целом, можно встретить: людей в возрасте 46-60 лет (**33%** аудитории против **25%** среди населения в целом), с высшим образованием (**36%** против **25%** среди населения в целом), с доходом свыше 20 000 рублей в месяц (**25%** против **18%** среди населения в целом), проживающих в крупных городах (кроме Москвы).

Основным источником информации для **87%** зрителей ОТР является телевидение. Вторым по значимости источником информации для аудитории ОТР являются новостные интернет-ресурсы, при этом для них важным источником информации чаще, чем для населения в целом, оказывается и печатная пресса. Хотя интернет и является значимым источником информации для зрителей ОТР, ещё более часто его называют в качестве основного источника информации те, кто ОТР не смотрел.

Среди зрителей ОТР много социально активных людей. Они чаще, чем население в среднем, помогали своим соседям или коллегам (**38%** против **29%** соответственно), им чаще приходилось работать сверхурочно (**28%** против **23%**). Зрители ОТР активнее интересуются событиями и явлениями культурной жизни: среди них **23%** за последние полгода-год посещали музеи, галереи, концертные залы или театры, в то время как среди населения в целом – всего **17%**.

Скажите, пожалуйста, Вы смотрели или не смотрели какие-либо передачи телеканала ОТР? Данные в % от групп



Скажите, пожалуйста, из каких источников Вы чаще всего узнаете новости, информацию? Данные в % от групп



Не все респонденты, осведомлённые об ОТР, становятся реальной аудиторией канала. Часто осведомлённость связана не с интересом к самому телеканалу, а с большей активностью респондента, его более высоким уровнем образования и личного статуса.

Потенциальная аудитория ОТР проживает преимущественно в больших городах (но не в Москве). Это – социально активные люди (интересуются культурной жизнью, помогают другим людям), материально обеспеченные и достаточно продвинутые (активно пользуются интернетом), даже несмотря на принадлежность к старшей возрастной когорте, которая обычно менее активно вовлечена в интернет-пространство, особенно за пределами Москвы.