

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПЕРЕХОДА СУБЪЕКТОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ЦИФРОВОЕ ТЕЛЕВЕЩАНИЕ**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГНУ «ЦЕНТР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

В.И. САВИНКОВ

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПЕРЕХОДА СУБЪЕКТОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ЦИФРОВОЕ ТЕЛЕВЕЩАНИЕ**

**(КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ПРОГРАММА И МЕТОД
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

**Методическое пособие по прикладной социологии
для социологических факультетов университетов**

Выпуск 2

**Центр социального
прогнозирования и маркетинга**



Москва • 2013

УДК 311.214(77):004.023
ББК 74.5/60.56
С13

Савинков В.И.
С13 **Эффективность перехода субъектов Российской Федерации на цифровое телевидение (Концептуальная программа и метод социологического исследования). Метод. пособие по прикладной социологии для социологических факультетов университетов. Выпуск 2 / В.И. Савинков. — М. : ЦСПиМ, 2013. — 76 с.**

ISBN 978-5-906001-17-7

Аннотация

УДК 311.214(77)+ 004.023
ББК 74.5/60.56

ISBN 978-5-906001-17-7

© Савинков В.И., 2013
© ЦСПиМ, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

1. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
1) <i>Население как потребитель информационной продукции</i>	6
2) <i>Оснащенность населения электронной аппаратурой и частота её обновления</i>	9
2. ОБЪЕКТ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ.	13
3. МОДЕЛЬ ВЫБОРКИ	17
4. ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ	29
А) <i>Оснащенность населения электронной техникой</i>	29
Б) <i>Потребительская активность населения в отношении электронной техники</i>	32
В) <i>Техническая обеспеченность контакта населения с телевизионной информацией</i>	33
Г) <i>Характер контакта населения с телевизионной информацией.</i>	34
Д) <i>Конкурентная коммуникационная среда</i>	34
1) <i>Российская пресса</i>	35
2) <i>Российские радиостанции</i>	36
3) <i>Интернет</i>	37
Е) <i>Включенность в среду рекламной информации</i>	37
Ж) <i>Условия коммерциализации телевидения</i>	38
З) <i>Критерии привлекательности цифрового телевидения</i>	39
И) <i>Информированность населения о государственной программе</i>	41
К) <i>Отношение к процессу перехода на эфирное цифровое телевидение</i>	45
Л) <i>Мероприятия технического характера при цифровизации</i>	46
М) <i>Установки и поведение населения, подключившегося к цифровому телевидению</i>	46
Н) <i>Идеология перехода на цифровое телевидение в массовом сознании населения</i>	48
Приложение:	
Социологическая анкета для персонального интервью в 83-х субъектах РФ.	52

1. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1) Население как потребитель информационной продукции

Анализ населения как потребителя информационной продукции с позиции предмета данного исследования важен потому, что именно величина потребности и, соответственно, полнота её удовлетворения определяют степень «привязанности» потребителя к тому или иному источнику информации. Также следует учесть наличие конкурентной среды источников массовой информации, проявляющейся в двух аспектах: конкуренции между разнородными источниками (ТВ, радио, пресса, а сейчас и Интернет) и конкуренция между однородными источниками (каналы ТВ, станции радио, различные наименования прессы и т.д.). В конкурентную среду технических средств производства и трансляции информации с довольно большим «весом» вклинивается и нетехнический источник — межличностная коммуникация (родственники, друзья, знакомые, авторитетные «носители» общественного мнения).

Об очень «плотной» конкуренции между этими источниками информации свидетельствуют данные исследования. Имеет смысл применять понятие «плотная конкуренция», а не «острая конкуренция» потому, что, судя по близким числовым значениям показателей, правомерно предположить «параллельное» обслуживание этими источниками информационных потребностей населения. Как и ранее, по доле обращающихся за информацией лидирует ТВ. Остальные источники информации также имеют высокий показатель потребления, причем без того, чтобы вытеснять друг друга.

Характер потребления информации по ТВ, радио, из прессы по частоте обращаемости к этим источникам такой же, как и в середине 2000-х годов, новым является только то, что резко возросла доля пользователей Интернета, что в целом не привело к заметному снижению пользователей ТВ, радио и прессы.

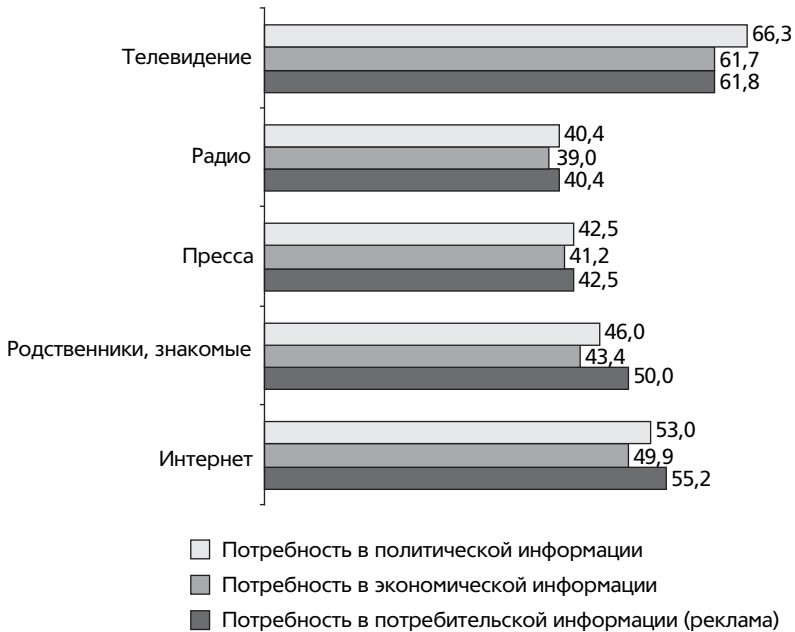
Все эти выводы опираются на данные исследования об условной (процентной) величине удовлетворения названными

источниками потребности населения в политической, экономической, потребительской (рекламной) информации.

Пока разные источники, по тем или иным причинам, удовлетворяют потребности населения в информации, оно будет к ним обращаться. Причин несколько: хорошая тематическая дифференцированность источников информации; недоверие к источникам и стремление сопоставить информацию из нескольких источников; недостаточная полнота информации во всех источниках и по этой причине стремление потребителя «насытиться» за счет различных источников и др. (см. рис. 1)¹.

Рисунок 1

**Процентная величина насыщения
информационной потребности населения различными источниками
(на сколько % удовлетворяют потребность в информации)**



¹ Здесь и далее используются результаты вторичного анализа данных общероссийского репрезентативного исследования, проведенного Центром социального прогнозирования и маркетинга в сентябре 2011 года.

Степень «тесноты» источников информации на конкурентном поле более наглядна, если отобразить их долю в удовлетворении информационной потребности населения в нормированном виде (приводя к 100%, см. рис. 2, 3, 4).

Рисунок 2

Нормированная доля различных источников информации в удовлетворении потребности населения в политической информации, %

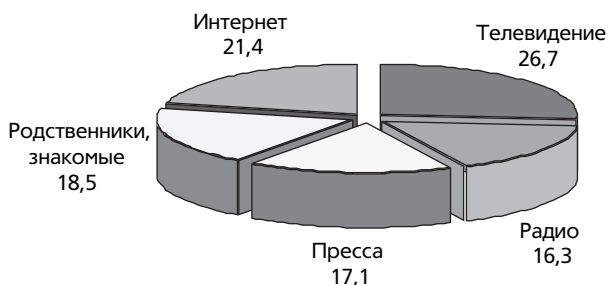
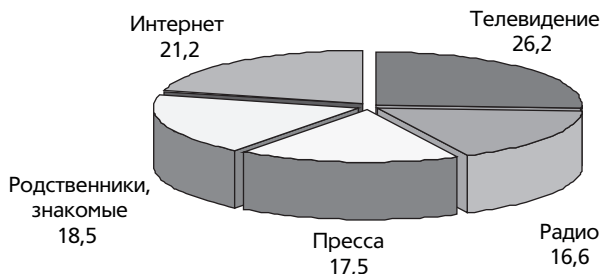


Рисунок 3

Нормированная доля различных источников информации в удовлетворении потребности населения в экономической информации, %

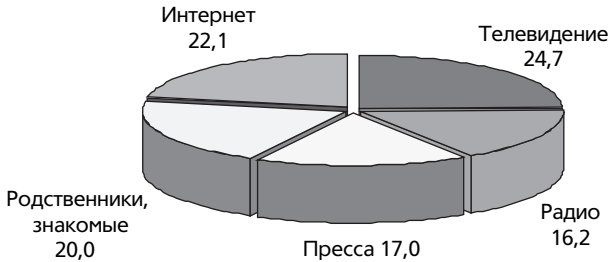


Выводы по данным на рис. 2–4:

- в информационном поле присутствуют две «кучкующиеся» группы конкурентов: радио, пресса и межличностная коммуникация; телевидение и Интернет;
- примерно половину информационных потребностей населения удовлетворяют телевидение и Интернет, при лидировании ТВ с небольшим отрывом;

Рисунок 4

**Нормированная доля различных источников информации
в удовлетворении потребности населения
в потребительской информации, %**



- во второй группе источников информации лидирует межличностная коммуникация, также с небольшим отрывом от радио и прессы.

Естественно, эта дифференциация условная и носит в основном инструментальный характер. В действительности речь должна идти о том, что все источники информации, в том числе по тематическим потокам, «накрывают» друг друга, т.е. у потребителей по многим видам информации, особенно политической и экономической, получается «повторное» потребление.

Ускорить темпы доминирования Интернета может технический прогресс и тематическое насыщение (например, доступность музыкальных сайтов, записей кинофильмов).

2) Оснащенность населения электронной аппаратурой и частота её обновления

Оснащенность и частота обновления населением телеприёмников представляет интерес с точки зрения основного предмета исследования потому, что при переходе на цифровое телевидение у части населения может возникнуть необходимость замены телеприёмника. Общая картина оснащённости населения электронной аппаратурой отображена в таблице 1.

Таблица 1

Оснащенность населения электронной аппаратурой и масштабы её приобретения за последние 2 года²

Электронная аппаратура	Состояние на сегодняшний день			Приобрели за последние 2 года	
	%	Домохозяйств млн.	Число человек в контакте, млн. ³	%	млн.
Настольный компьютер	52,7	27,4	63,7	7,2	8,7
Ноутбук	27,3	14,2	33,0	14,2	17,2
Жидкокристаллический телевизор	29,3	15,2	35,4	15,9	19,2
Плазменный телевизор	11,5	6	13,9	5,6	6,8
Обычный телевизор	79,3	41,2	95,8	3,9	4,7
Домашний кинотеатр	8,3	4,3	10,0	1,3	1,6
Широкополосный Интернет	22,5	11,7	27,2	3,9	4,7
Модем	29,1	15,1	–	6,9	8,3
Мобильный телефон	87,6	–	105,8	24,2	29,2
Коммуникатор	5,0	–	6,0	1,5	1,8
Музыкальный центр	34,4	17,9	41,6	3,1	3,7
DVD плеер-рекордер	42,0	–	50,7	4,8	5,8
Ресивер	5,4	2,8	–	1,7	2,1

Из данных таблицы 1 следует, что 20% домохозяйств имеют не менее 2-х телевизоров. Это преимущественно обычные телевизоры.

Телевизорами оснащены 100% домохозяйств, в том числе в 30% домохозяйств имеются 2 компьютера, второй — это ноутбук. Общая численность имеющих доступ к компьютеру

² Общее число домохозяйств в РФ, согласно данным Росстата, равно 52 млн. единиц. Источник: Российский статистический ежегодник. Росстат, М. 2011, стр. 99.

³ Число человек в контакте рассчитано от общей численности населения в возрасте старше 15 лет — 120,8 млн. Рассчитано по источнику: Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту. Росстат, М., 2011, стр. 9–11.

дома — не менее 77 млн. человек в возрасте 15 лет и старше, т.е. 65% от общей численности этой возрастной группы населения.

Модемов и ресерверов за год приобретено 5,2 млн. Это означает, что в последние 2 года в среднем в год к цифровому телевидению подключались 10% домохозяйств.

Если предположить, что модемы покупались для подключения к цифровому вещанию новых телевизоров, то получится, что из числа приобретаемых за год новых телевизоров подключаются к цифровому вещанию почти все и ещё не менее 15% домохозяйств устанавливают модемы из числа тех, кто не покупает новый телевизор.

Правомерен вывод, что для покупающих новый телевизор приобретение модема — ситуация естественная. Но может быть и так, что с решением подключиться к цифровому вещанию большинство (85%) покупают одновременно новый телевизор.

В среднем в год население покупает 13 млн. компьютеров, среди которых не менее 65% — ноутбуки. Это примерно 13% от общей численности настольных компьютеров и ноутбуков вместе взятых, имеющихся в домохозяйствах. Опираясь на этот показатель, можно предположить, что средний период обновления компьютера в домашнем хозяйстве — 8 лет.

Наиболее высоки темпы приобретения жидкокристаллических телевизоров. В течение последнего года их было приобретено населением 55% от общей численности аналоговых телевизоров, имеющихся у населения. Данный показатель для плазменного телевизора — 50%, для обычного телевизора — 5%. Это постепенно приведет к выводу из потребления обычных телевизоров, для чего потребуется примерно 12 лет.

Средний возраст телеприемников, имеющихся в домохозяйствах — 6 лет: у возрастной группы до 40 лет средний возраст телеприемника — 5 лет (это в 23,3 млн. домохозяйств), у возрастной группы 40–59 лет — 5,5–6,5 лет (в 18 млн. домохозяйств), в возрастной группе 60–69 лет — 7,5 лет (в 4,8 млн. домохозяйств), в возрастной группе старше 70 лет — 9 лет (в 5,8 млн. домохозяйств).

По признанию опрошенных, имеют намерение в среднем через 2 года заменить свой телевизор 36% россиян в возрасте

15 лет и старше, т.е. примерно 43,5 млн. человек, примерно 3-хгодовая «норма»; т.е. 18,7 млн. домохозяйств или в расчете на один год — 9,4 млн. домохозяйств, что на 40% меньше, чем меняли в прошлые 2 года (расчет на один год).

Это свидетельствует либо об удовлетворенности большей части потребности населения в телевизорах, либо о снижении платежеспособного спроса.

2. ОБЪЕКТ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предмет исследования: отношение к переходу на цифровое телевидение.

Объект исследования: население Российской Федерации в возрасте 18–60 лет во всех (83-х) субъектах Российской Федерации.

Цель исследования — информационно-аналитическое обеспечение успешного проведения информационно-разъяснительной кампании среди населения внедрения цифрового эфирного вещания в Российской Федерации.

Задачи исследования.

- 1) Определение методом массового социологического опроса:
 - необходимости и характера корректировки хода реализации информационно-разъяснительной кампании, проводимой в рамках мероприятий федеральной целевой программы «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 — 2015 годы» (далее — ФЦП), включая разработку концепции информирования населения об отключении аналогового телевизионного вещания;
 - степени информированности населения во всех субъектах РФ о целях и задачах ФЦП, о необходимости модернизации, о преимуществах цифрового эфирного вещания над аналоговым;
 - степени информированности населения о порядке, этапах, сроках и результатах перехода на цифровое эфирное телевидение различных субъектов РФ;
 - степени информированности населения субъектов РФ о факте, процессе и сроках отключения аналогового телевидения;
 - степени информированности населения об аргументах и мероприятиях информационно-разъяснительной кампании в пользу перехода на цифровое эфирное вещание;
 - определение степени информированности населения об особенностях использования и подключения оборудования для приема сигналов эфирного цифрового вещания, о содержании пакетов цифрового вещания (мультиплексов);

- уровня информированности населения о рекламной продукции, предназначенной для формирования позитивного восприятия кампании по переходу к цифровому телевидению: телевизионных роликов, радиороликов; наружной рекламы; рекламы и информационных материалов в печатных СМИ; рекламы и информационных материалов на специализированном портале *ртрс.рф*.
- 2) Разработка выводов и рекомендаций по формированию лояльного отношения населения к переходу на цифровое эфирное телевидение и корректировке возможного негативного восприятия программы перехода на цифровое телевидение посредством:
- измерения отношения населения к факту и процессу реализации программы/мероприятий ФЦП;
 - определения наиболее значимых факторов, мотивационных переменных, которые влияют на формирование лояльного и минимизируют негативное отношение различных социально-демографических групп населения к переходу на цифровое эфирное телевизионное вещание;
 - выявления наиболее значимых факторов, мотивационных переменных, формирующих желание и стимулирующих готовность населения к приобретению цифровых абонентских телевизионных приставок и цифровых телевизионных приемников;
 - выяснения мнения различных социально-демографических групп о преимуществах и недостатках цифрового эфирного телевидения;
 - измерения отношения целевой группы населения к цифровому эфирному телевидению на основании опыта его использования;
 - определения ожиданий и потребностей населения от внедрения цифрового эфирного телевидения с точки зрения получаемых выгод;
 - определения наиболее значимых и предпочтительных для населения каналов коммуникации (ТВ/радио ролики/разъяснительные передачи, публикации в печатных СМИ, буклеты/лифлеты, call-центры, Интернет, прямое продвижение, наружная реклама, специальные проекты).

- 3) Выявление степени подготовленности населения к переходу на цифровое эфирное телевидение:
- текущей оснащенности домохозяйств оборудованием для просмотра телепередач, типов используемых приемных антенн, количество и качество принимаемых телевизионных каналов;
 - готовности домохозяйств к отключению аналогового эфирного телевидения, предпочтения домохозяйств в вопросах, касающихся эксплуатации и технического обслуживания принимающих цифровой сигнал устройств;
 - уровня психологической и материальной готовности адресных групп к переходу на цифровое эфирное телевидение;
 - готовности населения нести затраты на приобретение специального оборудования для приема цифрового телевизионного сигнала;
 - степени заинтересованности телевизионной аудитории в расширении функционала телевизионных приемников;
 - динамики соотношения телевидения и Интернета в информационной потребности различных демографических и социальных групп населения (положительная/отрицательная направленность для телевидения);
 - предпочтения аудитории по просмотру телепередач с точки зрения: желаемого количества принимаемых каналов; ожидаемого соотношения между общероссийскими и нишевыми/тематическими каналами;
 - источников ТВ-сигнала в домохозяйствах.
- 4) Выявление переменных, оказывающих влияние на отношение населения к факту отключения аналогового телевидения в результате реализации федеральной целевой программы (ФЦП) перехода на цифровое телевидение и разработка концепции информирования населения об отключении аналогового телевизионного вещания на базе полученных в ходе исследования данных по следующим позициям:
- определение факторов, формирующих неприятие населением идеи цифровизации РФ в целом, а также

задач и порядка выполнения ФЦП на трех уровнях: рациональном, эмоциональном, когнитивном;

- выявление степени/ важности/убедительности доводов для формирования лояльного отношения населения к отключению аналогового телевидения на трех уровнях: рациональном, эмоциональном, когнитивном;
- определение восприятия ФЦП по переходу на цифровое эфирное телевидение с точки зрения уровня его значимости в масштабах страны.
- определение ценностного отношения населения к развитию цифрового эфирного телевидения: насколько оно значимо для различных социальных групп на уровнях: государственная значимость; личная значимость.

Метод сбора первичной социологической информации: персональное интервью при помощи формализованной социологической анкеты (см. Приложение).

3. МОДЕЛЬ ВЫБОРКИ

Используется пропорциональная районированная модель выборки с квотным отбором респондентов на последней ступени. Выборочная совокупность формируется по 83 субъектам РФ пропорционально численности населения в них в возрасте 18–60 лет, а внутри каждого субъекта — пропорционально численности населения в административных центрах субъектов РФ, муниципальных центрах районов, поселках городского типа (ПГТ) и селах. Источник формирования пропорций — данные Росстата по состоянию на 01.01.2012 года.

Отбор респондентов интервьюерами для опроса осуществляется на основании квот по социально-профессиональному признаку, включающему 10 социально-профессиональных групп, сегментированных в долевом соотношении в соответствии с данными Росстата:

1. Рабочие промышленности, строительства, шахт — без высшего образования.
2. Инженеры промышленности, строительства, шахт — с высшим образованием.
3. Работники торговли, общественного питания, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб — со средним (или менее), начальным и средним профессиональным образованием.
4. Работники финансовых, страховых компаний, торговли, сферы услуг, транспорта, коммунальных служб — с высшим образованием.
5. Работники (служащие): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, искусства, средств массовой информации — с высшим образованием.
6. Работники (лаборанты, операторы, библиотекари, секретари, медсестры и др.): вузов, школ, здравоохранения, управления (административного, политического), науки, средств массовой информации — со средним или средним профессиональным образованием.
7. Военные, работники МВД, таможи, налоговых служб (с любым образованием).
8. Представители малого и среднего бизнеса.

9. Жители села.

10. Студенты вузов, старших курсов техникума (колледжа).

Для расчета пропорций и параметров квот выборки используются статистические сведения Росстата, отображенные в таблицах 2–3. Структура выборки, сформированная по принципу многоступенчатой пропорциональности численности населения, сегментированного по федеральным округам и типам поселений, приведена в таблице 4.

Таблица 2

Доля населения по типам поселений, %

Субъекты	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ	25,9	41,8	5,6	26,9
Центральный федеральный округ				
Белгородская область	23,7	27,7	15,1	33,5
Брянская область	33,1	23,1	12,4	31,4
Владимирская область	23,6	39,9	14,2	22,3
Воронежская область	39,4	16,3	7,8	36,5
Ивановская область	37,8	38,1	4,8	19,3
Калужская область	32,7	40,0	3,6	23,7
Костромская область	39,2	23,3	6,1	31,4
Курская область	36,0	20,4	8,3	35,3
Липецкая область	43,4	20,9	0,0	35,7
Московская область	0,0	71,5	9,4	19,1
Орловская область	39,0	15,7	9,6	35,7
Рязанская область	44,2	17,4	8,7	29,7
Смоленская область	32,6	32,9	6,4	28,1
Тамбовская область	25,5	24,4	8,1	42,0
Тверская область	30,2	35,4	8,9	25,5
Тульская область	31,9	39,6	8,4	20,1
Ярославская область	46,5	31,5	3,8	18,2
г. Москва	100,0	0,0	0,0	0,0
Северо-Западный федеральный округ				
Республика Карелия	39,6	27,5	9,4	23,5
Республика Коми	26,3	36,0	13,7	24,0

Продолжение таблицы 2

Субъекты	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Архангельская область без НАО	28,7	36,9	8,1	26,3
Ненецкий автономный округ	46,9	0,0	17,5	35,6
Вологодская область	23,6	40,3	5,1	31,0
Калининградская область	44,7	30,4	1,1	23,8
Ленинградская область	0,0	55,9	10,4	33,7
Мурманская область	37,0	44,6	9,6	8,8
Новгородская область	33,5	27,3	9,0	30,2
Псковская область	27,8	31,6	8,6	32,0
г. Санкт-Петербург	100,0	0,0	0,0	0,0
Южный федеральный округ				
Республика Адыгея	34,9	2,8	15,0	47,3
Республика Калмыкия	36,4	8,2	0,0	55,4
Краснодарский край	13,8	36,0	2,7	47,5
Астраханская область	50,3	11,9	3,6	34,2
Волгоградская область	38,9	29,1	7,5	24,5
Ростовская область	24,8	40,9	1,2	33,1
Северо-Кавказский федеральный округ				
Республика Дагестан	19,6	17,8	4,8	57,8
Республика Ингушетия	24,1	19,0	0,0	56,9
Кабардино-Балкарская Республика	30,1	24,3	1,6	44,0
Карачаево-Черкесская Республика	27,3	13,2	2,9	56,6
Республика Северная Осетия-Алания	46,8	15,4	2,2	35,6
Чеченская Республика	19,8	14,6	2,0	63,6
Ставропольский край	13,6	39,0	4,4	43,0
Приволжский федеральный округ				
Республика Башкортостан	25,4	32,7	1,8	40,1
Республика Марий Эл	35,6	13,0	14,9	36,5
Республика Мордовия	38,2	10,2	12,3	39,3
Республика Татарстан	30,1	40,7	4,2	25,0
Удмуртская Республика	40,0	21,8	6,0	32,2
Чувашская Республика	35,0	23,0	0,0	42,0

Продолжение таблицы 2

Субъекты	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Пермский край	36,5	32,8	4,9	25,8
Кировская область	33,3	25,1	13,9	27,7
Нижегородская область	38,3	31,7	9,0	21,0
Оренбургская область	24,9	32,1	0,4	42,6
Пензенская область	36,9	20,4	9,4	33,3
Самарская область	35,8	40,8	4,0	19,4
Саратовская область	32,3	33,7	8,2	25,8
Ульяновская область	46,4	14,5	12,1	27,0
Уральский федеральный округ				
Курганская область	34,0	18,0	4,9	43,1
Свердловская область	30,6	48,9	3,9	16,6
Тюменская область без ХМАО и ЯНАО	43,1	35,0	0,0	21,9
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	4,9	75,3	11,4	8,4
Ямало-Ненецкий автономный округ	7,9	70,6	6,4	15,1
Челябинская область	31,2	47,3	2,8	18,7
Сибирский федеральный округ				
Республика Алтай	26,6	0,0	0,0	73,4
Республика Бурятия	39,1	9,0	8,4	43,5
Республика Тыва	34,7	13,1	3,7	48,5
Республика Хакасия	30,3	28,6	9,3	31,8
Алтайский край	24,8	26,0	2,6	46,6
Красноярский край	33,3	35,1	7,5	24,1
Забайкальский край	27,6	17,2	19,1	36,1
Иркутская область	23,2	46,3	9,3	21,2
Кемеровская область	18,5	58,2	8,2	15,1
Новосибирская область	53,2	15,7	6,8	24,3
Омская область	56,0	5,0	8,3	30,7
Томская область	48,7	19,8	0,8	30,7
Дальневосточный федеральный округ				
Республика Саха (Якутия)	32,6	14,6	18,3	34,5
Камчатский край	56,8	18,8	3,5	20,9
Приморский край	29,2	37,0	9,2	24,6

Окончание таблицы 2

Субъекты	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Хабаровский край	41,5	28,7	10,3	19,5
Амурская область	24,0	28,0	13,2	34,8
Магаданская область	67,2	2,3	30,7	4,4
Сахалинская область	34,2	37,2	6,9	21,7
Еврейская автономная область	40,8	5,6	19,7	33,9
Чукотский автономный округ	24,2	20,0	22,2	33,6

Таблица 3

Выборочная совокупность по типам поселений, человек

Субъекты	Численность респондентов	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ	10150	3762	3020	629	2739
Центральный федеральный округ	2563	1218	711	153	481
Белгородская область	106	25	29	16	36
Брянская область	88	29	20	11	28
Владимирская область	97	23	39	14	21
Воронежская область	154	61	25	12	56
Ивановская область	72	28	27	3	14
Калужская область	68	23	27	2	16
Костромская область	48	19	11	3	15
Курская область	78	28	16	6	28
Липецкая область	79	34	17	0	28
Московская область	472	0	338	44	90
Орловская область	56	22	9	5	20
Рязанская область	76	34	13	7	22
Смоленская область	66	22	22	4	18
Тамбовская область	73	19	18	6	30
Тверская область	91	28	32	8	23
Тульская область	102	33	40	9	20

Продолжение таблицы 3

Субъекты	Численность респондентов	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Ярославская область	89	42	28	3	16
г. Москва	748	748	0	0	0
Северо-Западный федеральный округ	982	501	243	60	178
Республика Карелия	49	19	13	5	12
Республика Коми	70	18	25	10	17
Архангельская область без НАО	85	25	31	7	22
Ненецкий автономный округ	40	19	0	7	14
Вологодская область	84	20	34	4	26
Калининградская область	66	30	20	1	15
Ленинградская область	115	0	64	12	39
Мурманская область	64	24	29	6	5
Новгородская область	44	15	12	4	13
Псковская область	47	13	15	4	15
г. Санкт-Петербург	318	318	0,0	0,0	0,0
Южный федеральный округ	970	254	309	35	372
Республика Адыгея	40	14	1	6	19
Республика Калмыкия	40	15	3	0	22
Краснодарский край	350	49	126	9	166
Астраханская область	70	35	8	3	24
Волгоградская область	178	69	52	13	44
Ростовская область	292	72	119	4	97
Северо-Кавказский федеральный округ	657	143	156	22	336
Республика Дагестан	193	38	34	9	112
Республика Ингушетия	40	10	8	0	22
Кабардино-Балкарская Республика	64	19	16	1	28
Карачаево-Черкесская Республика	40	11	5	1	23
Республика Северная Осетия-Алания	48	23	7	1	17

Продолжение таблицы 3

Субъекты	Численность респондентов	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Чеченская Республика	83	16	12	2	53
Ставропольский край	189	26	74	8	81
Приволжский федеральный округ	2101	705	647	124	625
Республика Башкортостан	285	73	93	5	114
Республика Марий Эл	50	18	7	7	18
Республика Мордовия	58	22	6	7	23
Республика Татарстан	265	80	108	11	66
Удмуртская Республика	108	43	24	6	35
Чувашская Республика	90	32	21	0	37
Пермский край	189	69	62	9	49
Кировская область	96	32	24	13	27
Нижегородская область	228	87	72	21	48
Оренбургская область	149	37	48	1	63
Пензенская область	93	34	19	9	31
Самарская область	221	79	90	9	43
Саратовская область	178	57	60	15	46
Ульяновская область	91	42	13	11	25
Уральский федеральный округ	876	244	433	39	160
Курганская область	64	22	12	3	27
Свердловская область	307	94	150	12	51
Тюменская область без ХМАО и ЯНАО	97	42	34	0	21
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	120	6	90	14	10
Ямало-Ненецкий автономный округ	45	4	32	3	6
Челябинская область	243	76	115	7	45
Сибирский федеральный округ	1428	486	378	120	444
Республика Алтай	40	11	0	0	29
Республика Бурятия	67	26	6	6	29
Республика Тыва	40	15	5	1	19

Окончание таблицы 3

Субъекты	Численность респондентов	Административные центры субъектов РФ	Районные города	Поселки городского типа (ПГТ)	Села
Республика Хакасия	40	12	11	4	13
Алтайский край	174	43	45	5	81
Красноярский край	79	26	28	6	19
Забайкальский край	208	57	36	40	75
Иркутская область	176	42	81	16	37
Кемеровская область	197	36	115	16	30
Новосибирская область	187	100	29	13	45
Омская область	144	81	7	12	44
Томская область	76	37	15	1	23
Дальневосточный федеральный округ	573	211	143	76	143
Республика Саха (Якутия)	68	23	10	12	23
Камчатский край	40	23	8	1	8
Приморский край	142	41	53	13	35
Хабаровский край	101	42	29	10	20
Амурская область	62	15	17	8	22
Магаданская область	40	27	1	12	0
Сахалинская область	40	14	15	3	8
Еврейская автономная область	40	16	2	8	14
Чукотский автономный округ	40	10	8	9	13

Таблица 4

**Структура общероссийской выборки по цифровизации
(пропорциональная численность респондентов по субъектам РФ)**

Субъекты	Все население, тыс. человек	В возрасте 18–60 лет		Численность респондентов
		тыс. человек	%	
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ	143056383	88359,7	100,0	10150
Центральный федеральный округ	38537608	22857,2	25,87	2563

Продолжение таблицы 4

Субъекты	Все население, тыс. человек	В возрасте 18–60 лет		Численность респондентов
		тыс. человек	%	
Белгородская область	1536073	943,5	1,07	106
Брянская область	1264416	788,8	0,89	88
Владимирская область	1431932	865,9	0,98	97
Воронежская область	2331506	1366,0	1,55	154
Ивановская область	1054040	646,5	0,73	72
Калужская область	1008229	611,3	0,69	68
Костромская область	661764	421,0	0,48	48
Курская область	1121563	694,9	0,79	78
Липецкая область	1165916	703,2	0,80	79
Московская область	7198686	4210,0	4,76	472
Орловская область	781281	492,9	0,56	56
Рязанская область	1148457	684,4	0,77	76
Смоленская область	980482	596,3	0,67	66
Тамбовская область	1082545	652,3	0,74	73
Тверская область	1342200	811,3	0,92	91
Тульская область	1544545	914,1	1,03	102
Ярославская область	1271030	790,9	0,90	89
г. Москва	11612943	6663,9	7,54	748
Северо-Западный федеральный округ	13660139	8417,4	9,53	982
Республика Карелия	639681	432,4	0,49	49
Республика Коми	889837	629,2	0,71	70
Архангельская область без НАО	1171096	760,6	0,86	85
Ненецкий автономный округ	42437	26,9	0,03	40
Вологодская область	1198546	752,2	0,85	84
Калининградская область	946796	596,2	0,67	66
Ленинградская область	1733907	1020,9	1,16	115
Мурманская область	787948	564,1	0,64	64
Новгородская область	629748	384,9	0,44	44
Псковская область	666924	413,6	0,47	47
г. Санкт-Петербург	4953219	2836,4	3,21	318

Продолжение таблицы 4

Субъекты	Все население, тыс. человек	В возрасте 18–60 лет		Численность респондентов
		тыс. человек	%	
Южный федеральный округ	13884044	8374,8	9,48	970
Республика Адыгея	442451	267,6	0,30	40
Республика Калмыкия	286689	179,6	0,20	40
Краснодарский край	5284464	3120,1	3,53	350
Астраханская область	1014972	631,6	0,71	70
Волгоградская область	2594825	1580,7	1,79	178
Ростовская область	4260643	2595,2	2,94	292
Северо-Кавказский федеральный округ	9492909	5735,6	6,49	657
Республика Дагестан	2930449	1727,1	1,95	193
Республика Ингушетия	430495	325,2	0,37	40
Кабардино-Балкарская Республика	859063	575,5	0,65	64
Карачаево-Черкесская Республика	474675	264,2	0,30	40
Республика Северная Осетия-Алания	709032	422,8	0,48	48
Чеченская Республика	1302165	739,0	0,84	83
Ставропольский край	2787030	1681,8	1,90	189
Приволжский федеральный округ	29811477	18726,6	21,19	2101
Республика Башкортостан	4064245	2539,4	2,87	285
Республика Марий Эл	692435	445,6	0,50	50
Республика Мордовия	825454	516,9	0,58	58
Республика Татарстан	3803189	2360,0	2,67	265
Удмуртская Республика	1518091	961,7	1,09	108
Чувашская Республика	1247012	806,8	0,91	90
Пермский край	2631073	1678,0	1,90	189
Кировская область	1327915	861,5	0,97	96
Нижегородская область	3296947	2030,0	2,30	228
Оренбургская область	2023665	1326,5	1,50	149
Пензенская область	1376538	834,1	0,94	93
Самарская область	3214065	1972,3	2,23	221

Продолжение таблицы 4

Субъекты	Все население, тыс. человек	В возрасте 18–60 лет		Численность респондентов
		тыс. человек	%	
Саратовская область	2508754	1582,0	1,79	178
Ульяновская область	1282094	811,8	0,92	91
Уральский федеральный округ	12143438	7792,0	8,82	876
Курганская область	896264	573,8	0,65	64
Свердловская область	4307594	2730,4	3,09	307
Тюменская область без ХМАО и ЯНАО	1361642	865,1	0,98	97
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	1561238	1071,7	1,21	120
Ямало-Ненецкий автономный округ	536558	383,9	0,43	45
Челябинская область	3480142	2167,1	2,45	243
Сибирский федеральный округ	19260935	12317,6	13,94	1428
Республика Алтай	208425	129,8	0,15	40
Республика Бурятия	971391	604,0	0,68	67
Республика Тыва	309347	193,9	0,22	40
Республика Хакасия	532135	339,3	0,38	40
Алтайский край	2407230	1549,1	1,75	174
Красноярский край	2838396	703,4	0,80	79
Забайкальский край	1099396	1855,3	2,10	208
Иркутская область	2424355	1564,2	1,77	176
Кемеровская область	2750829	1761,4	1,99	197
Новосибирская область	2686863	1659,4	1,88	187
Омская область	1974820	1277,2	1,45	144
Томская область	1057748	680,6	0,77	76
Дальневосточный федеральный округ	6265833	4138,5	4,68	573
Республика Саха (Якутия)	955859	608,9	0,69	68
Камчатский край	320156	229,2	0,26	40
Приморский край	1950483	1262,2	1,43	142

3. Модель выборки

Окончание таблицы 4

Субъекты	Все население, тыс. человек	В возрасте 18–60 лет		Численность респондентов
		тыс. человек	%	
Хабаровский край	1342475	901,8	1,02	101
Амурская область	821573	549,0	0,62	62
Магаданская область	154485	107,4	0,12	40
Сахалинская область	495402	329,4	0,37	40
Еврейская автономная область	174412	117,8	0,13	40
Чукотский автономный округ	50988	32,8	0,04	40

4. ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ

Для построения концептуальной структуры исследования производится операционализация основного понятия, которое в данном случае заключается в построении модели *восприятия населением реализации федеральной целевой программы перехода на цифровое телевидение и ожиданий в отношении реализации программы в тех субъектах Российской Федерации, где цифровизация еще предстоит* (см. схему 1).

Для подбора индикаторов, на основании которых формулируются вопросы в массовой и экспертной анкетах, требуется дальнейшая тематическая операционализация.

А) Оснащенность населения электронной техникой

Процесс информатизации повседневной жизни, с особой силой развернувшийся в последние 10–12 лет, содействовал резкому увеличению присутствия в повседневном быту россиян электронной техники и по количеству, и по ассортименту. Доминируют два аппарата: телевизор и мобильный телефон. Более половины взрослого населения владеют настольным компьютером, более 40% — ноутбуком и DVD плеером/рекордером, более трети — музыкальным центром и модемом, более четверти — домашним кинотеатром. Мало домохозяйств, в которых имеется телевизионный ресивер (декодер/приставка), широкополосный Интернет, коммуникатор.

Измерение потребительского поведения в отношении электронной техники призвано дать ответ на степень актуальности в массовом сознании населения процесса цифровизации. Предполагается, что активное приобретение телевизионной техники и электронных преобразователей выступает индикатором степени актуальности в массовом сознании процесса цифровизации как в тех регионах, где техническая составляющая цифровизации реализована, так и в тех регионах, где этот процесс предстоит. Структура анализа потребительского поведения населения в отношении приобретения электронной техники произведется по схеме 2.

Схема 1
Структурная операционализация социального аспекта перехода на цифровое телевидение

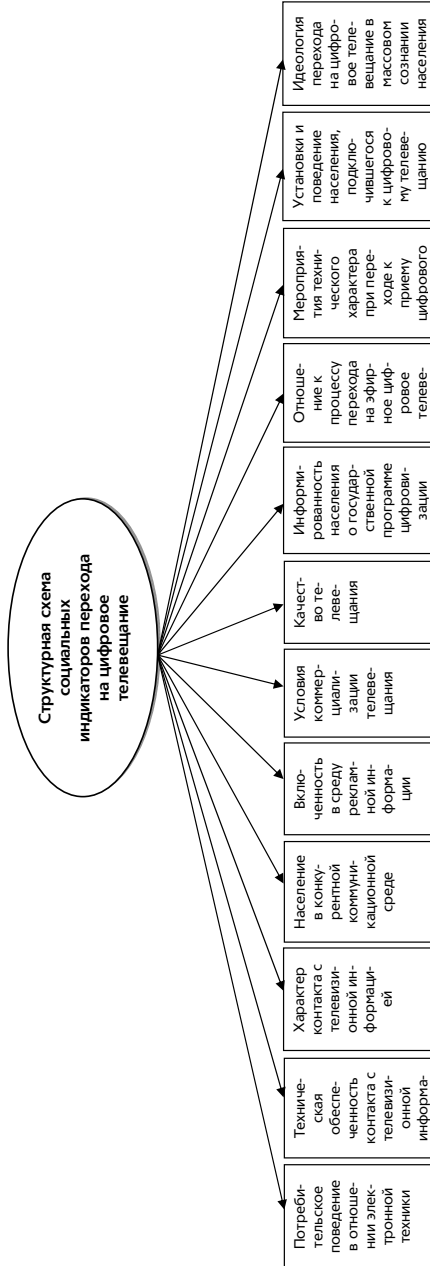


Схема 2

Схематическая модель потребительского поведения населения в отношении электронной техники

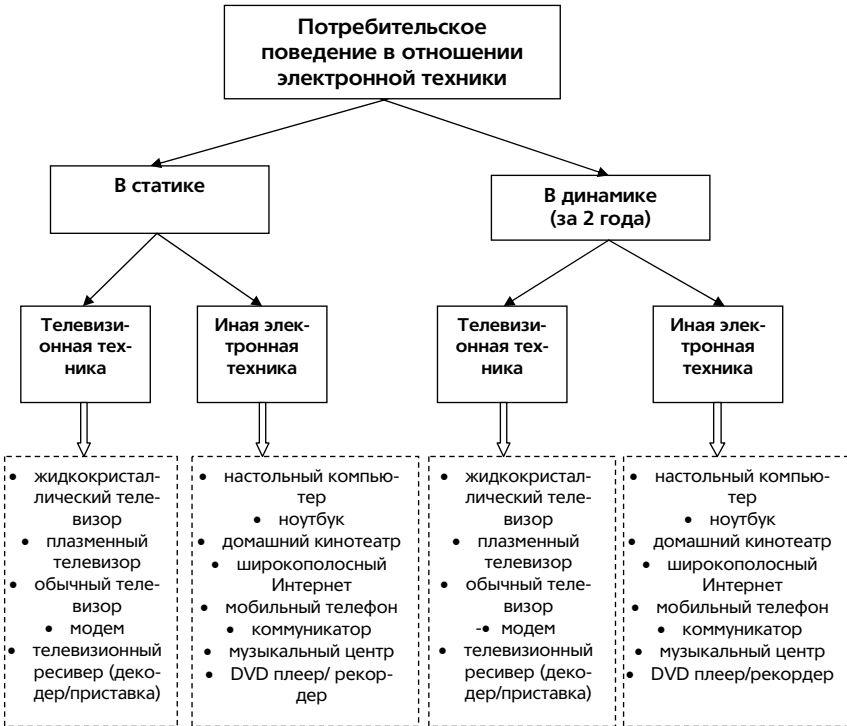


Рисунок 5

Долевое соотношение населения РФ с различным уровнем материальной обеспеченности, %



Прежде чем приступить к анализу оснащенности электронной техникой групп населения с различным материальным уровнем следует рассмотреть долю этих групп среди всего населения Российской Федерации в возрасте 18–60 лет (см. рис. 5).

Б) Потребительская активность населения в отношении электронной техники

Для оценки потребительской активности населения в отношении электронной техники в качестве индикатора используется показатель ее приобретения за последние 2 года⁴ (см. рис. 6).

Рисунок 6

Доля населения в возрасте 18–60 лет, приобретавшего за последние два года электронную технику, %



В годовом исчислении доля приобретавших жидкокристаллический или плазменный телевизор среди возрастной группы 18–60 лет составляет 14,5% , а обычные телевизоры — 2,1% . Если темпы покупки останутся такими же, тогда *число*

⁴ Для удобства восприятия показателей эмпирические расчеты произведены в годовом исчислении.

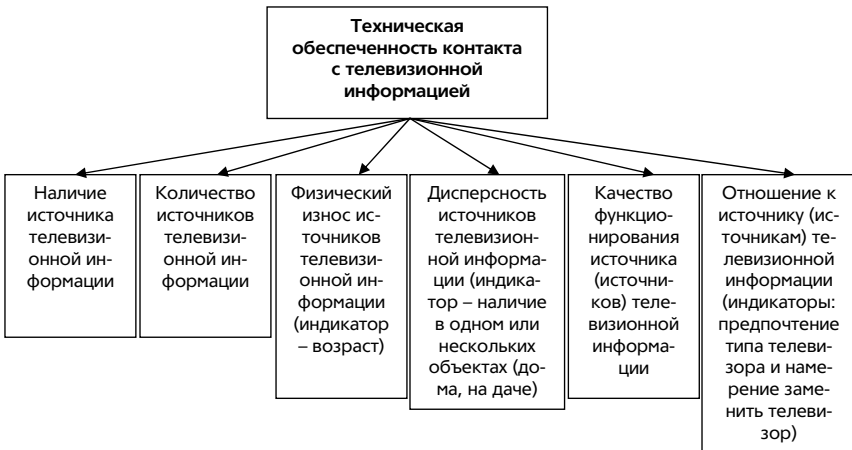
лет, в течение которого произойдет полная замена обычных телевизоров на жидкокристаллические и плазменные, можно рассчитать по формуле⁵: $71,9$ (% имеющих обычный телевизор) + $2,1x$ (% ежегодно приобретающих обычный телевизор) — $14,5x = 0$, или же $x = 71,9 / 12,4 = 5,8$, т.е. для этого потребуется не менее 6-ти лет — до 2018 года.

В) Техническая обеспеченность контакта населения с телевизионной информацией

Техническая обеспеченность контакта населения с телевизионной информацией характеризуется прежде всего наличием самого телеприемника. Если телевизор имеется в нескольких местах (дома, на даче, в автомобиле), то расширяется непрерывность контакта с телевизионной информацией; если имеется несколько приемников (в комнате, на кухне и др.), тогда расширяется непрерывность контакта с телевизионной информацией и длительность приема (см. схему 3).

Схема 3

Техническая обеспеченность контакта с телевизионной информацией



⁵ В формуле « x » — это число лет, в течение которого произойдет полная смена обычных телевизоров на жидкокристаллические и плазменные.

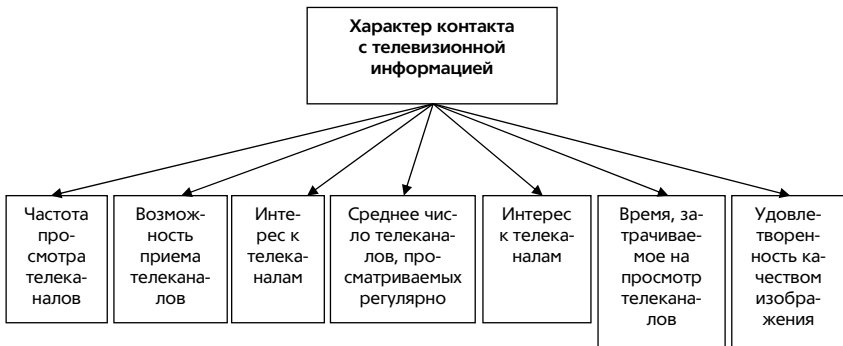
Характеристики, предопределяющие качество приема: степень физического износа приемника, его моральное старение, наличие или отсутствие периферийных устройств, улучшающих прием телевизионного сигнала, геофизические помехи приема, наконец, субъективный фактор — индивидуальные предпочтения потребителя телевизионной информации.

Г) Характер контакта населения с телевизионной информацией

Для определения характера контакта с телевизионной информацией в качестве индикаторов используются частота просмотра телепередач, доступность к телеканалам и их предпочтительность телезрителями (см. схему 4).

Схема 4

Характер контакта с телевизионной информацией



Среднегодовая частота просмотра телепередач населением в возрасте 18–60 лет — 270 дней. В 2011 году этот показатель составлял в среднем 295 дней. При этом ежедневно смотрят телепередачи 60,2%.

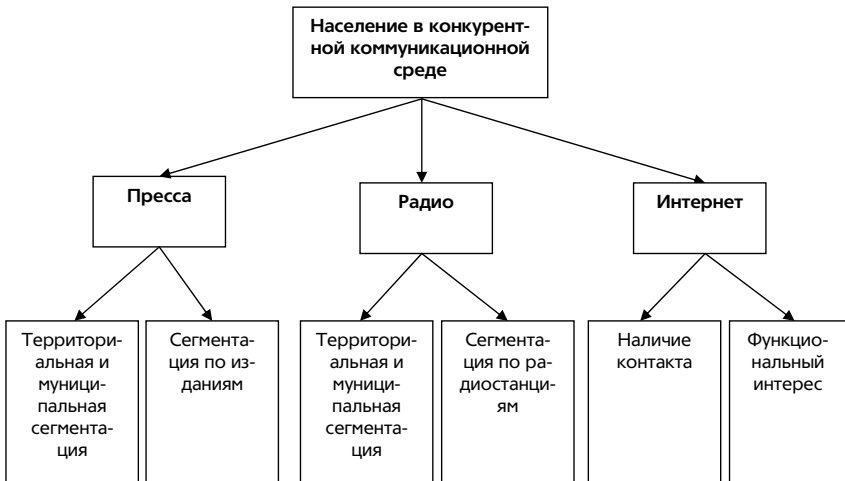
Д) Конкурентная коммуникационная среда

Основная конкурентная среда для телевидения создается прессой, радиостанциями и Интернетом. Речь не только о том,

что эти источники массовой информации могут дублировать ряд тематик, особенно Интернет — даже по форме, а о том, что в разных ситуациях, когда телевидение по объективным причинам недоступно (транспорт, процесс труда, поиск обратной коммуникации и др.), внимание различных групп населения направляется на прессу, радио, Интернет. Поэтому анализ конкурентной коммуникационной среды направлен на характеристику интереса населения к прессе, радио и отношению к рекламе (см. схему 5).

Схема 5

Население в конкурентной коммуникационной среде

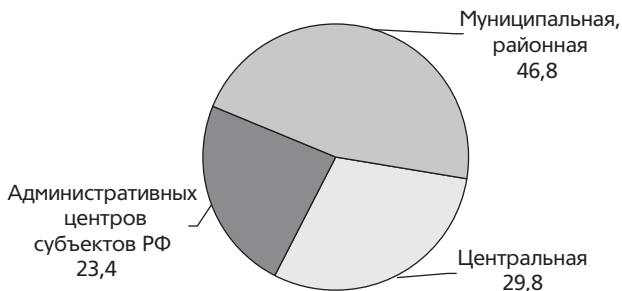


1) Российская пресса

Среди населения в возрасте 18–60 лет с различной регулярностью читают российскую прессу 65,3%, совсем не читают или обращаются к ней очень редко — 34,7%. В том числе читают центральную прессу — 24%, областную, республиканскую, краевую — 18,8%, муниципальную, районную — 37,7%. Если всех читающих прессу принять за 100%, то «долевой вес» прессы трех упомянутых территориальных уровней в читательских предпочтениях населения в возрасте 18–60 лет имеет следующий вид (см. рис. 7).

Рисунок 7

**Структура предпочтения населением прессы
разного территориального уровня,
(нормированное долевое соотношение в %)**

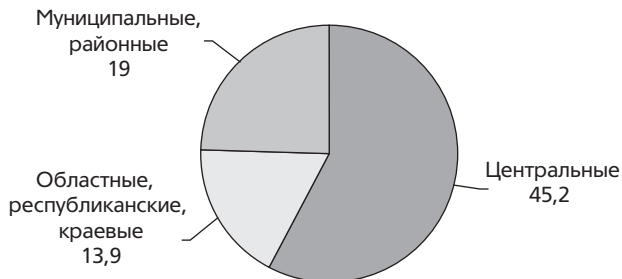


2) Российские радиостанции

Российские радиостанции слушают с той или иной частотой 67,8% населения в возрасте 18–60 лет. Прежде всего центральные радиостанции — 45,2%, областные, республиканские, краевые — 13,9%, муниципальные, районные — 19%. Если всех слушающих российские радиостанции принять за 100%, то «долевой вес» радиостанций трех упомянутых территориальных уровней в предпочтениях радиослушателей имеет следующий вид (см. рис. 8).

Рисунок 8

**Структура предпочтения населением радиостанций
разного территориального уровня,
(нормированное долевое соотношение в %)**



3) Интернет

С ростом уровня образования увеличивается доля населения, имеющего доступ к Интернету. Если среди имеющих неполное среднее образование доля имеющих Интернет дома не превышает 40%, то среди имеющих высшее образование — превышает 80%. Сегодня доступ к Интернету имеют 73,1% населения в возрасте 18–60 лет, в том числе, 22,1% — и дома, и на работе. В целом же дома имеют доступ к Интернету — 67,9%, на работе — 27,3%.

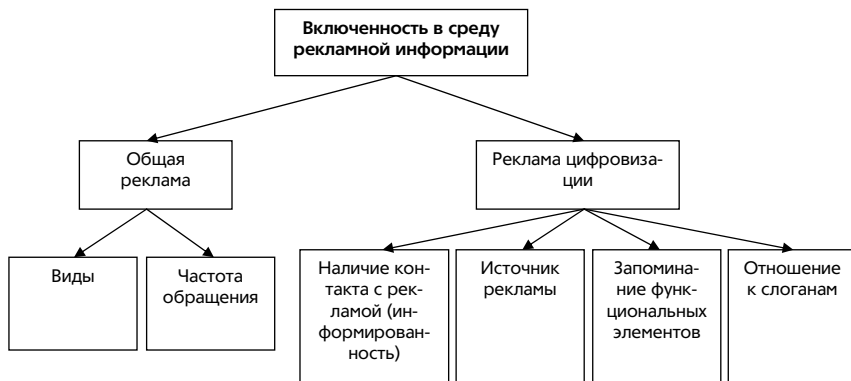
Если пресса и радио занимают в основном информационно-потребительскую нишу вне действия телевидения, поэтому прямым конкурентом телевидения не являются, то Интернет является таковым и непосредственно, и опосредованно. Непосредственно потому, что способен воспроизводить визуальную информацию, вплоть до кинофильмов, а опосредованно потому, что «отбирает» время у телевидения, привлекая потребителей информации в тот же интервал времени, когда на них рассчитывает телевидение.

Е) Включенность в среду рекламной информации

Изучение отношения населения к рекламе преследует цель измерить эффективность рекламы цифровизации телевидения (см. схему 5). Вначале рассмотрим общие вопросы контакта населения с рекламной информацией, отношение к ней в проекции на различные источники.

Наиболее эффективной является телевизионная реклама, хотя бы по той причине, что с ней у населения бывает наиболее часто контакт. На втором месте по эффективности — радиореклама, отчасти по той же причине, по какой имеет эффект телереклама — в автомобиле, на работе и т.д. слушатели не переключают любимую радиостанцию, поэтому в качестве фоновой слушают и рекламную информацию. За радио следует наружная реклама и реклама на транспорте, «отключить» которую человек не в состоянии. Аналогичный эффект имеет реклама в Интернете, также во многом навязанная. Только после этого следует пресса, прежде всего газеты, потом — журналы (в них рекламу читатель может опустить), наконец — полиграфическая реклама (ее можно не читать).

Включенность в среду рекламной информации



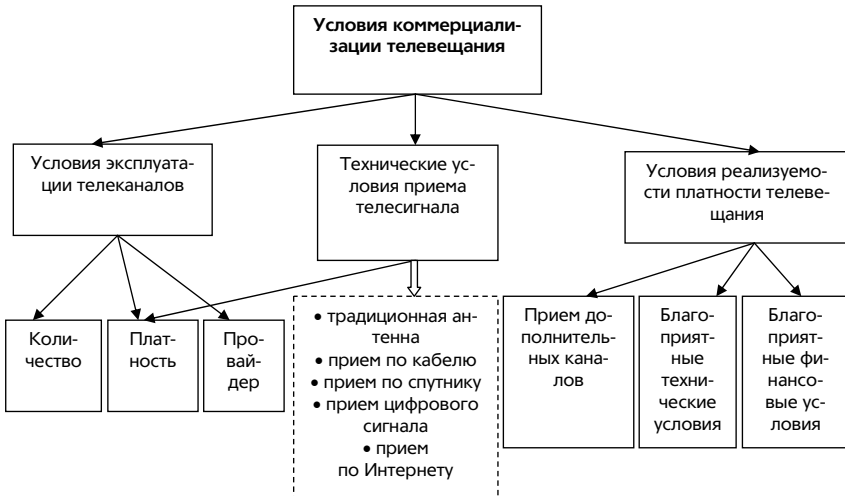
Самый низкий эффект у специальных рекламных периодических изданий.

Ж) Условия коммерциализации телевидения

Изучение уровня коммерциализации телевидения направлено на определение *степени подготовленности населения к коммерческим отношениям в системе телевидения*, предусмотренным сверх гарантированного государством эфирного минимума. Основные индикаторы коммерциализации телевидения, использованные в данном исследовании, следующие: условия эксплуатации телеканалов, технические условия приема телевизионного сигнала, условия реализуемости платности телевидения (см. схему 6).

Первый критерий коммерциализации телевидения — гарантия дополнительных телеканалов сверх бесплатной квоты, гарантированной населению государством. В 2012 году телевизоры населения в возрасте 18–60 лет принимали в среднем 33 канала.

Условия коммерциализации телевидения



Исследование показало, что все последующие телевизоры приобретаются в домохозяйствах с учетом возможности приема ими дополнительных телеканалов. Это косвенное свидетельство о возрастании у населения, скорее всего, у нового поколения, потребности в дополнительных телеканалах.

3) Критерии привлекательности цифрового телевидения

Имеется ряд критериев, во многом предопределяющих привлекательность цифрового телевидения в сравнении с аналоговым. Эти критерии иллюстрируют прежде всего качество приема телесигналов в целом, а также ряд иных функциональных характеристик (см. схему 7).

Из семи предложенных критериев привлекательности цифрового телевидения респонденты оценили очень высоко — три, в целом высоко — один, средне — два и невысоко — один.

Оценены *очень высоко* — в среднем на 4,6 балла по пятибалльной шкале — следующие ожидаемые качества цифрового телевидения: *высокое качество изображения, высокое качество звука, устойчивость телепередач к помехам.*

Схема 7

Структура качества телевидения

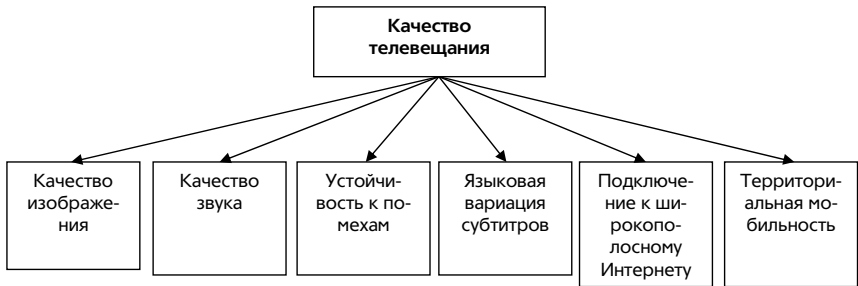
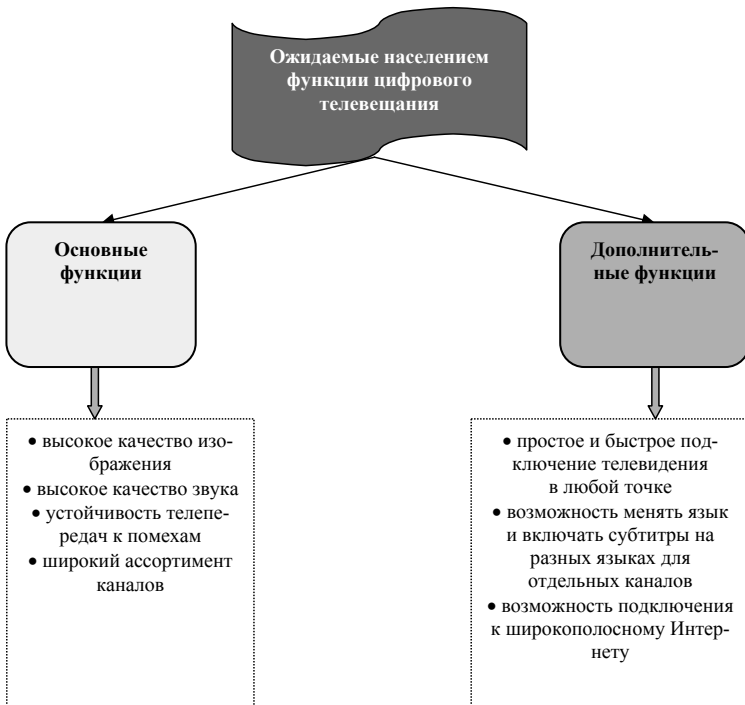


Схема 8

Ожидания населения в отношении цифрового телевидения



Оценен *в целом высоко* (как ожидание, на 4,2 балла) *широкий ассортимент каналов* (на одной частоте можно передавать несколько каналов).

Оценены *средне* (на 3,5 балла) *простое и быстрое подключение телевидения в любой точке* (в том числе в машине или на даче) и *возможность подключения к широкополосному Интернету*.

Оценена *невысоко* (на 3,1 бала) *возможность менять язык и включать субтитры на разных языках для отдельных каналов*.

Перечисленные семь критериев массовым сознанием интегрируются в 2 группы⁶, которые условно можно назвать: «Основные функции» и «Дополнительные функции». Факторная схема ожиданий населения в отношении цифрового телевидения имеет следующий вид (см. схему 8):

И) Информированность населения о государственной программе

Важная предпосылка формирования позитивной установки населения к переходу на цифровое телевидение — информированность масс об этом событии. Без информированности нет благоприятных условий ни для функциональной рекламы, ни для регулирования потребительского поведения (см. схему 9).

Основные индикаторы, при помощи которых измеряется интерес населения к информации о всеобщем введении цифрового эфирного телевидения, выбраны так, чтобы результаты измерения при их помощи поддавались факторному анализу (см. табл. 5). Континуум шкалы измерения при этом может быть следующим: интерес к информации в первую очередь, отсутствие интереса — во вторую очередь.

При помощи факторного анализа выделяются четыре фактора, в которые группируются мероприятия, перечисленные в таблице 5, и относительно которых население проявляет интерес в различной степени.

⁶ Группы выделены при помощи факторного анализа. Факторные веса первой группы изменяются от 0,55 до 0,92, второй группы — от 0,84 до 0,87.

Информированность населения о государственной программе перехода страны к цифровому телевидению

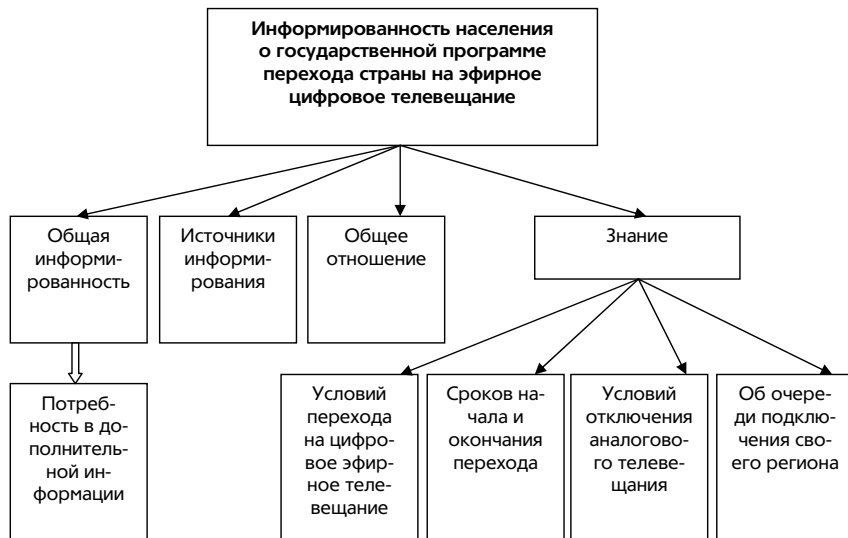


Таблица 5

Индикаторы для измерения информированности населения в связи с реализацией государственной программы перехода на цифровое телевидение

О сроках реализации программы в своем регионе
О том, кто занимается технической реализацией программы в своем регионе
Какими будут условия подключения населения к цифровому эфирному (некабельному) телевидению
В случае всеобщего введения цифрового эфирного (некабельного) телевидения, будет ли в обязательном порядке отключено нынешнее аналоговое эфирное (некабельное) телевидение для населения
Какой будет судьба кабельного телевидения после повсеместного введения цифрового эфирного телевидения
Какой будет судьба нынешних эфирных (некабельных) телеканалов после повсеместного введения цифрового эфирного телевидения
В случае всеобщего введения цифрового эфирного телевидения изменится ли, и как, содержание телепередач

Окончание табл. 5

Будет ли с населения взиматься абонентская плата за пользование цифровым эфирным (некабельным) телевидением и какой будет величина платы
В случае платы за абонирование каналов цифрового эфирного (некабельного) телевидения будут ли льготы, какие и для каких слоев населения
Потребуется ли в обязательном порядке при цифровом эфирном телевидении заменить нынешний телевизор, если он принимает только аналоговые (нецифровые) передачи
Будут ли созданы центры по техническому обслуживанию приставок (декодеров) после всеобщего введения цифрового эфирного телевидения
Будут ли созданы центры для консультации населения по вопросам установки дома техники по приему цифрового эфирного телевидения
Кто финансирует работы (за чей счет) по повсеместному введению в России цифрового эфирного телевидения и дорого ли это обойдется государству
Будут ли льготы, и для каких групп населения, по подключению в домах, квартирах техники, обеспечивающей прием цифрового эфирного телевидения
Какие преимущества приема телепередач гарантирует цифровое эфирное телевидение по сравнению с нынешним, аналоговым (нецифровым) телевидением
Как изменится качество приема (четкость образов, цвета, звука, зависимость от погодных условий)
Как изменится количество принимаемых каналов
Не будет ли введение цифрового эфирного телевидения мешать приему зарубежных телеканалов в приграничной полосе России
Какие дополнительные коммуникационные функции гарантирует цифровое эфирное телевидение по сравнению с аналоговым (прием радиопередач, возможность подключения компьютерной, игровой техники, Интернета, отложенный просмотр телепередач)

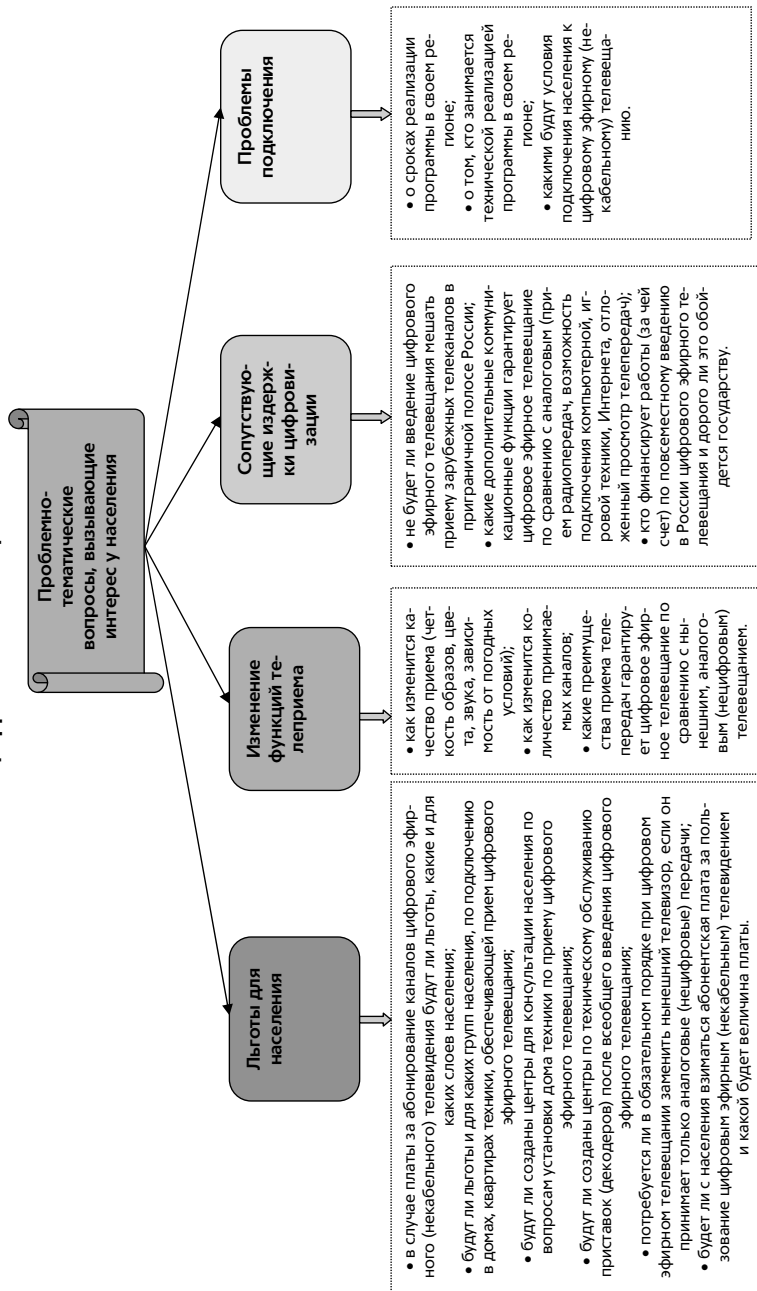
Первая группа (фактор) объединяет, по равнозначности для населения, 6 вопросов, на которые оно хотело бы получить дополнительные ответы. Эту группу вопросов условно можно назвать «*Льготы для населения*». Вторая группа включает 3 проблемных вопроса. Эту группу можно условно назвать «*Изменение функций телевизионного приема*». Третья группа включает 3 вопроса. Эту группу можно условно назвать «*Сопутствующие издержки цифровизации*». Четвертая группа также включает 3 тематических вопроса. Эту группу условно можно назвать «*Проблемы подключения*».

Схематическое изображение групп и входящих в них проблемных тематических вопросов см. на факторной схеме 10.

Не объединяются в факторы (группы) 4 вопроса: в случае всеобщего введения цифрового эфирного (некабельного) те-

Общая факторная схема информационной потребности населения по вопросам перехода на цифровое телевидение

Схема 10



левещания будет ли в обязательном порядке отключено нынешнее аналоговое эфирное (некабельное) телевещание для населения; какой будет судьба кабельного телевидения после повсеместного введения цифрового эфирного телевещания; какой будет судьба нынешних эфирных (некабельных) телеканалов после повсеместного введения цифрового эфирного телевещания; в случае всеобщего введения цифрового эфирного телевещания изменится ли, и как, содержание телепередач. По-видимому, население считает эти вопросы «разовыми», требующими краткого ответа, но не подробных разъяснений.

К) Отношение к процессу перехода на эфирное цифровое телевещание

Благоприятное отношение населения к процессу перехода на эфирное цифровое телевещание — основной индикатор успеха общегосударственного проекта. Оно во многом предопределено техническими вопросами всеобщего перехода на цифровое телевещание, кажущимися несложными, но их неясность раздражает телезрителей. Основные индикаторы отношения населения к цифровизации следующие (см. схему 11).

Схема 11

Отношение населения к процессу перехода на эфирное цифровое телевещание

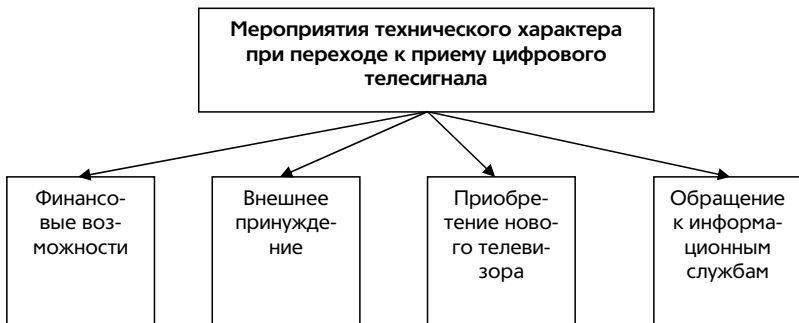


Л) Мероприятия технического характера при цифровизации

Переход на прием цифрового телевидения предполагает ряд практических шагов технического характера. Они могут быть решены в зависимости от платежеспособного спроса части населения, наличия информационных и обслуживающих фирм, решений директивного характера. Именно такие индикаторы используются для раскрытия данной проблемы (см. схему 12).

Схема 12

Мероприятия технического характера при переходе к приему цифрового телесигнала



М) Установки и поведение населения, подключившегося к цифровому телевидению

Опыт формирования установок и поведения населения, подключившегося к цифровому телевидению, исследован в опоре на следующие индикаторы, направленные на изучение установок и поведения в условиях цифровизации (см. схему 13).

По состоянию на октябрь 2012 года к цифровому телевидению подключились 13,2% населения в возрасте 18–60 лет, т.е. 12092,3 тыс. человек. Если их принять за 100%, то по годам подключения к цифровому телевидению их структура следующая (см. рис. 9).

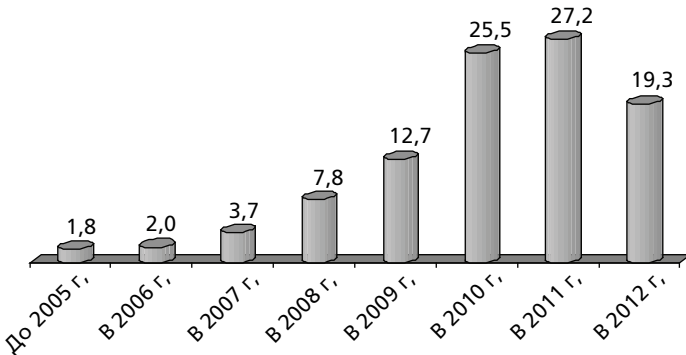
Схема 13

Установки и поведение населения, подключившегося к цифровому телевидению

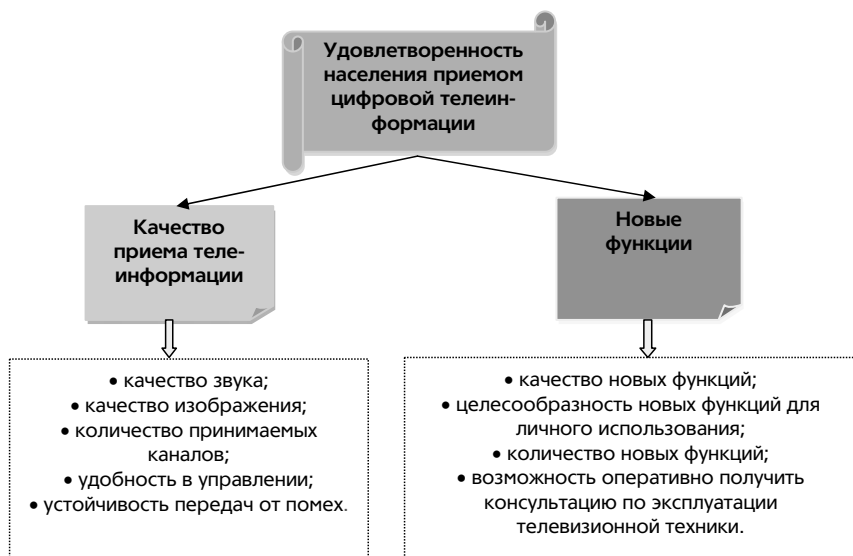


Рисунок 9

Годы, в которые 13,2% населения в возрасте 18–60 лет подключились к цифровому телевидению, %



Факторная схема 14



Удовлетворенность основными параметрами работы цифрового эфирного телевидения можно измерить при помощи факторного анализа, выделив две группы параметров, используя шкалу с континуумом: вполне удовлетворены; в целом удовлетворены, но не всем; мало интересует; не удовлетворены.

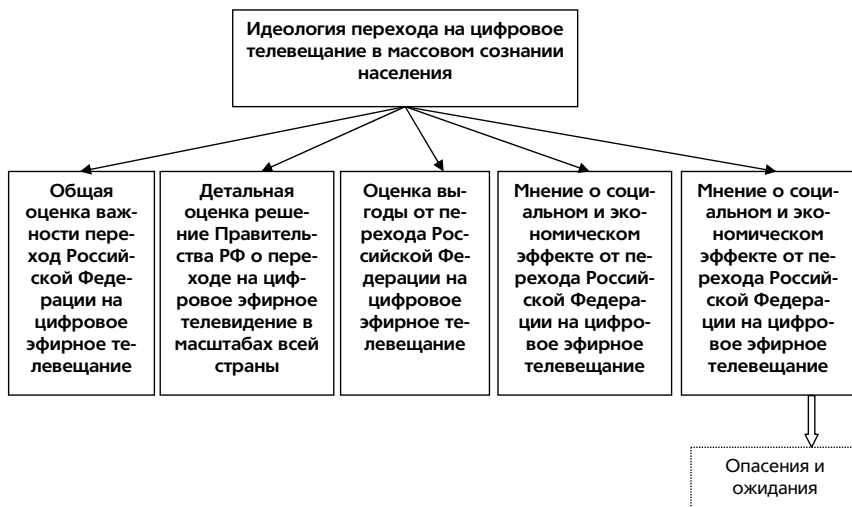
Не входит ни в одну группу (фактор) только такой параметр, как плата за абонирование, который население рассматривает автономно от остальных параметров.

Первая группа (фактор) включает пять параметров и ее можно назвать «*Качество приема телеинформации*». Вторая группа — 4 фактора, ее можно назвать «*Новые функции*» (см. факторную схему 14).

Н) Идеология перехода на цифровое телевидение в массовом сознании населения

Формирование правильной идеологии государственного проекта в массовом сознании во многом способствует станов-

Идеология перехода на цифровое телевидение в массовом сознании населения



лению положительного отношения населения к цифровизации. Индикаторы, использованные для раскрытия процесса формирования отношения населения РФ к процессу всеобщей цифровизации, отображена на схеме 15.

У населения есть патриотический настрой относительно целей цифровизации, но присутствует и скепсис относительно экономической реализуемости этих целей⁷. Эта раздвоенная позиция населения также может быть выявлена при помощи факторного анализа, который выделяет две группы целеполаганий. Первая группа включает 4 целеполагания и ее условно можно назвать «*Патриотический настрой*», вторая группа включает 2 целеполагания и ее условно можно назвать «*Экономический пессимизм*» (см. факторную схему 16).

⁷ Вывод на основании данных исследования, проведенного Центром социального прогнозирования и маркетинга в 2011 году.

Факторная стратификация общественного мнения населения по поводу целеполаганий цифровизации



Мнение населения о выгоде от цифровизации неоднозначное. Явную выгоду видит оно для экономически заинтересованных субъектов: телеканалы, рекламодатели, крупные города, экономика государства и молодое поколение; многие сомневаются в выгоде для сельских регионов, для старшего поколения, населения страны в целом, институтов демократии⁸. Этот вывод помогает выявить факторный анализ, формирующий две группы *критериев выгоды*. В первую группу (фактор) входят 6 субъектов интереса. Эту группу можно условно назвать «Социальный приоритет». Вторая группа включает 3 субъекта интереса. Эту группу можно условно назвать «Экономический интерес» (см. факторную схему 17).

⁸ Вывод на основании данных исследования, проведенного Центром социального прогнозирования и маркетинга в 2011 году.

Субъекты интереса перехода на цифровое телевидение



Социологическая анкета для персонального интервью
в 83-х субъектах РФ

ВАШЕ МНЕНИЕ О ТЕЛЕВЕЩАНИИ

Нас интересует, в какой степени Вы информированы о цифровом телевидении, как оно распространяется в Вашем регионе. Если Вы лично знакомы с цифровым телевидением, как Вы оцениваете перспективы этого вида телевидения.

01. Что из приводимого в списке есть у Вас дома и что из того, что есть дома, Вы купили за последние два года? (Выберите любое количество ответов в обоих столбцах)

Предметы	01. Есть сейчас	02. Купили в последние 2 года
Настольный компьютер	1	1
Ноутбук	2	2
Жидкокристаллический телевизор	3	3
Плазменный телевизор	4	4
Обычный телевизор	5	5
Домашний кинотеатр	6	6
Широкополосный Интернет	7	7
Модем	8	8
Мобильный телефон	9	9
Коммуникатор	10	10
Музыкальный центр	11	11
DVD плеер/рекордер	12	12
Телевизионный ресивер (декодер/приставка)	13	13

03. Каким телевизором Вам бы было приятнее / интереснее пользоваться? (Выберите один ответ)

- 1 – Обычным телевизором, единственная функция которого – просмотр телеканалов
- 2 – Телевизором с расширенными возможностями – игры, Интернет, проигрывание аудио-видео файлов, с системой оповещения о чрезвычайных ситуациях и др.
- 3 – Затрудняюсь ответить

04. Сколько у Вас (в Вашей семье) телевизоров? (*Напишите, пожалуйста*) _____ телевизоров

05. Сколько им лет (примерно)?

05. Первому телевизору _____ лет

06. Второму телевизору _____ лет

07. Третьему телевизору _____ лет

08. Вы имеете телевизор только дома или на даче тоже?

1 – Только дома

2 – И дома, и на даче

09. В целом Вы довольны качеством работы Вашего телевизора (телевизоров)?

	Полностью доволен (довольна)	Не совсем доволен (не совсем довольна)	Не доволен (не довольна)
09. Первый телевизор	1	2	3
10. Второй телевизор	1	2	3
11. Третий телевизор	1	2	3

12. Вы имеете намерение заменить телевизор (телевизоры) на новый (новые)?

	Да	Еще не думал(а) над этим	Пока не имею такого намерения
12. Первый телевизор	1	2	3
13. Второй телевизор	1	2	3
14. Третий телевизор	1	2	3

15. Если Вы не имеете намерение заменить телевизор (телевизоры) на новый, по какой причине? (*Выберите один ответ*)

1 – Телевизор (телевизоры) достаточно новый (новые), нет смысла менять

2 – Привык(ла) к нему (к ним)

3 – Все равно прием телевизионных сигналов плохой на любом телевизоре

4 – Мало смотрю телевизор

5 – Нет денег для покупки нового телевизора

6 – Другая причина (*напишите*) _____

7 – Затрудняюсь ответить

16. Как часто в течение недели Вы смотрите телевизор? (Выберите один ответ)

- 1 – Практически каждый день
- 2 – 3–5 дней в неделю
- 3 – 1–2 дня в неделю
- 4 – 1–3 дня в месяц
- 5 – Реже, чем раз в месяц

17. Какие телеканалы у Вас есть возможность принимать, и какие Вы предпочитаете смотреть? (Выберите любое количество ответов в обоих столбцах)

Телевизионные каналы	17. Этот канал у меня есть возможность принимать	18. Этот канал предпочитаю смотреть
Первый канал	1	1
Россия 1	2	2
Россия 2 (спорт)	3	3
Россия Культура	4	4
ТВ-Центр	5	5
НТВ	6	6
СТС	7	7
ДТВ	8	8
«Домашний»	9	9
ТНТ	10	10
РЕН-ТВ	11	11
Телеканал 2x2	12	12
5-й канал	13	13
3-й канал	14	14
ТВ-3	15	15
7 ТВ	16	16
Звезда	17	17
MTV	18	18
Муз-ТВ	19	19
РБК-ТВ	20	20
Музыкальный канал RU.TV	21	21
Местные телеканалы	22	22
Кабельные телеканалы	23	23
Спутниковые телеканалы	24	24

19. Среди всех принимаемых телевизионных каналов сколько Вы обычно смотрите? Назовите количество каналов, хотя бы примерно (например: 1, 2–3, 5–7 каналов и т.д.) _____
каналов

20. Сколько из них Вы смотрите регулярно, т.е. более половины (более 50%) всего времени Вашего телепросмотра?
_____ каналов

21. Если за 100% принять все время просмотра Вами телепередач, то какая часть времени приходится на общероссийские эфирные каналы (Первый, Россия, НТВ, СТС и др.), а какая часть на кабельные или спутниковые каналы (Юниверсал, ТВ1000, Animal Planet и др.)? (*В каждой строке укажите соответствующий процент времени*).

21. Общероссийские эфирные каналы (Первый, Россия, НТВ, СТС и т.п.) _____%

22. Кабельные или спутниковые каналы (Юниверсал, ТВ1000, Animal Planet и т.п.) _____%

Итого 100%

23. Вы довольны качеством изображения (приема сигнала) телевидения в Вашем городе, поселке?

1 – Полностью доволен (довольна), отличное качество приема всех каналов, которые доступны

2 – Скорее доволен (довольна), хорошее качество почти всех каналов, которые доступны

3 – Скорее недоволен (недовольна), по некоторым каналам плохой сигнал

4 – Полностью недоволен (недовольна), есть проблемы с приемом почти всех каналов

24. Какие российские газеты Вы читаете чаще всего?

1 – Центральные газеты (*напишите, пожалуйста, название*)

2 – Областные, республиканские, краевые газеты

3 – Городские, районные газеты

25. Какие российские радиостанции Вы слушаете чаще всего?

1 – Центральные радиостанции (*напишите, пожалуйста, название*) _____

2 – Областные, республиканские, краевые радиостанции

3 – Городские, районные радиостанции

26. Укажите, пожалуйста, Ваше отношение к рекламе: (Выберите один ответ в каждой строке)

Вид рекламы	Смотрю, слушаю, читаю		
	Часто	Редко	Практически нет
26. Телевизионная	1	2	3
27. Радиореклама	1	2	3
28. Реклама в газетах	1	2	3
29. Реклама в журналах	1	2	3
30. Специальные рекламные периодические издания	1	2	3
31. Наружная реклама (щиты, стенды, транспаранты)	1	2	3
32. Реклама на транспорте	1	2	3
33. Полиграфическая реклама (буклеты, проспекты)	1	2	3
34. Реклама в Интернете	1	2	3

35. Вам приходилось видеть или слышать выражение: «Цифровое эфирное телевидение – сигнал к лучшему!» (Можно выбрать любое количество ответов)

1 – Да, по телевизору

2 – Да, по радио

3 – Да, в прессе

4 – Да, на плакатах

5 – Да, в качестве надписи на транспорте

6 – Да, в рекламных буклетах, листовках

7 – Да, в Интернете

8 – Нет, не приходилось

36. Приходилось ли Вам смотреть по телевизору информацию о технологическом и техническом оборудовании передающих станций, об установке антенн-башен для передачи цифрового эфирного сигнала? (Выберите один ответ)

- 1 – Видел(а) один раз
- 2 – Видел(а) более одного раза
- 3 – Не помню
- 4 – Не видел(а)

37. Какие эмоции (чувства) вызывают у Вас следующие предложения? (Выскажите оценку по пятибалльной шкале: 5 – самые благоприятные эмоции, ..., 1 – самые неблагоприятные эмоции)

Предложения	Оценка				
	1	2	3	4	5
37. Стремительное развитие технологии делает жизнь ярче	1	2	3	4	5
38. Передовой цифровой стандарт	1	2	3	4	5
39. Цифровой эфирный сигнал	1	2	3	4	5
40. Цифровое эфирное телевидение – сигнал к лучшему	1	2	3	4	5
41. Сейчас 8, а потом 20 телеканалов без абонентской платы	1	2	3	4	5
42. Больше каналов – больше удовольствия	1	2	3	4	5

43. Имеете ли Вы доступ к Интернету? (Можно выбрать несколько ответов)

- 1 – Да, на работе
- 2 – Да, дома
- 3 – Не имею → → → перейдите к вопросу 45

44. Если Вы пользуетесь Интернетом, то в каких целях? (Можно выбрать несколько ответов)

- 1 – Поиск информации в рабочих целях
- 2 – Поиск информации по личным интересам
- 3 – Поиск информации в целях самообразования, повышения квалификации
- 4 – Электронная почта
- 5 – Покупки через интернет-магазины
- 6 – Размещение информации
- 7 – Развлечения, игры
- 8 – Общение (форумы, конференции)
- 9 – Просмотр телепередач
- 10 – Иное (напишите) _____
- 11 – Затрудняюсь ответить

45. Сколько телевизионных каналов принимает Ваш телевизор (телевизоры)?

45. Первый телевизор _____ каналов

46. Второй телевизор _____ каналов

47. Третий телевизор _____ каналов

48. Это все бесплатные или Вы также оплачиваете дополнительные каналы?

1 – Только бесплатные каналы → → → *перейдите к вопросу 51*

2 – И бесплатные, и платные (абонирую)

3 – Затрудняюсь ответить

49. Сколько каналов Вы дополнительно оплачиваете? _____
_____ каналов

50. Какой фирме Вы платите за дополнительные телевизионные каналы?

1 – Триколор

2 – Другая (какая? напишите) _____

51. Если Вы не пользуетесь дополнительными платными телевизионными каналами, то при каких условиях Вы бы согласились наряду с бесплатными абонировать и платные каналы? (Можно выбрать любое количество ответов)

1 – Такой возможности у нас нет, так как нет приема дополнительных коммерческих телеканалов

2 – Согласился (согласилась) бы при наличии разовой платы за подключение к коммерческим каналам, но при отсутствии абонентской платы за просмотр телепередач

3 – Если не надо устанавливать дополнительное оборудование для приема телепередач

4 – Если дополнительное оборудование для приема телепередач устанавливается бесплатно

5 – Если дополнительное оборудование для приема телепередач можно купить в магазине по невысокой цене

6 – Если дополнительное оборудование легко установить самому

7 – Если все эфирные (некабельные) телеканалы перейдут на цифровой формат вещания, для приема которого необходимо купить декодер (приставку)

8 – Когда у меня для этого появятся финансовые возможности

9 – Затрудняюсь ответить

52. Какими из следующих устройств Вы пользуетесь для приема телевизионного сигнала? (Можно выбрать несколько ответов)

- 1 – Комнатная антенна
- 2 – Коллективная антенна или общая домовая
- 3 – Кабельное телевидение
- 4 – Спутниковое телевидение (тарелка)
- 5 – Интернет-телевидение
- 6 – Есть приставка (декодер) для приема цифрового сигнала, который встроен в телевизор
- 7 – Есть приставка (декодер) для приема эфирного (некабельного) цифрового сигнала
- 8 – Не знаю, как правильно называется, но коммерческий провайдер
- 9 – Затрудняюсь ответить

53. Сколько Вы платите (примерно) в месяц за пользование телеканалом (телеканалами)? (Запишите, пожалуйста, сумму во все относящиеся к Вам строки)

- 1 – За общую телевизионную антенну _____ рублей
- 2 – Спутниковую антенну _____ рублей
- 3 – Кабельное телевидение _____ рублей
- 4 – Интернет-телевидение _____ рублей
- 5 – Ничего не плачу
- 6 – Затрудняюсь ответить

54. Знакомы ли Вы со словосочетанием «цифровое телевидение»?

- 1 – Да, хорошо знаком(а)
- 2 – Знаком(а) в общих чертах
- 3 – Слышал(а) это словосочетание, но четко не представляю, о чем идет речь
- 4 – Не слышал(а) это словосочетание
- 5 – Затрудняюсь ответить

55. Оцените, пожалуйста, на пятибалльной шкале в каждой строке, какое ощущение у Вас вызывает словосочетание «цифровое телевидение»:

спокойное	1	2	3	4	5	тревожное
привлекательное	1	2	3	4	5	отталкивающее
умное	1	2	3	4	5	глупое
родное	1	2	3	4	5	чужое
красивое	1	2	3	4	5	безобразное

56. Оцените, пожалуйста, по пятибалльной шкале, насколько важны для Вас перечисленные качества телевидения для приема телепередач: (Поставьте, пожалуйста, оценку в каждой строке)

Качество	Баллы				
56. Высокое качество изображения	1	2	3	4	5
57. Высокое качество звука	1	2	3	4	5
58. Широкий ассортимент каналов (на одной частоте можно передавать несколько каналов)	1	2	3	4	5
59. Устойчивость телепередач к помехам	1	2	3	4	5
60. Возможность менять язык и включать субтитры на разных языках для отдельных каналов	1	2	3	4	5
61. Простое и быстрое подключение телевидения в любой точке (в том числе в машине или на даче)	1	2	3	4	5
62. Возможность подключения к широкополосному Интернету	1	2	3	4	5

63. Слышали ли Вы о том, что к 2015 году по всей стране планируется построить сеть цифрового эфирного телевидения и после того, как 95% домохозяйств будут готовы к принятию цифрового эфирного сигнала, отключить аналоговую (нынешнюю) эфирную трансляцию каналов?

(Выберите только один ответ)

- 1 – Слышал(а) и отношусь к этому с энтузиазмом
- 2 – Слышал(а) и в целом поддерживаю это
- 3 – Слышал(а), но отношусь к этому с безразличием
- 4 – Слышал(а) и отношусь к этому с неодобрением
- 5 – Слышал(а) и буду протестовать против этого
- 6 – Не слышал(а), однако с энтузиазмом приветствую это →→→ *перейдите к вопросу 76*
- 7 – Не слышал(а), но в целом одобряю →→→ *перейдите к вопросу 76*
- 8 – Не слышал(а) и отношусь к этому с безразличием →→→ *перейдите к вопросу 76*

- 9 – Не слышал(а), но отношусь к этому с неодобрением →→→
перейдите к вопросу 76
- 10 – Не слышал(а), но буду протестовать против этого →→→ *перейдите к вопросу 76*
- 11 – Затрудняюсь ответить
- 64. Если Вы слышали об этой программе, то из каких источников? (Можно выбрать любое количество ответов)**
- 1 – Передачи центрального телевидения
 - 2 – Передачи местного телевидения
 - 3 – Передачи кабельного телевидения
 - 4 – Передачи центрального радио
 - 5 – Передачи местного радио
 - 6 – Центральные газеты
 - 7 – Местные газеты
 - 8 – Рекламные буклеты
 - 9 – Плакаты, листовки
 - 10 – Интернет
 - 11 – Родственники, знакомые
 - 12 – Затрудняюсь ответить
- 65. Информированы ли Вы о том, как будет происходить для населения переход Российской Федерации на цифровое эфирное телевидение? (Выберите один ответ)**
- 1 – В добровольном порядке
 - 2 – В обязательном порядке для всей страны
 - 3 – Не информирован(а)
- 66. Информированы ли Вы о том, в каком году должно завершиться создание сети цифрового эфирного телевидения в Вашем регионе? (Напишите, пожалуйста, год) _____ году**
- 67. Информированы ли Вы о том, к какому сроку должно завершиться создание сети цифрового эфирного телевидения по всей России? (Напишите, пожалуйста, год) _____ году**
- 68. Отключение аналогового телевидения – это закономерное завершение перехода телевидения в цифровой формат. Выделите главные, по Вашему мнению, составляющие этого события:**
- 1 – Выполнение Россией международных обязательств, интеграция в мировую информационную среду

- 2 – Освобождение частотного ресурса для развития новых услуг (мобильной связи и Интернета)
- 3 – Расширение возможностей для развития цифрового телевидения: начало вещания третьего и последующих мультиплексов (расширенных пакетов телевизионных программ)

69. Как Вы относитесь к сокращению периода одновременного (совместного) теле вещания в аналоговом и цифровом форматах? (Выберите один ответ в каждой строке)

	Полностью согласен (согласна)	Скорее согласен (согласна)	Отношусь с безразличием	Скорее не согласен (не согласна)	Совершенно не согласен (не согласна)
69. Это разумный способ сокращения расходов государства и телевещателей	1	2	3	4	5
70. Это избавит телезрителей от путаницы при просмотре телепередач и при настройке оборудования	1	2	3	4	5
71. Только приближение даты отключения аналогового теле вещания может стимулировать спрос на оборудование для приема цифрового эфирного телевидения	1	2	3	4	5

72. Когда 97,6% населения России будет иметь возможность принимать 20 цифровых бесплатных телеканалов, произойдет отключение аналогового теле вещания. Каким представляется лучший порядок отключения телеканалов? (Выберите один ответ)

- 1 – Отключить все аналоговые каналы одновременно
- 2 – Отключать поэтапно, последними отключить следующие телеканалы: Первый канал и Россия 1
- 3 – Отключать поэтапно, последними отключить местные телеканалы
- 4 – Затрудняюсь ответить

73. Россия — большая страна. Построение объектов сети цифрового эфирного телевидения ведется по проектам, разработанным специально для каждого из 83 регионов России. Согласны ли Вы с тем, что и срок отключения аналогового телевидения должен определяться для каждого региона (для каждой республики, края, области) в отдельности?

- 1 – Согласен (согласна) для регионов, где цифровая сеть уже построена, им не следует ждать остальных
- 2 – Не согласен (не согласна), отключение аналогового вещания должно происходить одновременно во всех регионах, для сохранения единого информационного пространства
- 3 – Затрудняюсь ответить

74. Лично Вы заинтересованы в переходе на цифровое эфирное телевидение? (Выберите один ответ)

- 1 – Мы уже установили у себя цифровой эфирный прием телепередач
- 2 – Мы установили цифровой (кабельный или спутниковый) прием, а цифровой эфирный прием нас не интересует
- 3 – Еще не установили у себя цифровой прием телепередач, но собираемся установить в ближайшее время
- 4 – Еще не установили у себя цифровой эфирный прием телепередач, но в регионе есть возможность приема и собираемся установить у себя прием цифровых эфирный передач, как только будут деньги
- 5 – Еще не установили у себя цифровой эфирный прием телепередач, но сразу же установим, как только у нас в регионе создадут возможность приема цифровой информации
- 6 – В регионе уже создали возможность приема цифровых телепередач, но мы не можем у себя установить технику по приему цифрового эфирного телевидения, так как недостаточно денег
- 7 – В регионе уже создали возможность приема цифровых телепередач, но мы не хотим у себя устанавливать технику по приему цифрового телевидения по принципиальным соображениям
- 8 – В регионе еще не создали возможности приема цифровых телепередач, но даже когда создадут, не будем у себя устанавливать технику по приему цифрового телевидения, так как недостаточно денег
- 9 – В регионе еще не создали возможности приема цифровой информации, но даже когда создадут, не будем у себя устанавливать технику по приему цифрового телевидения по принципиальным соображениям
- 10 – Затрудняюсь ответить

75. Для подключения к цифровому эфирному теле вещанию регионы разделены на 4 группы очередности. Первая группа подключается раньше всего, четвертая группа — позже всего (только к 2015 году). Информированы ли Вы о том, к какой очереди подключения относится Ваш регион?

→→→ *После ответа на этот вопрос перейдите к вопросу 97*

- 1 – Информирован(а), (к какой очереди?, напишите, пожалуйста) _____ очереди
- 2 – Не информирован(а)

76. Если Вы не информированы о Федеральной целевой программе « Развитие телерадиовещания в России в 2009–2015 гг.», то хотели бы о ней узнать подробнее?

- 1 – Да, хотел(а) бы
- 2 – Пока не знаю
- 3 – Нет, не хотел(а) бы

77. Если Вы не слышали об этой программе, или слышали, но хотите узнать о ней подробнее, то из каких источников Вам было бы удобно получить информацию? (Можно выбрать несколько источников)

- 1 – Передачи центрального телевидения
- 2 – Передачи местного телевидения
- 3 – Передачи кабельного телевидения
- 4 – Передачи центрального радио
- 5 – Передачи местного радио
- 6 – Центральные газеты
- 7 – Местные газеты
- 8 – Рекламные буклеты
- 9 – Плакаты, листовки
- 10 – Интернет
- 11 – Затрудняюсь ответить

78. О чем именно Вы бы хотели узнать (Выберите один ответ в каждой строке)

О чем бы хотели узнать	В первую очередь	Во вторую очередь	Это меня не интересует
78. О сроках реализации программы в своем регионе	1	2	3
79. О том, кто занимается технической реализацией программы в своем регионе	1	2	3

О чем бы хотели узнать	В первую очередь	Во вторую очередь	Это меня не интересует
80. Какими будут условия подключения населения к цифровому эфирному (некабельному) телевидению	1	2	3
81. В случае всеобщего введения цифрового эфирного (некабельного) телевидения, будет ли в обязательном порядке отключено нынешнее аналоговое эфирное (некабельное) телевидение для населения	1	2	3
82. Какой будет судьба кабельного телевидения после повсеместного введения цифрового эфирного телевидения	1	2	3
83. Какой будет судьба нынешних эфирных (некабельных) телеканалов после повсеместного введения цифрового эфирного телевидения	1	2	3
84. В случае всеобщего введения цифрового эфирного телевидения изменится ли, и как, содержание телепередач	1	2	3
85. Будет ли с населения взиматься абонентская плата за пользование цифровым эфирным (некабельным) телевидением и какой будет величина платы	1	2	3
86. В случае платы за абонирование каналов цифрового эфирного (некабельного) телевидения будут ли льготы, какие и для каких слоев населения	1	2	3
87. Потребуется ли в обязательном порядке при цифровом эфирном телевидении заменить нынешний телевизор, если он принимает только аналоговые (нецифровые) передачи	1	2	3
88. Будут ли созданы центры по техническому обслуживанию приставок (декодеров) после всеобщего введения цифрового эфирного телевидения	1	2	3

Окончание табл.

О чем бы хотели узнать	В первую очередь	Во вторую очередь	Это меня не интересует
89. Будут ли созданы центры для консультации населения по вопросам установки дома техники по приему цифрового эфирного телевидения	1	2	3
90. Кто финансирует работы (за чей счет) по повсеместному введению в России цифрового эфирного телевидения и дорого ли это обойдется государству	1	2	3
91. Будут ли льготы, и для каких групп населения, по подключению в домах, квартирах техники, обеспечивающей прием цифрового эфирного телевидения	1	2	3
92. Какие преимущества приема телепередач гарантирует цифровое эфирное телевидение по сравнению с нынешним, аналоговым (нецифровым) телевидением	1	2	3
93. Как изменится качество приема (четкость образов, цвета, звука, зависимость от погодных условий)	1	2	3
94. Как изменится количество принимаемых каналов	1	2	3
95. Не будет ли введение цифрового эфирного телевидения мешать приему зарубежных телеканалов в приграничной полосе России	1	2	3
96. Какие дополнительные коммуникационные функции гарантирует цифровое эфирное телевидение по сравнению с аналоговым (прием радиопередач, возможность подключения компьютерной, игровой техники, Интернета, отложенный просмотр телепередач)	1	2	3

97. В случае всеобщего введения цифрового эфирного телевидения в обязательном порядке Вы предпочтете: (Выберите один ответ)

- 1 – Заменить все имеющиеся у Вас телевизоры на современные, со встроенным декодером для приема цифрового сигнала
- 2 – Заменить только один телевизор на современный, а для остальных купить телевизионную приставку (декодер) для преобразования сигнала в цифровой формат
- 3 – Не покупать новый телевизор, а купить только приставку (приставки) для преобразования сигнала в цифровой формат
- 4 – Еще не решил(а), как поступлю

98. После всеобщего введения в России цифрового эфирного телевидения для граждан будет гарантирован бесплатный просмотр как минимум 20 каналов в составе двух мультиплексов (пакетов программ). Вы считаете, что этого достаточно?

- 1 – Бесплатно – этого достаточно, остальные каналы можно абонировать (установить платные)
- 2 – Будет ли достаточно, это зависит от того, какие программы останутся на бесплатных каналах
- 4 – Этого недостаточно (какое число каналов должно быть бесплатным? Напишите _____ каналов)

99. Как Вы считаете, Интернет является или станет конкурентом телевидения?

- 1 – Интернет не является и не станет серьезным конкурентом традиционного телевидения
- 2 – Интернет является (станет) конкурентом коммерческих операторов телевидения
- 3 – Интернет может стать конкурентом всему традиционному телевидению
- 4 – По мере развития технологий произойдет взаимопроникновение традиционного ТВ и Интернет-ТВ
- 5 – Затрудняюсь ответить

Следующие вопросы только для тех, кто еще не подключился к цифровому телевидению, к остальным просьба →→→перейти к вопросу 107

100. Если возможность подключения к цифровому эфирному телевидению появится уже завтра и на покупку декодера (приставки) потребуется сумма, сопоставимая со стоимо-

стью сотового телефона средней цены, как Вы поступите?
(Выберите только один ответ)

- 1 – Куплю декодер практически сразу →→→ *перейдите к вопросу 104*
- 2 – Куплю декодер в течение месяца →→→ *перейдите к вопросу 104*
- 3 – Куплю декодер в течение трех месяцев →→→ *перейдите к вопросу 104*
- 4 – Куплю декодер, но не знаю, как скоро
- 5 – Не буду покупать декодер →→→ *перейдите к вопросу 103*
- 6 – Затрудняюсь ответить →→→ *перейдите к вопросу 103*

101. Если у Вас в настоящее время имеются затруднения с покупкой декодера, то когда Вы сможете его приобрести для подключения к цифровому эфирному телевидению, от чего это зависит? (Можно выбрать несколько вариантов ответа) →→→ *после ответа на этот вопрос перейдите к вопросу 104*

- 1 – Когда не останется выбора или отключат вещание в старом формате (аналоговом)
- 2 – Когда появятся деньги
- 3 – Когда появятся более дешевые варианты декодеров
- 4 – Другое (что именно?) _____
- 5 – Затрудняюсь ответить

102. Почему Вы не планируете покупку декодера для подключения цифрового эфирного телевидения? (Можно выбрать несколько ответов)

- 1 – Уже подключен к цифровому телевидению →→→ *перейдите к вопросу 107*
- 2 – Куплю телевизор или уже есть телевизор, не требующий декодера → *перейдите к вопросу 107*
- 3 – Дорого для меня
- 4 – Устраивает старый (аналоговый) формат телевидения
- 5 – Не понимаю, зачем нужен декодер (приставка)
- 6 – Нет желания разбираться с подключением, управлением или сложно для меня
- 7 – Другое (что именно?) – Затрудняюсь ответить

103. Как Вы поступите, если теле вещание в старом (аналоговом) формате больше не будет поддерживаться? (Можно выбрать несколько ответов)

- 1 – Все-таки подключусь к цифровому эфирному телевидению

- 2 – Обойдусь без телевидения
- 3 – Подключусь к коммерческому ТВ-провайдеру
- 4 – Другое (что именно?) _____
- 5 – Затрудняюсь ответить

104. Какая сумма для Вас была бы приемлема для приобретения декодера (приставки)? _____ рублей

105. Предположим, Вы решите купить новый телевизор, то будете приобретать:

- 1 – Только телевизор с приемом аналогового (не цифрового) вещания
- 2 – Только телевизор для приема цифрового вещания
- 3 – Все равно какой, главное, чтобы аппаратура была хорошей
- 4 – Трудно сказать, какое приму (примем) решение

106. Предположим, Вы решили у себя установить прием цифрового эфирного телевидения. Знаете, к кому можно обратиться за помощью для технического решения этого вопроса?

- 1 – В центр консультационной поддержки в своем регионе
- 2 – На федеральную горячую линию по вопросам цифрового телевидения
- 3 – В сервисный центр производителя телевизора (ресивера)
- 4 – Найду решение в Интернете
- 5 – Не знаю

А сейчас несколько вопросов тем, у кого уже подключено цифровое телевидение, к остальным просьба →→→ перейти к вопросу 125

107. В каком году Вы подключили у себя прием цифрового телевидения? _____ году

108. Вы подключились к цифровому телевидению у государственного или частного оператора?

- 1 – У государственного
- 2 – У частного
- 3 – Не помню

109. Откуда Вы узнали о возможности подключения приема цифрового эфирного телевидения?

- 1 – Из рекламы

- 2 – От родственников, знакомых
- 3 – От консультационного центра
- 4 – Из Интернета
- 5 – Из другого источника (*какого?*) _____
- 6 – Затрудняюсь ответить

110. Вы удовлетворены основными параметрами работы цифрового эфирного телевидения?

Параметры	Вполне удовлетворен(а)	В целом удовлетворен(а), но не всем	Это меня мало интересует	Не удовлетворен(а)
110. Количество принимаемых каналов	1	2	3	4
111. Качество изображения	1	2	3	4
112. Качество звука	1	2	3	4
113. Удобность в управлении	1	2	3	4
114. Устойчивость передач от помех	1	2	3	4
115. Количество новых функций	1	2	3	4
116. Качество новых функций	1	2	3	4
117. Целесообразность новых функций для личного использования	1	2	3	4
118. Плата за абонирование	1	2	3	4
119. Возможность оперативно получить консультацию по эксплуатации телевизионной техники	1	2	3	4

120. Приходилось ли Вам сталкиваться с трудностями при попытке приобрести приставку для приема цифрового эфирного телесигнала?

- 1 – Да, в магазинах вообще отсутствуют приставки
- 2 – Да, в магазинах нет приставки необходимой марки
- 3 – Затруднений не было, удалось купить нужную приставку
- 4 – Поиском приставки не занимался (не занималась)

121. Приходилось ли Вам обращаться за разъяснениями по вопросам о переходе на цифровое эфирное телевидение?

	Приходилось	Не приходилось	Не помню
121. По телефону: 8–800–220–20–02	1	2	3
122. По электронной почте: РТРС РФ Цифровое телевидение	1	2	3

123. Вам приходилось обращаться за помощью по телефону горячей линии по вопросам подключения к цифровому эфирному телевидению?

- 1 – Приходилось один раз
- 2 – Приходилось более одного раза
- 3 – Не приходилось
- 4 – Не информирован(а) об этом телефоне

124. Если приходилось, каков был результат Вашего обращения?

- 1 – Мне оказали реальную помощь
- 2 – Мне помогли советом
- 3 – Отделались от меня «отговоркой»
- 4 – Отказались помочь

125. Как Вы считаете, насколько важен переход Российской Федерации на цифровое эфирное телевидение?

- 1 – Очень важен, и реализацию программы было бы целесообразно ускорить
- 2 – Очень важен, и программа реализуется своевременно
- 3 – В целом важен, хотя без небольших проблем не обойдется
- 4 – Реализация программы важна, но она очень затратная и для государства несвоевременна
- 5 – Реализация программы важна, но большинство населения к ней пока не подготовлено
- 6 – Не важен, пустая трата бюджетных денег
- 7 – Не важен, только раздражает население
- 8 – Затрудняюсь ответить

126. Оцените по пятибалльной шкале решение Правительства РФ о переходе на цифровое эфирное телевидение в масштабах все страны? (Выберите один ответ в каждой строке, выставив соответствующую оценку: 5 – полностью согласны..... 1 – совершенно не согласны)

	Полностью согласен (согласна)	Скорее согласен (согласна)	Отношусь к этому с безразличием	Скорее не согласен (не согласна)	Совершенно не согласен (не согласна)
126. Это важный этап развития страны	5	4	3	2	1
127. Это свидетельство социальной ответственности государства	5	4	3	2	1
128. Это масштабный и ультрасовременный проект, дающий повод гордиться нашей страной	5	4	3	2	1
129. Это бесполезная трата бюджетных денег	5	4	3	2	1
130. Это возможность сделать шаг навстречу к зарубежному уровню (стандартам) жизни	5	4	3	2	1
131. Наша страна еще долго не будет готова к переходу на цифровое телевидение	5	4	3	2	1

132. Кто, по Вашему мнению, получит выгоду от перехода Российской Федерации на цифровое эфирное телевидение?

	Получит большую выгоду	В целом получит выгоду, но небольшую	Выгоды не получит	Получит потери
132. Население страны	1	2	3	4
133. Экономика государства	1	2	3	4
134. Институты демократии, гражданское общество	1	2	3	4
135. Телеканалы	1	2	3	4
136. Рекламодатели	1	2	3	4
137. Крупные города	1	2	3	4
138. Малые города	1	2	3	4

Окончание табл.

	Получит большую выгоду	В целом получит выгоду, но небольшую	Выгоды не получит	Получит потери
139. Сельские регионы	1	2	3	4
140. Молодое поколение	1	2	3	4
141. Старшее поколение	1	2	3	4

142. Как Вы считаете, какой социальный и экономический эффект может дать введение в Российской Федерации цифрового эфирного телевидения?

Где ожидается эффект	Положительный эффект	Никакого эффекта	Отрицательный эффект
142. Повышение комфорта для населения за счет увеличения числа каналов без абонентской платы	1	2	3
143. Обеспечение конституционного права граждан на равный доступ к информации	1	2	3
144. Стирание различий между городами и сельскими регионами в доступе к широкой и качественной информации	1	2	3
145. Усиление позиции Российской Федерации среди экономически развитых стран	1	2	3
146. Новые возможности для развития современных услуг связи (Интернет, мобильная связь)	1	2	3
147. Улучшение обороноспособности Российской Федерации за счет устойчивой в масштабах всей страны оперативной связи, не подверженной влиянию технических помех	1	2	3
148. Укрепление целостности информационного, социального и экономического пространства Российской Федерации	1	2	3

149. Как Вы считаете, необходимо ли жителям удаленных сельских районов обеспечить телевизионный прием в том же объеме, что и жителям крупных городов? (Выберите один ответ)

- 1 – Да, необходимо
- 2 – Нет
- 3 – Затрудняюсь ответить

150. Какие у Вас есть опасения, связанные с переходом на цифровое эфирное телевидение? (Пожалуйста, напишите)

151. Каким представляется идеальное цифровое эфирное телевидение лично для Вас? (Выберите один ответ в каждой из двух пар суждений А), Б), который соответствует Вашему мнению)

А)

- 1 – 20 общероссийских эфирных каналов без абонентской платы
- 2 – Расширенный пакет, включающий узкоцелевые, тематические каналы, без возможности отбора наиболее интересных для Вас, с ежемесячной абонентской платой

Б)

- 1 – Бесплатное оборудование для приема ТВ-сигнала и постоянная необходимость ежемесячно платить абонентскую плату
- 2 – Отсутствие абонентской платы, но с единовременным платежом за оборудование, сопоставимым по стоимости с абонентской платой за один год

152. Знаете ли Вы, что при покупке телевизора или приставки (декодера) для приема цифрового эфирного телевидения нужно убедиться, что оборудование поддерживает новый стандарт DVB-T2? (Выберите один ответ)

- 1 – Да, знаю
- 2 – Да, знаю, уже принимаю сигнал цифрового телевидения в стандарте DVB-T2
- 3 – Да, знаю, но принимаю сигнал цифрового телевидения в стандарте DVB-T
- 4 – Нет, не знаю
- 5 – Нет, не знаю, принимаю сигнал цифрового телевидения в стандарте DVB-T

НЕСКОЛЬКО СЛОВ О СЕБЕ

153. Ваш пол:

- 1 – Мужской
- 2 – Женский

154. Ваш возраст (полных лет): _____ лет

155. Ваше образование:

- 1 – Неполное среднее
- 2 – Общее среднее
- 3 – Среднее специальное
- 4 – Незаконченное высшее
- 5 – Высшее
- 6 – Имею ученую степень

156. Ваш род занятий (вид выполняемой работы, или место обучения): _____

157. К какой части населения страны по уровню материальной обеспеченности Вы себя относите?

- 1 – К высоко материально обеспеченным
- 2 – К средне материально обеспеченным
- 3 – К низко материально обеспеченным
- 4 – К живущим за чертой бедности

158. Каков среднемесячный доход на одного члена Вашей семьи, например, за прошлый месяц? _____ рублей

159. Скажите, пожалуйста, какую примерно часть (в процентах) Вашего семейного дохода Вы тратите на продукты питания и коммунальные услуги?

	159. На продукты питания	160. На коммунальные услуги
До 25%	1	1
От 25% до 50%	2	2
От 50% до 75%	3	3
Более 75%	4	4
Затрудняюсь ответить	5	5

161. Ваше семейное положение:

- 1 – Женат (замужем)
- 2 – Не женат (не замужем)

162. Сколько человек живет вместе с Вами в семье, включая Вас?

_____ человек

163. Тип поселения

- 1 – Мегapolis (Москва, Санкт-Петербург)
 - 2 – Областной, краевой, республиканский центр
 - 3 – Районный центр
 - 4 – ПГТ (поселок городского типа)
 - 5 – Сельское поселение
-

Учебное издание

Савинков Владимир Ильич

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПЕРЕХОДА СУБЪЕКТОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ЦИФРОВОЕ ТЕЛЕВЕЩАНИЕ**

(КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ПРОГРАММА И МЕТОД
СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

Методическое пособие по прикладной социологии
для социологических факультетов университетов

Выпуск 2

Издатель: Центр социального прогнозирования и маркетинга
127106, Москва, ул. Гостиничная, 9.
Тел. (495) 482-18-47
www.socioprognoz.ru
E-mail: info@sheregi.ru

Подписано в печать 21.01.13. Формат 60×90 1/16. Печать офсетная.
Бумага офсетная № 1. Печ. л. 4,75. Тираж 250 экз.
Заказ

Отпечатано в ГУП Академиздатцентр «Наука» РАН,
ОП «Производственно-издательский комбинат
ВИНИТИ»-«Наука».
140014, Московская обл., г. Люберцы, Октябрьский пр-т, д. 403.
Тел. (495) 554-21-86, 554-25-97, 974-69-76