

ДЕМОКРАТІЯ, ПРАВА І СВОБОДИ ГРОМАДЯН ТА МЕДІАСПОЖИВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

ЛИПЕНЬ 2022

Це дослідження відбулося завдяки підтримці американського народу, що була надана через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID). Думки і твердження, висловлені у звіті, можуть не збігатися з позицією USAID та уряду США

A photograph of a person with short hair and sunglasses, wearing a dark jacket, holding a large, light-colored sign above their head. The sign has the text 'ВОЛЬНОМУ ВОЛЯ!' written on it in large, bold, white letters. The background of the photo is a solid blue color, matching the overall theme of the document. The photo is partially obscured by large, dark blue geometric shapes that resemble stylized arrows or chevrons pointing upwards and to the right.

ВОЛЬНОМУ
ВОЛЯ!

**ТЕЛЕФОННЕ
ТА ЩОДЕННИКОВЕ
ОПИТУВАННЯ**

МЕТОДОЛОГІЯ ТЕЛЕФОННОГО ОПИТУВАННЯ

Опитування проводилося серед респондентів віком від 18 років, які проживають на території, контрольованій Україною на 23 лютого 2022 року (тобто до вибірки не входять жителі АР Крим, м. Севастополь, окремих районів Донецької і Луганської областей, які Україна не контролювала до 24 лютого 2022 року, але входять мешканці територій, окупованих росією після 24 лютого 2022 року). Жителів України, які виїхали за кордон після 24 лютого 2022 року, також не опитували.

Під час телефонного дослідження вивчалися думки і погляди дорослих жителів України (віком від 18 років) щодо демократії, прав і свобод громадян, структури та практик медіаспоживання.

Метод:	Телефонне інтерв'ю з використанням комп'ютера (CATI)
Період:	липень 2022 року
Географія:	Україна (за винятком АР Крим та окремих районів Донецької й Луганської областей, окупованих до 24 лютого)
Вибірка:	n=1000 учасників (репрезентативна за віком, статтю, типом населеного пункту, регіоном проживання)
Респонденти:	віком від 18 років, які перебувають в Україні

Формально для звичайних обставин статистична похибка вибірки* не перевищує:

3,4% для показників, близьких до 50%,
3,0% для показників, близьких до 25 або 75%,
2,1% для показників, близьких до 10 або 90%,
1,5% для показників, близьких до 5 або 95%,
0,7% для показників, близьких до 1 або 99%.

* з імовірністю 0,95 і з дизайн-ефектом 1,1



МЕТОДОЛОГІЯ ЩОДЕННИКОВОГО ОПИТУВАННЯ

Під час дослідження вивчалися думки дорослих жителів України віком 18–60 років. Основні етапи дослідження: розробка інструментарію, розробка вибірки, проведення інтерв'ю з респондентами та ведення респондентами онлайн-медіащоденника протягом тижня (7 днів), контроль якості виконаної роботи, введення та перевірка даних на логічні помилки, підготовка остаточного масиву даних, таблиць одновимірних розподілів та аналітичного звіту.

Результати щоденникового дослідження мають радше якісний характер і позначають не статистичні показники, а уявлення про сучасні тренди медіаспоживання.

Метод:	Щоденникове опитування
Період:	6–15 липня 2022 року
Географія:	Україна (за винятком АР Крим та окремих районів Донецької та Луганської областей, окупованих до 24 лютого)
Вибірка:	n=100 учасників;
Респонденти:	віком 18–60 років, які перебувають в Україні

Критерії відбору учасників:

- Вік від 18 до 60 років;
- Пропорційне представництво за статтю;
- Не менш ніж 70% опитаних мають вищу освіту;
- Зайняті у різних сферах, а також представники економічно неактивних груп;
- Усі учасники цікавляться подіями в Україні та за кордоном і майже щоденно споживають новини через різні медіа;
- Не менш ніж 30% учасників використовують російську мову для спілкування вдома.



**ОСНОВНІ
РЕЗУЛЬТАТИ
ДОСЛІДЖЕННЯ**

ДЕМОКРАТІЯ, ПРАВА І СВОБОДИ ГРОМАДЯН В УМОВАХ ВІЙНИ

- ☛ Більше респондентів надають перевагу ідеї сильної держави / сильного керівництва, ніж демократії в країні. Також є підстави вважати, що на тлі війни запит на «сильну руку» зростає.
- ☛ 58% вважають, що для України зараз важливішим є сильний лідер (демократичну систему назвали важливішою 27%). Ще більший консенсус помітний щодо втручання Президента у діяльність парламенту та уряду – 79% називають його виправданим для посилення оборони (вважають, що розподіл повноважень важливо зберігати навіть під час війни, – 16%).
- ☛ 57% респондентів вважають, що на період війни влада має притягати до відповідальності громадян за поширення «шкідливих» для держави поглядів. Хоч і менше, але значна кількість опитаних (37%) натомість вважають, що будь-хто повинен мати можливість публічно висловлювати свої погляди, не боячись переслідувань влади
- ☛ Для 52% доцільність виборів після завершення воєнного стану менш пріоритетна, тому вони вважають, що після воєнного стану потрібно буде зосередитися на інших питаннях. Водночас 40% вважають, що важливо вчасно провести вільні та чесні вибори.



КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА СПІВРОБІТНИЦТВО З ОКУПАЦІЙНОЮ ВЛАДОЮ

☛ Серед різних категорій населення на окупованій території певний консенсус стосовно кримінальної відповідальності є тільки щодо осіб, які обійняли керівні посади, і лікарів. Зокрема, 69% респондентів вважають, що тих, хто працює в окупаційних адміністраціях, потрібно притягнути до кримінальної відповідальності. Коли йдеться про лікарів, то 66% проти притягнення їх до відповідальності.

☛ Щодо інших категорій ситуація менш однозначна. Переважає вимога покарання таких категорій громадян (хоч і при значній частці тих, хто проти покарання), як місцеві бізнесмени, ті, хто отримали паспорт росії, учителі (49–52% підтримують кримінальну відповідальність, а 36–41% – не підтримують).

☛ Водночас переважає думка про непритягнення до відповідальності пенсіонерів, які подали документи на отримання російських соціальних виплат, і співробітників критичної інфраструктури, які отримують зарплату від окупаційної адміністрації (33–37% підтримують покарання, не підтримують – 51–55%).



МЕДІАСПОЖИВАННЯ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

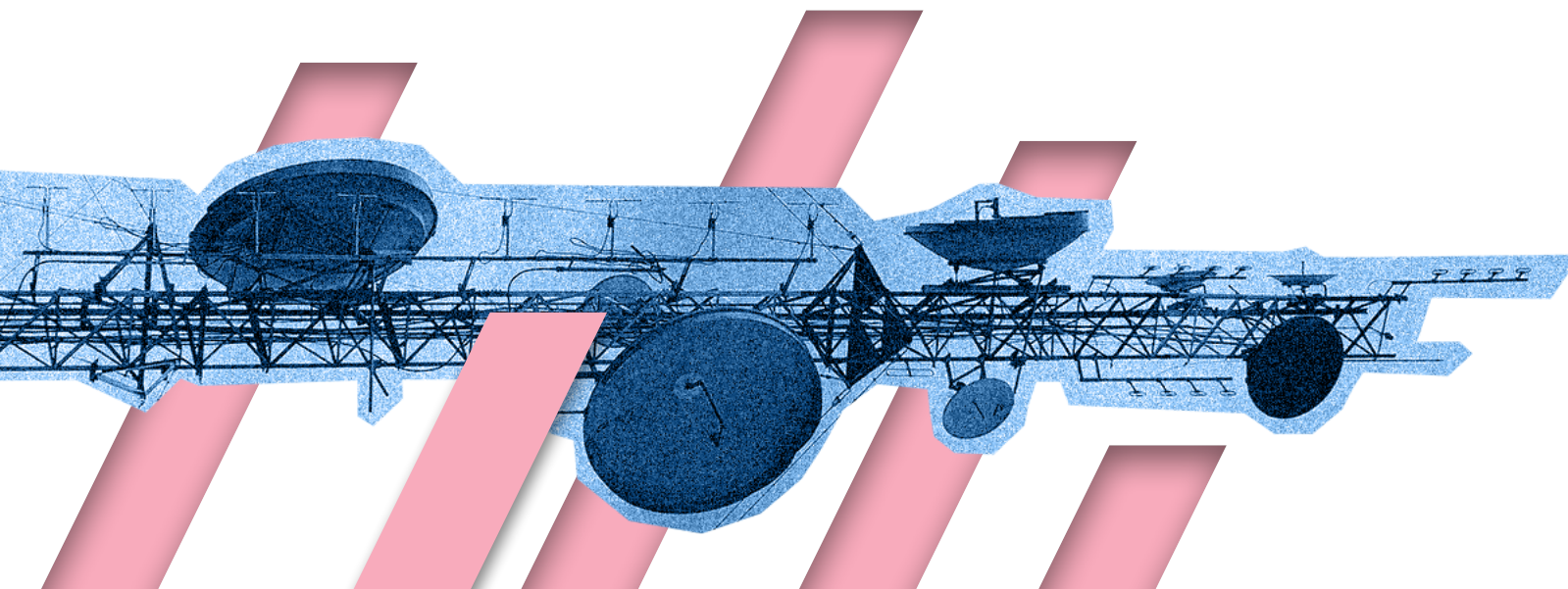
☛ Лейтмотив, який пронизує і телефонне опитування, і щоденникове дослідження, – це «велике переселення» в онлайн для пошуку новин. Зараз телебачення ще зберігає значні позиції, але це вже точно не домінує (як це було до 24 лютого 2022 року). Насправді переважають онлайн-канали інформації (особливо Telegram і YouTube. Фактично ми є свідками кардинальної трансформації медіаландшафту, де замість кількох потужних телевізійних каналів «виросли» сотні онлайн-джерел, кожне з яких не може похвалитися великою часткою «ринку».

☛ 59% респондентів до топ-2 джерел зараховують соціальні мережі (а загалом за останні 7 днів отримували інформацію з них 69%). Для порівняння: телемарафон «Єдині новини» зараховують до топ-2 джерел 43% (загалом його дивилися 57%).

☛ За результатами щоденникового дослідження, 48% витраченого на новини часу припадають на соціальні мережі, на телебачення – 34% (ще 11% – на сайти новин).

☛ Щоденникове дослідження також свідчить, що серед соціальних мереж трійка лідерів – це Telegram, YouTube, Facebook. Водночас, якщо аналізувати сумарний час споживання новин у соціальних мережах (і брати його за 100%), то 41% припадає на Telegram, 37% – на YouTube, а на Facebook – 12% (ще 6% припадає на Viber, а на всі інші мережі, разом узяті, – 3%).

☛ Відповідними є і «вимоги» до видів контенту в інтернеті: серед тих, хто отримує інформацію звідти, 62% надають перевагу коротким відео і 61% – коротким інформаційним повідомленням.



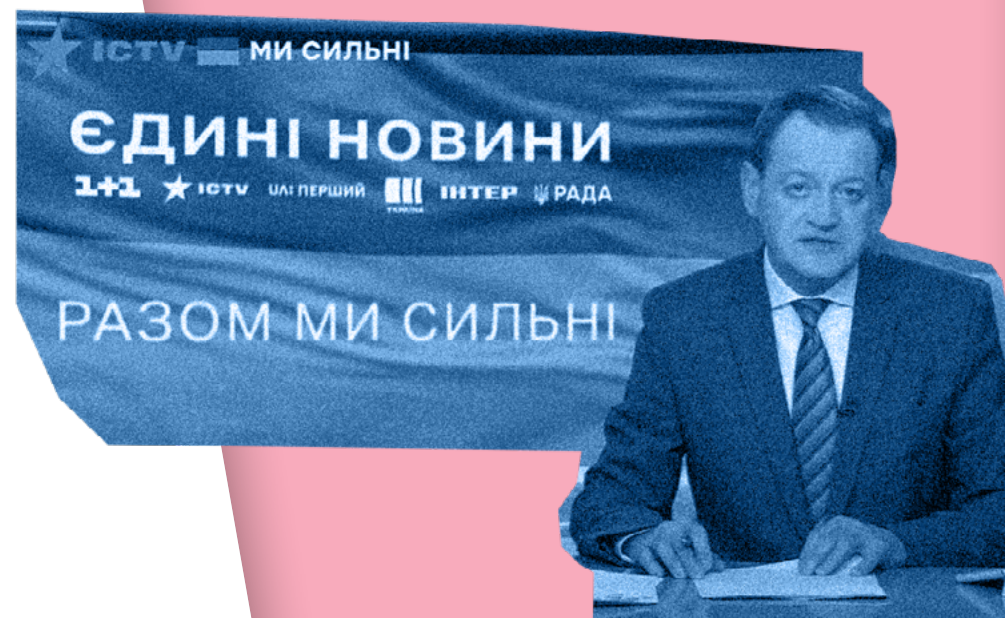
МЕДІАСПОЖИВАННЯ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

☛ Якщо серед 18–29-річних 87% зараховують соціальні мережі до топ-2 своїх джерел інформації, а «Єдині новини» – 28%, то серед старших за 60 років про соціальні мережі говорять 34%, а 61% – про «Єдині новини». Подібна тенденція прослідковується і щодо новинних сайтів, а також інших каналів телебачення.

☛ Серед різних джерел інформації найбільше респондентів довіряє телемарафону «Єдині новини» – 57%. При цьому не довіряють йому лише 6%. Іншим джерелам інформації з переліку довіряють не більше третини респондентів, хоча при цьому рівень недовіри у всіх випадках порівняно невисокий (6–13%).

☛ Основною метою користування всіма типами джерел за результатами щоденникового дослідження є отримання новин про ситуацію в країні (72–82%). 82–90% користувачів окремих джерел характеризують їх як «інформаційні». Не більше 5% називають інші характеристики, як-от «розважальний» тощо.

☛ 13% респондентів телефонного опитування за останні 7 днів отримували інформацію з якого-небудь російського ресурсу. З них 3% дивилися російські телеканали, 11% – використовували онлайн-джерела. 89% пояснювали це тим, що хотіли дізнатися точку зору росіян / як їм подають інформацію. Лише 2% відповіли, що відвідували російські ресурси через сумніви в українських джерелах.



СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

☛ Респонденти мають доволі строкаті і значною мірою некристалізовані та суперечливі погляди на роль держави в медіасфері. Є досить помітний запит на більш жорстку лінію й активну роль держави. Водночас значна частина опитаних зберігає очікування від ЗМІ щодо критичної до влади діяльності, а також виступає проти цензурування певної інформації.

☛ Більшість українців (60%) прагнуть більшого контролю держави за інформацією в інтернеті (не поділяють таку думку 30%). Схвально ставляться до телемарафону «Єдині новини» як методу формування спільного погляду 65%, не поділяють таку думку 17%. Водночас більшість (60%) також хочуть, щоб ЗМІ мали можливість обґрунтовано критикувати дії влади (32% виступають за підтримку лінії влади).

☛ Абсолютна більшість респондентів критично ставляться як до проросійських ЗМІ в Україні (73% вважають, що потрібно вживати заходів проти них, і лише 13% вважають це політичною розправою), так і до самих російських ЗМІ (тільки 16% вважають, що російські ЗМІ дають альтернативний погляд для балансу, а 77% вважають, що інформації українських ЗМІ достатньо для повної картини).

☛ 40% стверджують, що через велику кількість джерел їм важко визначити, де саме правда (при цьому 52% впевнені, що можуть визначити одне чи декілька правдивих джерел). Більше половини (56%) покладають на державу відповідальність за боротьбу з фейками та дезінформацією (на самих громадян – 35%).



ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЖИТТІ НАСЕЛЕННЯ

☛ 88% респондентів користуються інтернетом, в т. ч. 79% роблять це щодня або практично щодня.

☛ Більшість опитаних у всіх категоріях користуються інтернетом, хоча є помітна диференціація за віком. Якщо серед молоді (до 30 років) 100% є щоденними користувачами світової павутини, то далі показник знижується до 53% серед респондентів віком 60+ років.

☛ 75% респондентів мають смартфон. Серед молодших респондентів більше власників смартфонів – показник знижується з 96% серед осіб віком до 30 років до 49% серед осіб віком 60+ років.

☛ 78% серед усіх респондентів за останні 7 днів використовували месенджери для спілкування. У середньому ті, хто користуються месенджерами, використовують 2–3 різні месенджери.

☛ Безумовний лідер серед месенджерів України – Viber, який зараховують до топ-2 найважливіших для себе месенджерів 58% усіх респондентів, а загалом 66% за останні 7 днів користувалися ним. Далі йдуть Telegram (32% і 41% відповідно) і Facebook Messenger (20% і 34%). Інші месенджери менш популярні серед населення країни.



ЗАГАЛЬНЕ САМОПОЧУТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Нинішнє самопочуття населення можна загалом описати як стримано оптимістичне.

З одного боку, 40% вважають, що ситуація в Україні покращується, а ще 29% обрали більш «стриманий» варіант «у чомусь покращується, у чомусь погіршується». При цьому лише 22% песимістично відповідають, що ситуація наразі погіршується.

З іншого боку, на індивідуальному рівні 45% респондентів оцінюють свою адаптованість до поточних реалій на «середньому рівні», а ще 34% вважають, що скоріше або повністю адаптувалися. Лише 17% стверджують, що вони скоріше або абсолютно не адаптувалися.

Як, на Ваш погляд, зараз розвивається загалом ситуація в Україні? Ситуація...



ЗАГАЛЬНЕ САМОПОЧУТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

У таблиці / графіку наведено дані у розрізі окремих соціально-демографічних категорій. Насправді, попри певну варіативність настроїв, у всіх випадках можна говорити про стриманий оптимізм.

Утім, на окремі відмінності варто звернути увагу. Так, дещо більш песимістичні у своїх оцінках жителі Донбасу. У розрізі чоловіків і жінок помітно, що оцінки ситуації в країні досить близькі, але чоловіки дещо краще оцінюють свою адаптованість. Старші за віком респонденти краще оцінюють ситуацію в країні, а молодь вище оцінює свою адаптованість.

Макрорегіон:	+	+ / -	-	?
Захід	40%	30%	21%	9%
Центр	43%	29%	21%	6%
Південь	44%	22%	23%	11%
Схід	38%	29%	23%	10%
Донбас	27%	31%	30%	12%
Стать:				
Чоловік	41%	26%	23%	10%
Жінка	40%	31%	22%	7%
Вік:				
18-29 років	33%	45%	15%	6%
30-44 роки	34%	34%	25%	7%
45-59 років	44%	23%	23%	10%
60+ років	48%	19%	23%	10%
Тип населеного пункту:				
Село	41%	28%	21%	10%
Смт / місто до 20 тис.	33%	33%	23%	10%
Місто 20-99 тис.	40%	25%	23%	11%
Місто 100 тис. і більше	42%	28%	23%	6%
Освіта:				
Повна середня і нижче	39%	29%	23%	9%
Середня спеціальна	42%	27%	22%	9%
Вища	40%	30%	22%	7%

**ДЕМОКРАТІЯ,
ПРАВА І СВОБОДИ
ГРОМАДЯН
В УМОВАХ ВІЙНИ**

СИЛЬНА ДЕРЖАВА / СИЛЬНЕ КЕРІВНИЦТВО VS. ДЕМОКРАТИЧНА СИСТЕМА І ПЛЮРАЛІЗМ

В Україні наразі радше переважають думки на користь сильної держави / сильного керівництва, менший пріоритет опитувані надають демократичній системі й плюралізму.

Так, 58% вважають, що для України зараз важливіший сильний лідер (демократичну систему вважають важливішою 27%). Ще більший консенсус помітний щодо втручання Президента у діяльність парламенту й уряду. 79% вважають його виправданим для посилення оборони країни (вважають, що важливо зберігати розподіл повноважень навіть під час війни, 16%).

Крім цього, 62% дотримуються думки, що на час війни навіть конструктивна критика є недопустимою (натомість 32% вважають: навіть зараз має зберігатися політична конкуренція).

Водночас респонденти розділилися практично порівну в питанні щодо можливості порушення владою законів, якщо це необхідно для пришвидшення перемоги – 48% вважають, що для перемоги влада може мати можливість порушувати закони, а 41% наполягають, що за жодних обставин закони не можна порушувати.

Твердження №1

Зараз для України сильний лідер важливіший, ніж демократична система

..... 58%

Президент на час війни повинен мати можливість втручатися в діяльність парламенту та уряду з метою посилення оборони країни, незважаючи на розподіл повноважень між ними

..... 79%

Влада повинна мати можливість порушувати закони, якщо це необхідно для пришвидшення перемоги у війні

..... 48%

На час війни не можна допускати навіть конструктивної критики дій влади, а всі політики і партії повинні об'єднатися й підтримувати дії влади

..... 62%

Твердження №2

Зараз для України демократична система важливіший, ніж сильний лідер

..... 27%

Навіть на час війни має зберігатися розподіл повноважень між різним гілками влади і Президент не повинен втручатися в діяльність парламенту та уряду

..... 16%

За жодних обставин влада не повинна порушувати закони, навіть якщо їх дотримання перешкоджатиме пришвидшенню перемоги у війні

..... 41%

В Україні має зберігатися політична конкуренція – мають бути політики і партії, які конструктивно й обґрунтовано критикуватимуть окремі ініціативи влади, пропонуватимуть альтернативні підходи до розв'язання проблем

..... 32%

Важко сказати

..... 14%

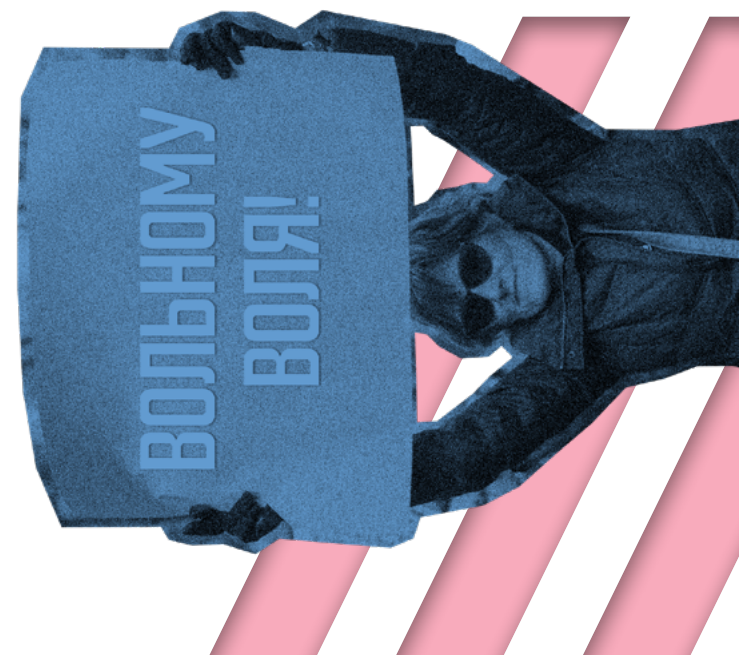
..... 5%

..... 11%

..... 7%

СИЛЬНА ДЕРЖАВА / СИЛЬНЕ КЕРІВНИЦТВО VS. ДЕМОКРАТИЧНА СИСТЕМА І ПЛЮРАЛІЗМ

Відповіді на 4 запитання можна звести в єдиний індекс, який буде змінюватися від 0 (респондент повністю згодний з усіма твердженнями, де надано перевагу демократії і плюралізму) до 100 (респондент повністю згодний з усіма твердженнями, де перевагу надано сильній державі / сильному керівництву).
Середнє значення індексу для всіх респондентів становить 64, тобто в середньому респонденти схильні надавати перевагу ідеям «сильної руки».



ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ VS. ДОТРИМАННЯ ЗАКОННИХ ПРОЦЕДУР

У питанні, що має бути більшим пріоритетом – вихід за певні межі і безпека держави чи все-таки дотримання законності – думки респондентів розділилися і в суспільстві немає очевидного консенсусу.

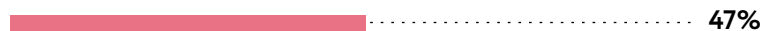
З одного боку, 57% респондентів вважають, що на період війни влада має притягати до відповідальності громадян за «шкідливі» для держави погляди. Хоч і менше, але значна кількість (37%) натомість

вважають, що будь-хто повинен мати можливість публічно висловлювати свою точку зору, не боячись переслідувань влади.

З іншого боку, щодо заборони діяльності політиків і партій, підозрюваних у співпраці з росією, – 47% вважають, що забороняти її потрібно за першої підозри і навіть без юридичних доказів, а 46% – що це можна робити лише за наявності надійних юридичних доказів.

Твердження №1

Під час війни за першої підозри зв'язків з росією діяльність партій та політиків має заборонятися, навіть якщо відсутні юридичні докази

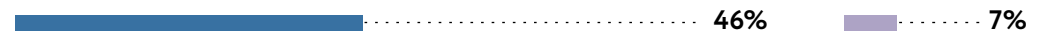


На період війни будь-який громадянин або організація має право висловлювати свою точку зору публічно, не боячись переслідувань з боку влади



Твердження №2

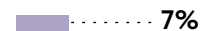
Навіть під час війни мають бути надійні юридичні докази для заборони діяльності партій і політиків, щодо яких є підозри зв'язків з росією



На період війни потрібно, щоб влада контролювала і притягала до відповідальності громадян чи організації, які публічно висловлюють шкідливі для держави точки зору



Важко сказати

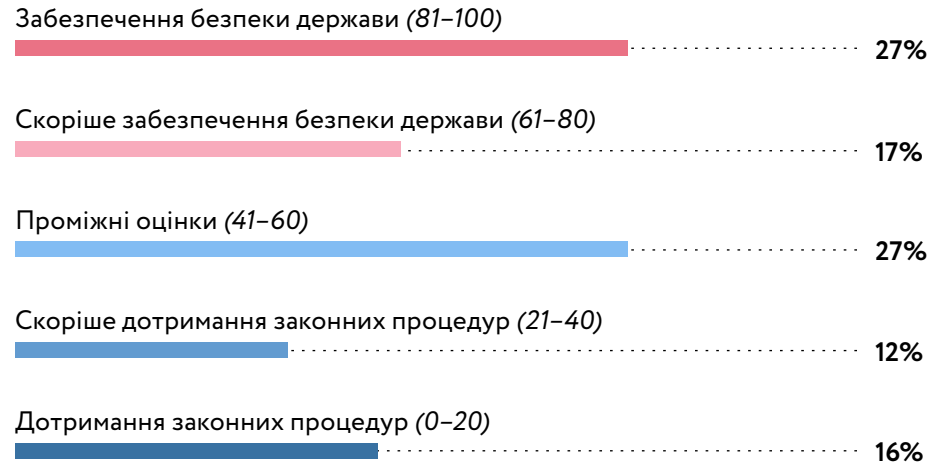


ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ VS. ДОТРИМАННЯ ЗАКОННИХ ПРОЦЕДУР

Відповіді на 2 запитання можна звести в єдиний індекс, який буде змінюватися від 0 (респондент повністю згодний з усіма твердженнями, де надано перевагу отриманню надійних доказів і свободі слова) до 100 (респондент повністю згодний з усіма твердженнями, де перевагу надано забороні за будь-якої підозри і покаранню за шкідливі погляди).

Середнє значення індексу для всіх респондентів становить 56, тобто перебуває в діапазоні проміжних оцінок, що свідчить про певну поляризацію суспільства з цього питання.

44% респондентів отримали бал 61–100, тобто вони надають перевагу безпеці держави. Натомість 29% мають бал 0–40, тобто скоріше вважають за потрібне дотримуватися законних процедур. Решта 27% отримали проміжний бал.



ПРІОРИТЕТ ВЧАСНИХ ВІЛЬНИХ І ЧЕСНИХ ВИБОРІВ ПІСЛЯ ЗАВЕРШЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ

Думки респондентів про вибори розділилися – для 52% це питання менш пріоритетне, тому вони вважають, що після воєнного стану потрібно буде зосередитися на інших питаннях. Водночас 40% вважають, що важливо вчасно провести вільні та чесні вибори.

Твердження №1

Після завершення воєнного стану важливо вчасно провести вільні та чесні вибори до центральних органів влади

..... 40%

Твердження №2

Після завершення воєнного стану важливо зосередитися на інших питаннях, а не на виборах до центральних органів влади

..... 52%

Важко сказати

..... 9%

Важливість вчасних і вільних виборів

Макрорегіон:	Більший пріоритет	Менший пріоритет	?
Захід	43%	48%	9%
Центр	40%	51%	9%
Південь	39%	52%	9%
Схід	34%	58%	8%
Донбас	37%	56%	7%
Стать:			
Чоловік	36%	55%	9%
Жінка	42%	49%	8%
Вік:			
18–29 років	42%	53%	5%
30–44 роки	28%	65%	7%
45–59 років	40%	49%	10%
60+ років	50%	40%	11%
Тип населеного пункту:			
Село	46%	46%	8%
Смт/ місто до 20 тис.	44%	49%	7%
Місто 20–99 тис.	39%	55%	6%
Місто 100 тис. і більше	34%	56%	10%
Освіта:			
Повна середня і нижче	47%	45%	8%
Середня спеціальна	42%	50%	8%
Вища	34%	57%	9%

**КРИМІНАЛЬНА
ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ
ЗА СПІВРОБІТНИЦТВО
З ОКУПАЦІЙНОЮ
ВЛАДОЮ**

КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА СПІВРОБІТНИЦТВО З ОКУПАЦІЙНОЮ ВЛАДОЮ

Серед різних форм співробітництва з окупантами лише у випадку обіймання керівних посад в окупаційній адміністрації є певний (хоч і не абсолютний) консенсус – 69% вважають, що таких осіб слід притягнути до кримінальної відповідальності (не підтримують цю думку 20%).

Також переважає вимога покарання таких категорій громадян (хоч і при значній частині тих, хто проти

цього), як місцеві бізнесмени, ті, хто отримали паспорт росії, учителі (49–52% підтримують кримінальну відповідальність, а 36–41% – не підтримують).

Відносно найменше респондентів підтримують покарання лікарів, які працюють за російськими стандартами, – лише 20% вважають, що їх варто притягнути до кримінальної відповідальності. Не підтримують цю думку 66%.



КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА СПІВРОБІТНИЦТВО З ОКУПАЦІЙНОЮ ВЛАДОЮ

Помітна тенденція: що західніший регіон походження респондентів, то більш наполегливо вони вимагають покарання різних категорій населення, що співпрацюють з окупантами.

Простежується певна варіативність і серед інших категорій. Наприклад, молодші та українськомовні респонденти також дещо більше виступають за покарання. Серед жінок і чоловіків різні форми співробітництва викликають трохи різну реакцію.

Так, чоловіки дещо більше підтримують покарання керівників і тих, хто отримав паспорт росії. Жінки ж частіше говорили про покарання бізнесменів, учителів, пенсіонерів і співробітників критичної інфраструктури.



КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА СПІВРОБІТНИЦТВО З ОКУПАЦІЙНОЮ ВЛАДОЮ

	Обійняли керівну посаду	Місцевий бізнесмен	Отримали паспорт росії	Учитель	Пенсіонер	Співробітник критичної інфраструктури	Лікар
Макрорегіон:							
Захід	70%	63%	57%	58%	50%	36%	33%
Центр	69%	53%	51%	52%	40%	35%	24%
Південь	70%	46%	48%	41%	31%	38%	20%
Схід	70%	43%	46%	40%	22%	28%	17%
Донбас	66%	42%	37%	31%	27%	15%	14%
Стать:							
Чоловік	76%	46%	54%	44%	27%	29%	23%
Жінка	64%	57%	48%	52%	45%	36%	24%
Вік:							
18–29 років	76%	55%	58%	50%	42%	32%	27%
30–44 роки	75%	52%	48%	49%	41%	35%	26%
45–59 років	71%	46%	57%	52%	33%	32%	21%
60+ років	59%	55%	44%	45%	35%	33%	23%
Тип населеного пункту:							
Село	71%	58%	50%	54%	50%	39%	29%
Смт / місто до 20 тис.	70%	47%	49%	47%	36%	38%	23%
Місто 20–99 тис.	68%	48%	55%	49%	37%	34%	21%
Місто 100 тис. і більше	68%	50%	50%	45%	28%	27%	20%
Освіта:							
Повна середня і нижче	60%	58%	46%	50%	43%	37%	31%
Середня спеціальна	70%	51%	52%	47%	38%	39%	22%
Вища	74%	49%	52%	50%	34%	27%	21%
Лінгво-етнічна категорія:							
Українськомовні українці	70%	55%	54%	54%	43%	35%	26%
Українці-білінгви	73%	58%	47%	52%	36%	35%	20%
Російськомовні українці	66%	41%	47%	32%	19%	25%	17%
Російськомовні біетнори / нацменшини	64%	35%	24%	31%	30%	31%	21%

**МЕДІАСПОЖИВАННЯ
СЕРЕД
НАСЕЛЕННЯ
УКРАЇНИ**

ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

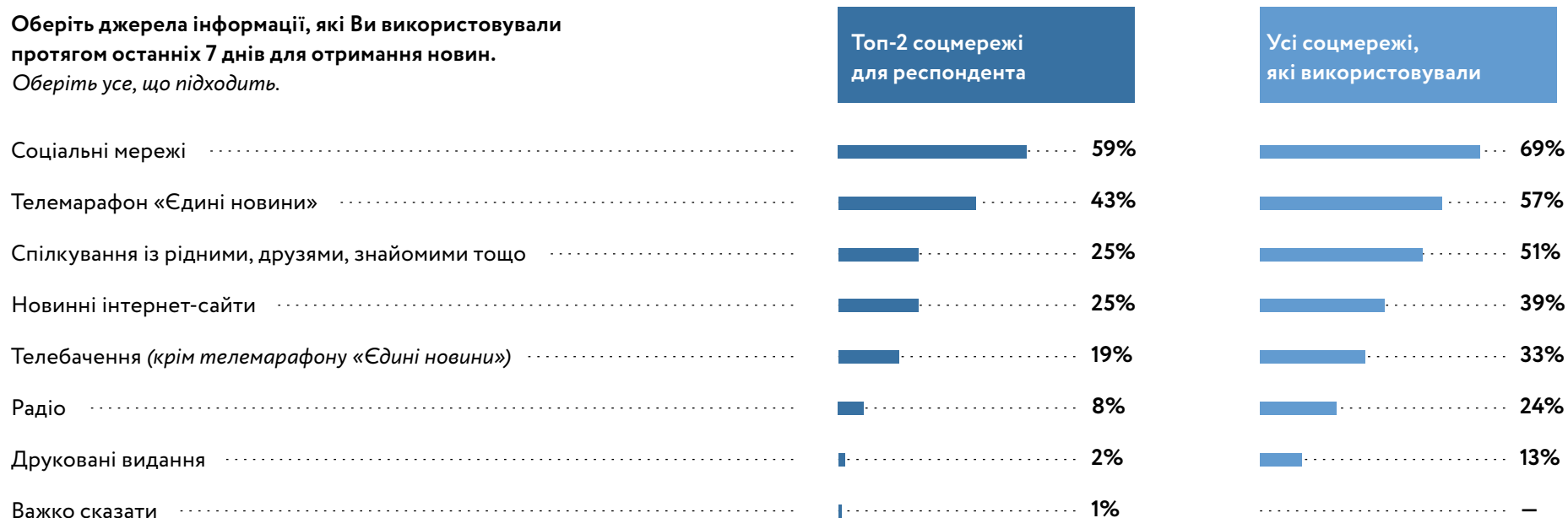
Провідні джерела інформації для українців – соціальні мережі (59% серед усіх респондентів користувалися ними за останні 7 днів і зараховують їх до топ-2 за важливістю для себе, а загалом 69% за останні 7 днів отримували інформацію з соціальних мереж) і телемарафон «Єдині новини» (43% зараховують його до топ-2 за важливістю, а загалом 57% дивилися його за останні 7 днів).

Далі йдуть спілкування з рідними / знайомими (25% і 51% відповідно), новинні інтернет-сайти (25% і 39%),

телебачення поза телемарафоном (19% і 33%). Радіо зараховують до топ-2 за важливістю 8% респондентів, а взагалі отримували з нього інформацію 24%.

За результатами щоденникового дослідження також помітна тенденція до домінування онлайн-джерел, особливо соціальних мереж, на які припадає 48% сумарного часу споживання новин (на новинні сайти – 11%, на телебачення – 34%).

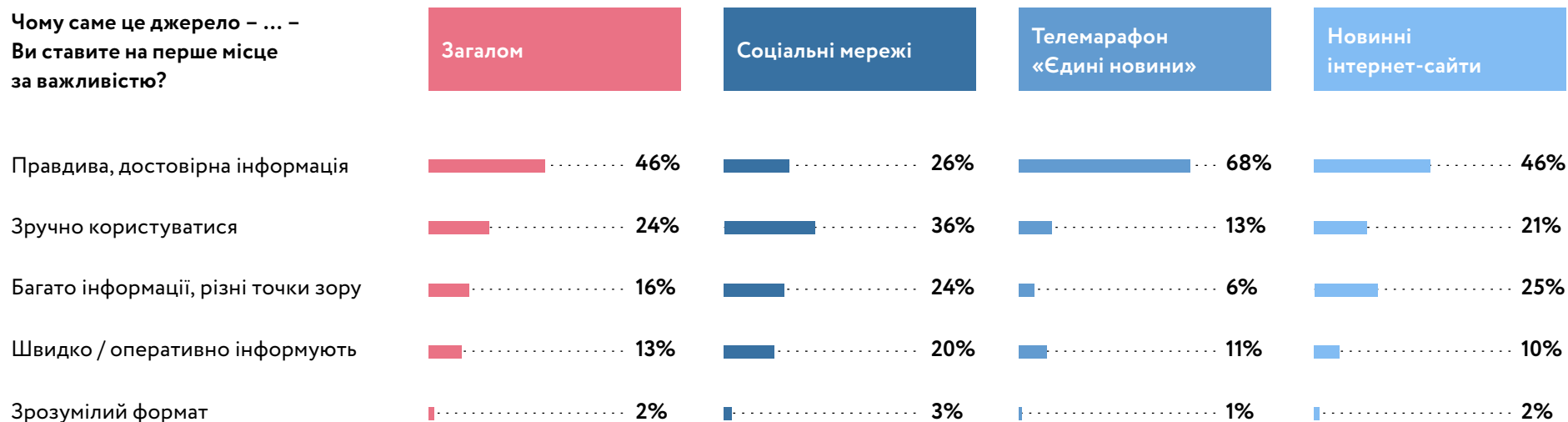
Оберіть джерела інформації, які Ви використовували протягом останніх 7 днів для отримання новин.
Оберіть усе, що підходить.



ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

На відкрите запитання, чому саме певне джерело ставлять на перше місце, найбільше респондентів (46%) відповіли, що в ньому «правдива / достовірна інформація». Наступні критерії – зручність користування (24%), багато інформації / різні точки зору (16%) і швидкість інформування (13%).

Якщо аналізувати результати у розрізі топ-3 засобів масової комунікації, то більшість тих, хто на перше місце ставить телемарафон «Єдині новини», пояснюють це правдивістю / достовірністю інформації. У випадку соціальних мереж простежується строкатість мотивацій (що загалом відповідає строкатості самих мереж) – 20–36% назвали кожна з топ-4 причин.

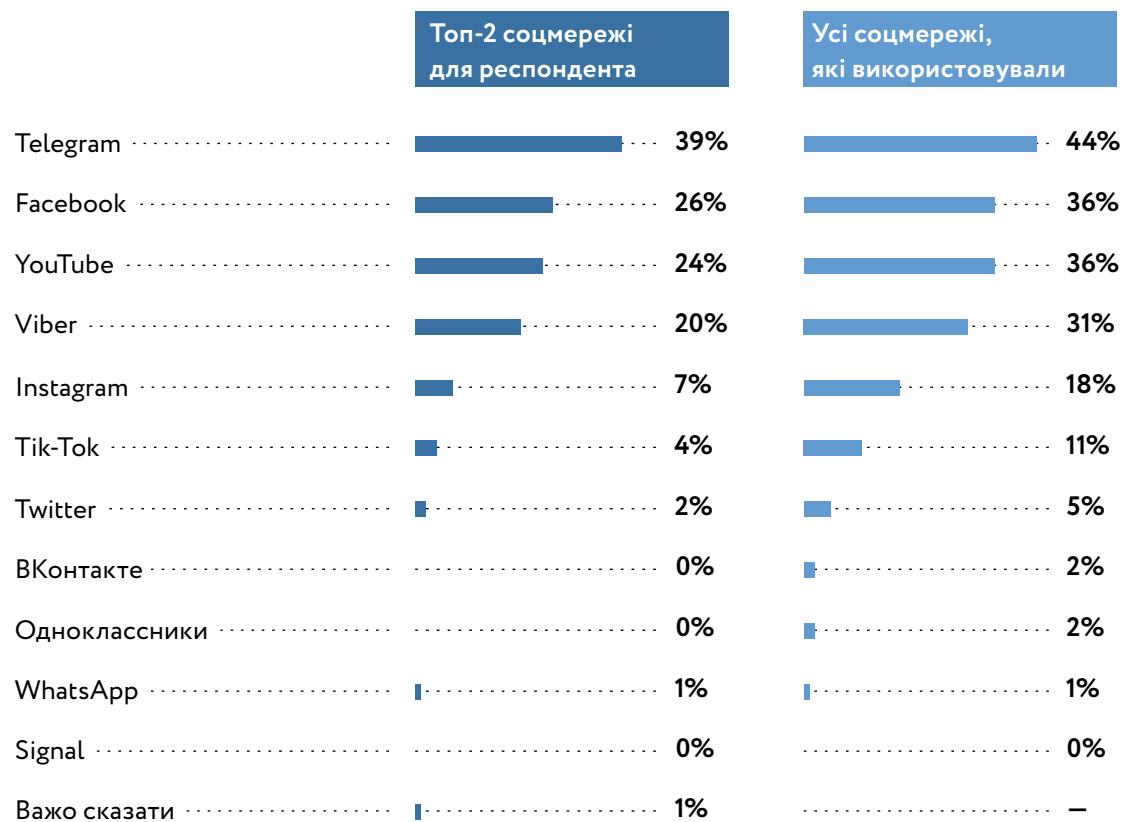


ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Серед соціальних мереж найбільше респондентів користуються Telegram: 39% зараховують цю мережу до топ-2, якими найчастіше користуються, а за останні 7 днів загалом 44% серед усіх респондентів користувалися нею.

Далі йдуть Facebook і YouTube, які зараховують до своїх топ-2 мереж 24–26% респондентів, а загалом отримували з них інформацію за останній тиждень по 36%. Крім цього, 20% до топ-2 мереж зараховують Viber (загальне користування цим месенджером для отримання новин – 31%). Інші соціальні мережі респонденти називали рідше (зокрема, лише 3% за останній тиждень користувалися однією з російських соціальних мереж).

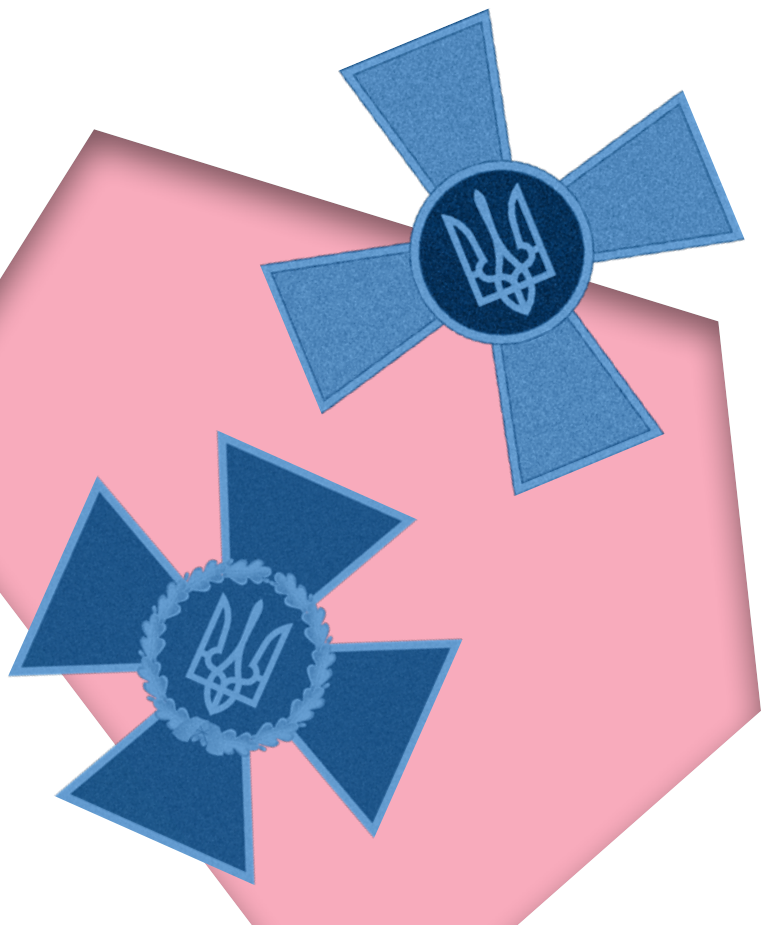
Оберіть джерела інформації, які Ви використовували протягом останніх 7 днів для отримання новин. Оберіть усе, що підходить.



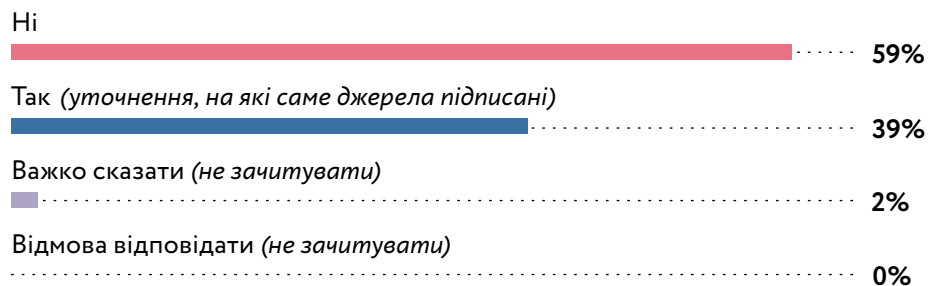
Відсоток серед усіх респондентів

ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Серед користувачів соціальних мереж 39% стверджують, що вони підписані на офіційні сторінки / канали органів влади, посадових осіб тощо (у перерахунку до всіх респондентів показник виходить 27%). Серед тих, хто підписаний, 48% назвали Президента, 17% – ЗСУ, 9% – Олексія Арестовича, 6% – Валерія Залужного, 5% – Віталія Кіма.



Чи підписані Ви в соціальних мережах на офіційні сторінки / канали українських посадових осіб, органів влади, Збройних Сил тощо?



На які офіційні канали/сторінки ви підписані



Відсоток серед респондентів, які підписані на офіційні канали / сторінки

ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Більшість тих, хто отримує інформацію з інтернету (новинні сайти або соціальні мережі), надають перевагу таким видам контенту, як короткі відео (62%) і короткі інформаційні повідомлення (61%). Іншим видам контенту надають перевагу не більше чверті користувачів.

Яким видам контенту в інтернеті Ви віддаєте перевагу?

Оберіть усе, що підходить.



Відсоток серед респондентів, які отримують інформацію з новинних інтернет-сайтів і соціальних мереж



ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Надання переваги коротким повідомленням і відео корелює з результатами щоденникового дослідження щодо переходу користувачів у Telegram для отримання новин. У щоденниковому дослідженні в описах того, як змінився пошук новин і користування різними платформами / джерелами інформації після початку війни, респонденти дуже часто вказували на перехід у Telegram. Учасники дослідження пояснюють це необхідністю швидко отримати актуальні оперативні новини, зручним способом споживання інформації (наприклад, через телефон), перебуванням поза домом (наприклад, у сховищах), а також лаконічним форматом подання новин у ситуації, що швидко змінюється. Деякі респонденти вказували на емоційне виснаження через дуже травматичні події, тому більш прийнятним є сухий і короткий формат подання новин.

Повністю перейшла в Telegram. Цікавлять новини з фронту, все інше мене не цікавить.

*Жінка, 54 роки, м. Кам'янське
(Дніпропетровська область)*

Зараз повністю дивлюся новини в Telegram-каналах. До цього не користувався Telegram як джерелом новин. Telegram витіснив у мене Facebook.

*Чоловік, 33 роки, м. Вишгород
(Київська область)*

З перших днів війни, коли в Києві часто падали ракети і було чути постріли, доводилося спускатися в підвал, ми перестали дивитися телевизор, новини почали шукати в телефоні. Підписалися на декілька груп у Viber, Telegram і постійно там моніторили, а новини там з'явилися швидко. Зараз вже втомились від цих всіх новин, намагаєшся менше того всього читати, слухати, але на автоматі, а ще щоб бути в курсі останніх подій, то все-таки очима пробігаєш по тексту у вищезазначених групах. Подобається формат подачі, тому що там в декількох реченнях висвітлена новина, а до неї є ще відео або фото.

Жінка, 30 років, м. Київ

ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

На даний час я використовую 90% інформації тільки про воєнні події та їх наслідки в Україні. Відмовився від розважальних програм, які на даний час є не актуальними. Частіше використовую найбільші Telegram-канали, які дуже оперативно подають актуальну інформацію про воєнні дії.

Чоловік, 36 років, м. Миколаїв

Більше користуюся Telegram. Зареєструвалася в Instagram. Рідко заходжу у Facebook, бо інформації там не довіряю, а коли виставляють шашлики або приколи, мене це дратує.

Жінка, 54 роки, м. Запоріжжя

З початком війни я стала користуватися Telegram – підписалася на багато каналів, але згодом я відписалася від більшості з них – лишила декілька, щоб не перевантажувати свій інформаційний простір. Telegram дуже зручний для пошуку різних груп, до того ж він просто і швидко завантажується, на відміну від Viber. До того ж формат новин досить стислий. Але при цьому є й посилання на новинний сайт – якщо є бажання детальніше ознайомитися з новиною, плюс легко ділитися тим, що вразило, з друзями. Наразі я стала менше користуватися Facebook – важко і страшно бачити втрати друзів – загиблих на фронті. Плюс дратують фото тих, хто виїхав за кордон – я рада за них з одного боку, але мені важко сприймати їх позитивний настрій, ми зараз в різних реаліях...

Жінка, 52 роки, м. Одеса

ДЖЕРЕЛА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

У таблиці дані наведені у розрізі окремих соціально-демографічних категорій. Найбільш диференціюючим фактором споживання інформації є вік (який, зокрема, опосередковує освіту, оскільки молодші респонденти є й більш освіченими). Так, якщо серед 18–29-річних 87% зараховують соціальні мережі до топ-2 своїх джерел інформації, а «Єдині новини» – 28%, то серед старших за 60 років про соціальні мережі говорять 34%, а 61% – про «Єдині новини». Подібна тенденція стосується новинних сайтів, а також іншого телебачення. При цьому онлайн поки що «програє» лише серед вікової категорії 60+.

Крім цього, значне залучення до онлайну визначає і те, що якщо серед молоді 54% підписані на офіційні сторінки / канали, то далі цей показник з віком знижується до лише 6% серед осіб у віці 60+ років.



КОРИСТУВАННЯ ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ ЗА ОСТАННІ 7 ДНІВ І ПІДПИСКА НА ОФІЦІЙНІ СТОРІНКИ / КАНАЛИ

Зараховують до топ-2 найбільш важливих для себе джерел

	Соціальні мережі	«Єдині новини»	Рідні / знайомі	Новинні інтернет-сайти	Інше ТБ	Радіо	% підписаних на офіційні сторінки / канали (серед усіх)
Макрорегіон:							
Захід	58%	45%	21%	24%	22%	10%	24%
Центр	60%	48%	22%	22%	16%	9%	26%
Південь	60%	43%	31%	25%	19%	4%	31%
Схід	62%	35%	25%	31%	21%	7%	32%
Донбас	50%	33%	39%	21%	24%	6%	16%
Стать:							
Чоловік	60%	42%	26%	28%	18%	8%	24%
Жінка	59%	45%	24%	22%	21%	8%	29%
Вік:							
18–29 років	87%	28%	36%	21%	14%	3%	54%
30–44 роки	69%	31%	29%	34%	12%	6%	37%
45–59 років	60%	47%	22%	26%	18%	8%	21%
60+ років	34%	61%	17%	16%	31%	14%	6%
Тип населеного пункту:							
Село	49%	48%	27%	24%	22%	9%	18%
Смт / місто до 20 тис.	62%	47%	24%	18%	20%	10%	32%
Місто 20–99 тис.	59%	51%	20%	22%	21%	4%	23%
Місто 100 тис. і більше	67%	37%	24%	28%	17%	8%	33%
Освіта:							
Повна середня і нижче	42%	48%	30%	17%	28%	10%	13%
Середня спеціальна	59%	47%	22%	19%	19%	9%	19%
Вища	69%	38%	24%	33%	14%	6%	41%
Лінгво-етнічна категорія:							
Українськомовні українці	56%	46%	24%	24%	20%	9%	27%
Українці-білінгви	63%	48%	21%	26%	23%	5%	26%
Російськомовні українці	70%	35%	28%	28%	15%	6%	31%
Російськомовні біетнори / нацменшини	60%	24%	39%	20%	22%	5%	13%

КОРИСТУВАННЯ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ ЗА ОСТАННІ 7 ДНІВ

Варто звернути увагу на роль Telegram-каналів для молодших респондентів: серед осіб 18–29 років 76% зараховують їх до топ-2 соціальних мереж для себе (крім цього, аналогічний показник серед 30–44-річних становить 52%).

Зараховують до топ-2 найбільш важливих для себе соціальних мереж

	Telegram	Facebook	YouTube	Viber	Instagram	Tik-Tok
Макрорегіон:						
Захід	36%	28%	27%	16%	11%	4%
Центр	36%	26%	22%	23%	6%	5%
Південь	40%	35%	18%	21%	8%	2%
Схід	48%	18%	27%	21%	6%	1%
Донбас	34%	22%	18%	20%	3%	8%
Стать:						
Чоловік	37%	23%	32%	16%	6%	2%
Жінка	40%	28%	16%	24%	8%	5%
Вік:						
18–29 років	76%	18%	25%	15%	22%	7%
30–44 роки	52%	38%	23%	24%	6%	3%
45–59 років	34%	29%	25%	23%	4%	3%
60+ років	9%	15%	22%	18%	3%	3%
Тип населеного пункту:						
Село	27%	25%	24%	19%	4%	5%
Смт / місто до 20 тис.	35%	32%	15%	23%	5%	4%
Місто 20–99 тис.	37%	32%	23%	17%	11%	4%
Місто 100 тис. і більше	50%	23%	26%	21%	9%	3%
Освіта:						
Повна середня і нижче	25%	18%	22%	13%	6%	5%
Середня спеціальна	28%	25%	26%	25%	6%	4%
Вища	55%	30%	23%	21%	9%	3%
Лінгво-етнічна категорія:						
Українськомовні українці	35%	27%	22%	18%	8%	4%
Українці-білінгви	39%	23%	19%	28%	7%	6%
Російськомовні українці	57%	23%	27%	21%	5%	3%
Російськомовні біетнори / нацменшини	29%	25%	33%	39%	5%	5%

Користування соціальними мережами за останні 7 днів

% серед усіх респондентів відповідної категорії

ЗАГАЛЬНИЙ РІВЕНЬ ДОВІРИ ДЖЕРЕЛАМ ІНФОРМАЦІЇ

З-поміж різних джерел інформації найбільше опитаних довіряють телемарафону «Єдині новини», якому довіряють (оцінили на 7–10 балів за шкалою, де 10 балів означає «повністю довіряю») 57% респондентів. При цьому не довіряють телемарафону (оцінка 0–3 бали) – лише 7%.

Іншим джерелам інформації з переліку довіряють не більше третини респондентів, хоча при цьому рівень недовіри у всіх випадках відносно невисокий (6–13% не довіряють).

В умовному рейтингу довіри після «Єдиних новин» ідуть Telegram-канали (35% довіряють і 6% не довіряють, а решта респондентів «середньо» оцінили свою довіру або не змогли визначитися з відповіддю), інше телебачення (33% проти 11%), новинні інтернет-сайти 27% проти 8%) і YouTube-канали (25% проти 10%).

У випадку Viber співвідношення становить 20% довіри до 12% недовіри, у випадку Facebook – 20% проти 12%.

Незалежно від того, чи користуєтеся Ви чи ні певними джерелами інформації, як Ви відчуваєте, наскільки в цілому можна чи ні довіряти інформації в цих джерелах?



ЗАГАЛЬНИЙ РІВЕНЬ ДОВІРИ ДЖЕРЕЛАМ ІНФОРМАЦІЇ

У таблиці дані наведені у розрізі окремих соціально-демографічних категорій. Найбільш помітною є кардинальна різниця довіри до Telegram-каналів у розрізі віку: якщо серед наймолодших респондентів 59% довіряють їм, то серед респондентів 30–59 років рівень довіри становить уже 36–39%, а серед 60+ річних – 16%.

Незалежно від того, чи користуєтеся Ви певними джерелами інформації, як Ви відчуваєте, наскільки в цілому можна чи ні довіряти інформації в цих джерелах?

Зараховують до топ-2 найбільш важливих для себе соціальних мереж	Теле-марафон «Єдині новини»	Telegram-канали	Інше ТБ	Новинні інтернет-сайти	YouTube-канали	Facebook	Viber
Макрорегіон:							
Захід	57%	35%	32%	31%	25%	22%	18%
Центр	58%	34%	34%	27%	25%	21%	21%
Південь	57%	31%	35%	27%	17%	16%	22%
Схід	58%	40%	33%	28%	32%	19%	19%
Донбас	55%	24%	38%	16%	27%	23%	15%
Стать:							
Чоловік	53%	30%	31%	30%	28%	20%	18%
Жінка	61%	38%	35%	26%	23%	21%	21%
Вік:							
18–29 років	54%	59%	35%	37%	36%	27%	18%
30–44 роки	46%	39%	24%	30%	24%	23%	20%
45–59 років	63%	36%	37%	32%	28%	21%	23%
60+ років	66%	16%	40%	16%	20%	14%	17%
Тип населеного пункту:							
Село	59%	28%	37%	24%	23%	16%	14%
Смт / місто до 20 тис.	61%	36%	33%	27%	20%	20%	20%
Місто 20–99 тис.	62%	35%	37%	27%	30%	23%	21%
Місто 100 тис. і більше	54%	39%	30%	31%	28%	23%	24%
Освіта:							
Повна середня і нижче	59%	27%	37%	19%	23%	16%	19%
Середня спеціальна	63%	30%	37%	23%	23%	22%	19%
Вища	52%	43%	29%	36%	29%	22%	20%

«ЛІДЕРИ ДУМОК»: ХТО З ПУБЛІЧНИХ ПЕРСОН ДАЄ ДОСТОВІРНУ ІНФОРМАЦІЮ ВАРТУ ДОВІРИ

Респондентам ставилося у відкритій формі запитання про 5 «лідерів думок» для них. 56% респондентів змогли назвати принаймні одне конкретне прізвище. Найбільше респондентів назвали Володимира Зеленського (29%), далі йдуть Олексій Арестович (14%) і Олег Жданов (12%). Інші топ-«лідери думок»: Валерій Залужний (9%), Сергій Притула (9%), Віталій Кім (4%), Михайло Подоляк (4%), Олексій Резніков (3%), Дмитро Гордон (3%), Юрій Бутусов (3%).

А зараз ми просимо Вас подумати про публічних осіб, які, на Вашу думку, дають переважно або завжди достовірну інформацію, варту довіри. Це можуть бути експерти, журналісти, політики, волонтери, військовослужбовці, блогери тощо.

Назвіть, будь ласка, 5 таких осіб.

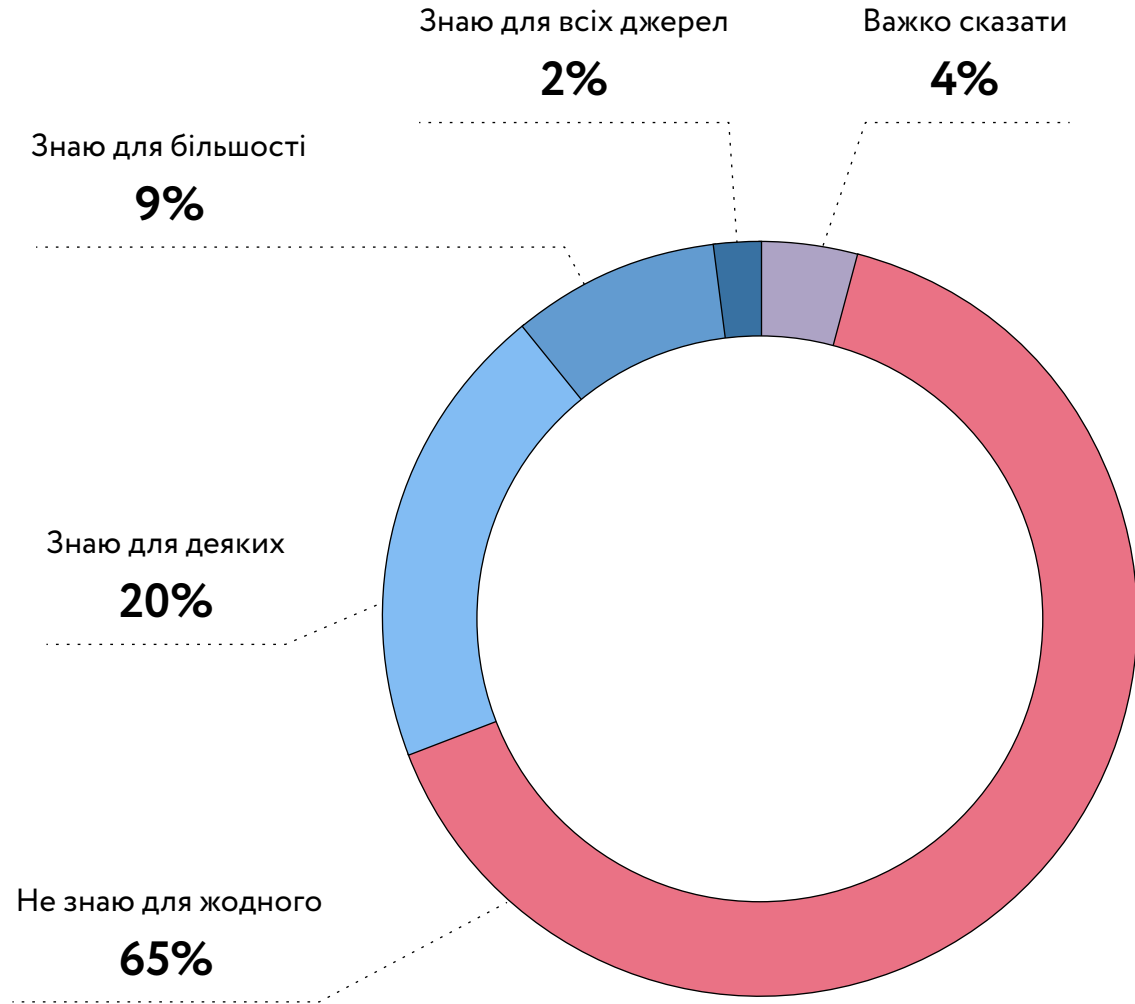


Відкрите запитання, топ-10 відповідей



ОБІЗНАНІСТЬ ПРО ВЛАСНИКІВ (БЕНЕФЕЦІАРІВ) ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Більшість респондентів – 65% – стверджують, що для жодного із «своїх» джерел інформації вони не знають, хто є власником (бенефіціаром). Водночас кожен третій (31%) вважає, що знає власників (бенефіціарів) принаймні для деяких джерел (хоча якраз «деяких» знають 20%, а «більшість» чи «усіх» – 11%).



КОРИСТУВАННЯ РОСІЙСЬКИМИ ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ

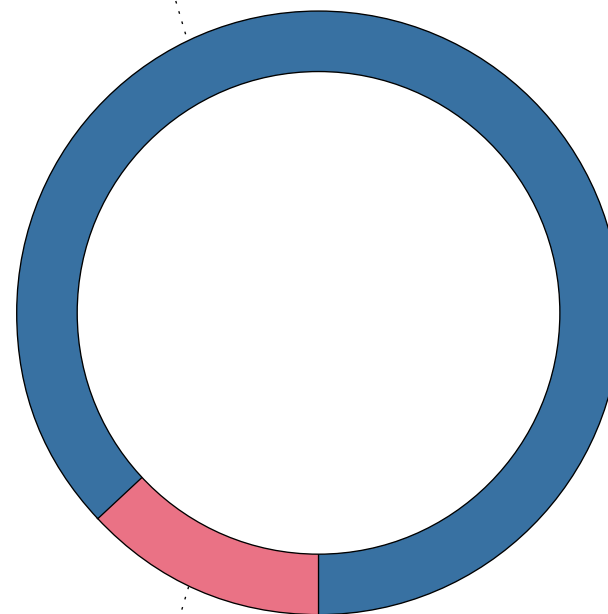
13% респондентів за останні 7 днів отримували інформацію з якого-небудь російського ресурсу. З них 3% дивилися російські телеканали, 11% – користувалися тим чи іншим онлайн-джерелом.



А Ви за останні 7 днів користувалися якими-небудь російськими ресурсами для отримання інформації про актуальні події?

Не користуються російськими джерелами

87%



Користуються російськими джерелами

13%

КОРИСТУВАННЯ РОСІЙСЬКИМИ ДЖЕРЕЛАМИ ІНФОРМАЦІЇ

Користувачі російських ресурсів, хоч і трохи меншою мірою, також дуже критично ставляться до російських і проросійських медіа. Так, серед тих, хто за останні 7 днів отримувач інформацію з російських ресурсів, 77% вважають, що держава і суспільство мають вживати заходів проти

проросійських ЗМІ (і тільки 16% бачать у цьому політичну розправу). Крім цього, 57% стверджують, що їм загалом достатньо і українських ЗМІ для всебічного погляду на ситуацію (хоча 36% вважають, що російські ЗМІ є важливими як «альтернативна точка зору для балансу»).

Пара тверджень №1

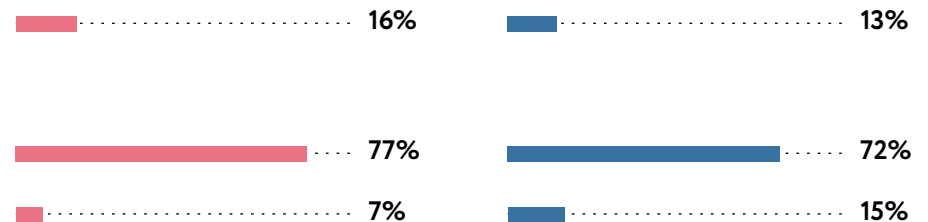
Боротьба з так званими проросійськими ЗМІ в Україні – це насправді спроба розправи над політичними опонентами та критиками влади

В Україні занадто багато проросійських ЗМІ – держава і суспільство за будь-якої підозри зв'язків із росією повинні вживати заходів

Важко сказати

Користувалися російськими ресурсами

Не користувалися російськими ресурсами

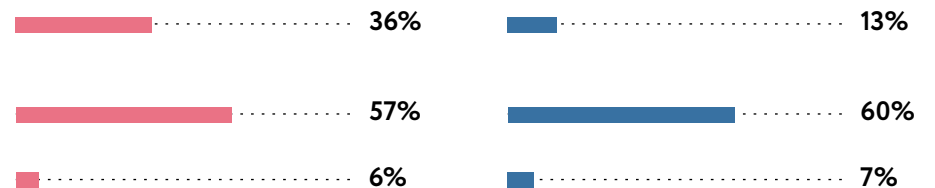


Пара тверджень №2

Російські ЗМІ дають альтернативний погляд на ситуацію, тому для балансу думок його також важливо знати

Для отримання всебічної та повної картини щодо подій мені достатньо інформації, яку надають українські ЗМІ

Важко сказати



**СПРИЙНЯТТЯ
ІНФОРМАЦІЙНОГО
ПРОСТОРУ
ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ
ПОЛІТИКИ
В УКРАЇНІ**

СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Більшість українців (60%) хочуть більшого контролю держави за інформацією в інтернеті (не поділяють таку думку 30%). Схвально ставляться до телемарафону «Єдині новини» як методу формування спільного погляду 65%, а не поділяють таку думку 17%.

Водночас більшість (60%) також хочуть, щоб ЗМІ мали можливість обґрунтовано критикувати дії влади (32% виступають за підтримку лінії влади).

Пари тверджень щодо пріоритетів державного регулювання vs. плюралізм у медіа

Твердження №1

ЗМІ мають підтримувати лінію влади

32%

Діяльність телемарафону «Єдині новини» на цей момент є вдалою ініціативою, яка згуртовує українців і сприяє формуванню спільного погляду на події

65%

Для зміцнення захисту від ворога держава повинна активніше контролювати інформацію в інтернет-джерелах – новинних сайтах, соціальних мережах, Telegram-каналах тощо

60%

Твердження №2

ЗМІ повинні мати можливість обґрунтовано критикувати дії влади

60%

Телемарафон «Єдині новини» обмежує доступ до альтернативних точок зору, чим «заохочує» багатьох українців шукати альтернативну інформацію у сумнівних джерелах

17%

Спроба держави активніше контролювати інформацію в інтернет-джерелах, таких як новинні сайти, соціальні мережі, Telegram-канали тощо, призведе лише до обмеження прав і свобод громадян

30%

Важко сказати

8%

18%

10%

СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Абсолютна більшість респондентів критично ставляться як до проросійських ЗМІ в Україні (73% вважають, що потрібно вживати заходів проти них, і лише 13% вважають це політичною розправою), так і до самих російських ЗМІ (лише 16% вважають, що російські ЗМІ дають альтернативний погляд для балансу, а 77% вважають, що інформації українських ЗМІ достатньо для повної картини).



Пари тверджень щодо російських і проросійських ЗМІ

Твердження №1

Боротьба з так званими проросійськими ЗМІ в Україні – це насправді спроба розправи над політичними опонентами та критиками влади

..... 13%

Російські ЗМІ дають альтернативний погляд на ситуацію, тому для балансу думок його також важливо знати

..... 16%

Твердження №2

В Україні занадто багато проросійських ЗМІ – держава і суспільство за будь-якої підозри зв'язків з росією повинні вживати заходів

..... 73%

Для отримання всебічної та повної картини щодо подій мені достатньо інформації, яку надають українські ЗМІ

..... 77%

Важко сказати

..... 14%

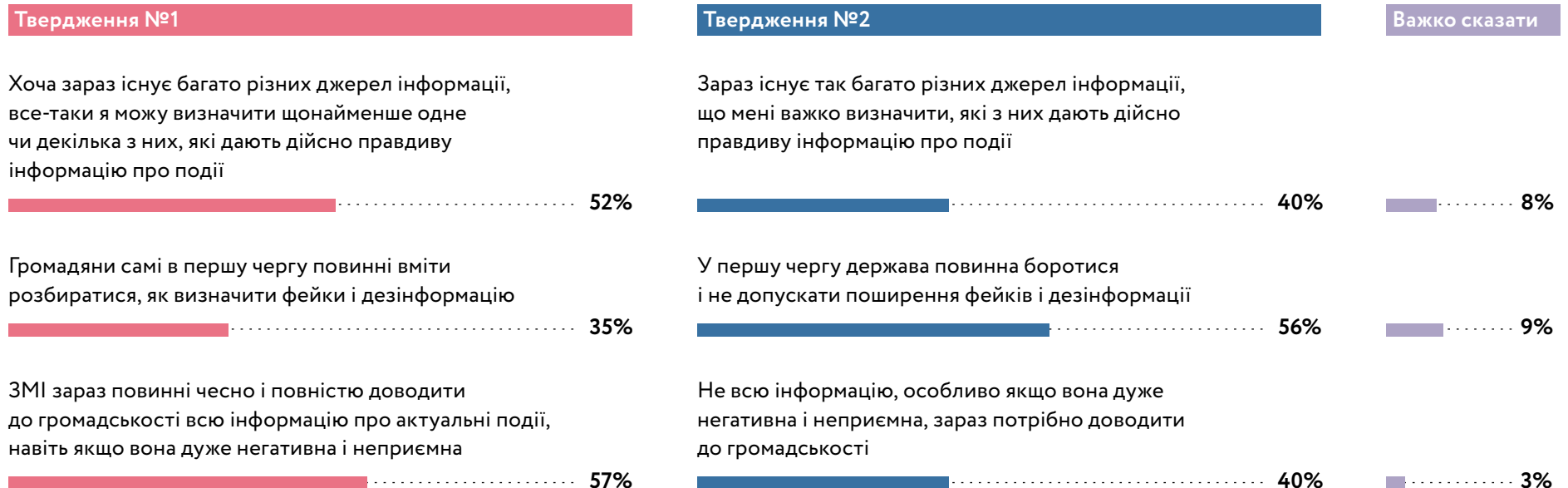
..... 7%

СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Багато українців досить скептично оцінюють своє орієнтування в інформаційному полі. Так, 40% стверджують, що через велику кількість джерел їм важко визначити, де саме правда (при цьому 52% упевнені, що можуть визначити одне чи декілька правдивих джерел). **Більш ніж половина (56%) покладають на державу відповідальність за боротьбу з фейками та дезінформацією** (на самих громадян – 35%).

Також значною мірою думки респондентів розділилися щодо обмеження доступу до певної інформації: 57% вважають, що ЗМІ мають чесно і повністю доносити до громадськості інформацію, а 40% переконані, що не всю інформацію потрібно робити публічною.

Пари тверджень щодо орієнтування в інформаційному потоці та обмеження доступу до певної інформації



**РЕЗУЛЬТАТИ
ЩОДЕННИКОВОГО
ДОСЛІДЖЕННЯ**

ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Серед усіх звернень до Telegram-каналів за тиждень **58% одиниць контенту були спожиті українською мовою, 39% – російською** і 3% – іншою мовою.

19% звернень до одиниць контенту припадають на чітко виражені локальні Telegram-канали.

Серед усіх звернень до одиниць контенту в Telegram (тільки для ідентифікованих каналів) **на українські джерела припадає 76%, міжнародні – 16%, російські / проросійські джерела – 6% звернень**, не вдалося з'ясувати походження джерела в 1% випадків медіаспоживання.

Почала використовувати Telegram-канал, якими раніше не користувалася! Відразу уся інформація є! Звернення президента кожного дня слухаю і дивлюся! Так спить спокійніше.

Жінка, 45 років, м. Харків

Telegram, дуже багато груп, де публікують швидко і оперативно.

*Жінка, 35 років, м. Очаків
(Миколаївська область)*

Зараз я частіше почала використовувати Telegram-канали з новинами, аніж слухати радіо чи дивитись телебачення

*Жінка, 20 років, м. Первомайськ
(Миколаївська область)*

ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Зацікавленість у новинах збільшилась і джерела їх отримання теж, а саме почала використовувати Telegram-канали, YouTube, тому що дуже переживаю за долю своєї України і за людей, які гинуть.

Жінка, 48 років, село Волинської област

Більше стала шукати новини в своєму регіоні. Частіше стала користуватися Telegram та Viber-каналами, телебачення. Відмовилась від російських соцмереж.

*Жінка, 40 років, невелике місто
Запорізької області*

Відмовилася від сайтів країн-агресора та почала просто читати новини, раніше я їх не читала взагалі. Підписалася на Telegram-канали міст, в яких я живу або жила, та кожен день за цим слідкую.

Жінка, 33 роки, село Херсонської області

Відмовився від всіх гумористичних джерел, всі інформаційні канали, якими користуюсь зараз, використовував і до війни, окрім «Лачен пише», про нього десь на другий день дізнався.

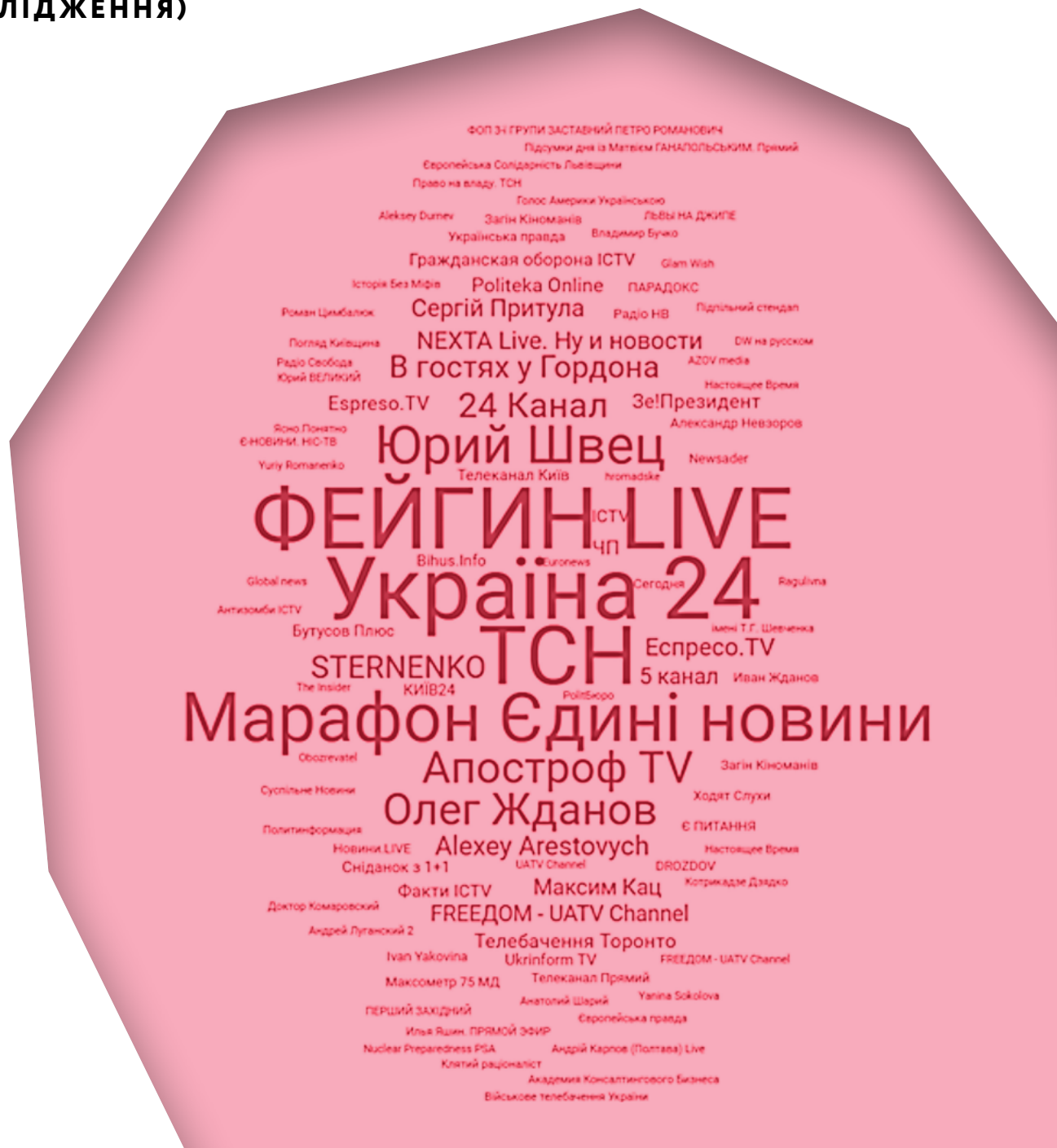
Чоловік, 26 років, м. Київ

Перейшла на Telegram-канали. Багато інформації. Стисло і зрозуміло.

Жінка, 48 років, м. Київ

ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Серед тих, хто використовував YouTube для отримання новин, загалом зафіксовано 352 звернення до цієї мережі протягом тижня. У 9% не вдалося ідентифікувати конкретний канал, а решта звернень розподілилися по 95 каналах. На топ-5 каналів припадає лише 4–7% від загальної кількості звернень до YouTube каналів:



ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Серед усіх звернень до YouTube-каналів за тиждень 56% одиниць контенту були спожиті українською мовою, 41% – російською і 3% – іншою мовою.

2% звернень до одиниць контенту припадають на чітко виражені локальні YouTube-канали.

Серед усіх звернень до одиниць контенту в YouTube (тільки для ідентифікованих каналів) на українські джерела припадає 71% міжнародні – 13%, російські / проросійські джерела – 12% звернень, незрозуміле походження джерела – 5% випадків медіаспоживання.

Найбільше користувалась YouTube і марафоном новин.

Жінка, 47 років, м. Івано-Франківськ

Почав менше використовувати короткі Telegram-новини та більше використовую YouTube для перегляду довгих та важливих новин. Деяким джерелам перестав довіряти зовсім через надмірно велику кількість фейків та непідтвердженої інформації.

Чоловік, 22 роки, м. Івано-Франківськ

Як і більшість людей, на початку війни була підписна на велику кількість Telegram-каналів. З часом виділила декілька для регулярного перегляду новин. Відкрила для себе багато військових експертів, та і деякі політики себе заявили з кращої сторони. Регулярно дивлюсь їх в YouTube

*Жінка, 28 років, м. Вишгород
(Київська область)*

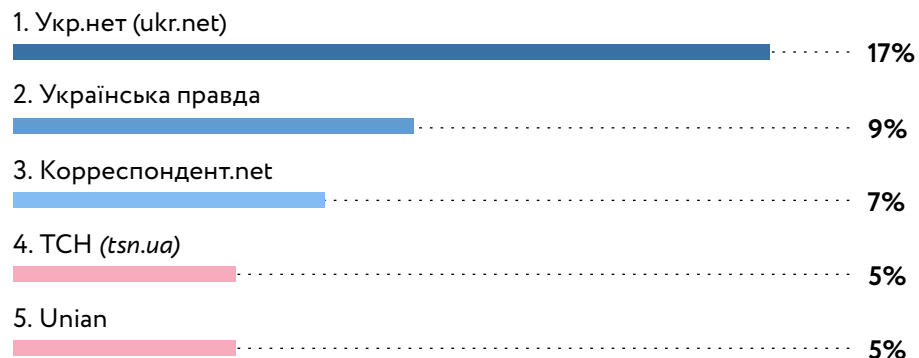
ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Серед тих, хто використовував новинні сайти або агрегатори новин, загалом зафіксовано 348 звернень по новини протягом тижня, з яких 70% припадає на інтернет-сайти, 31% – на агрегатори, тобто служби та сервіси новин (Google/Гугл, Укр.нет (ukr.net), UNIAN (unian.net), Яндекс).

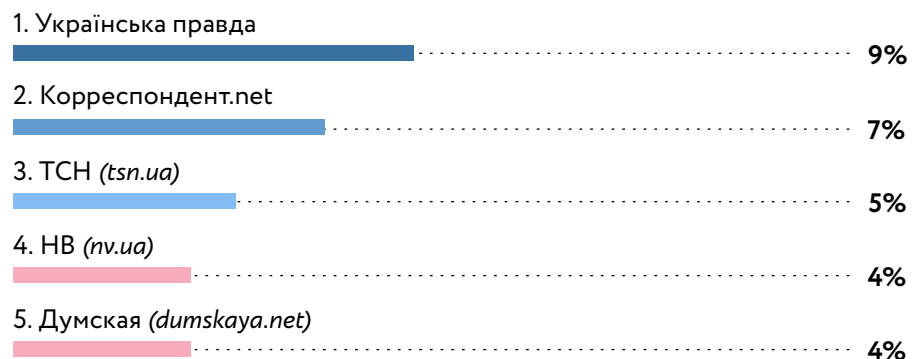
У 5% випадків не вдалося чітко ідентифікувати конкретне джерело, а решта звернень розподілилися по 72 сайтах.

На топ-5 сайтів і агрегаторів новин припадає 42% від загальної кількості звернень до таких джерел, а якщо враховувати тільки сайти новин – 29%. Таким чином, порівняно з соціальними мережами, це медійне поле виглядає дещо краще структурованим.

Сайти і агрегатори новин



Тільки сайти новин

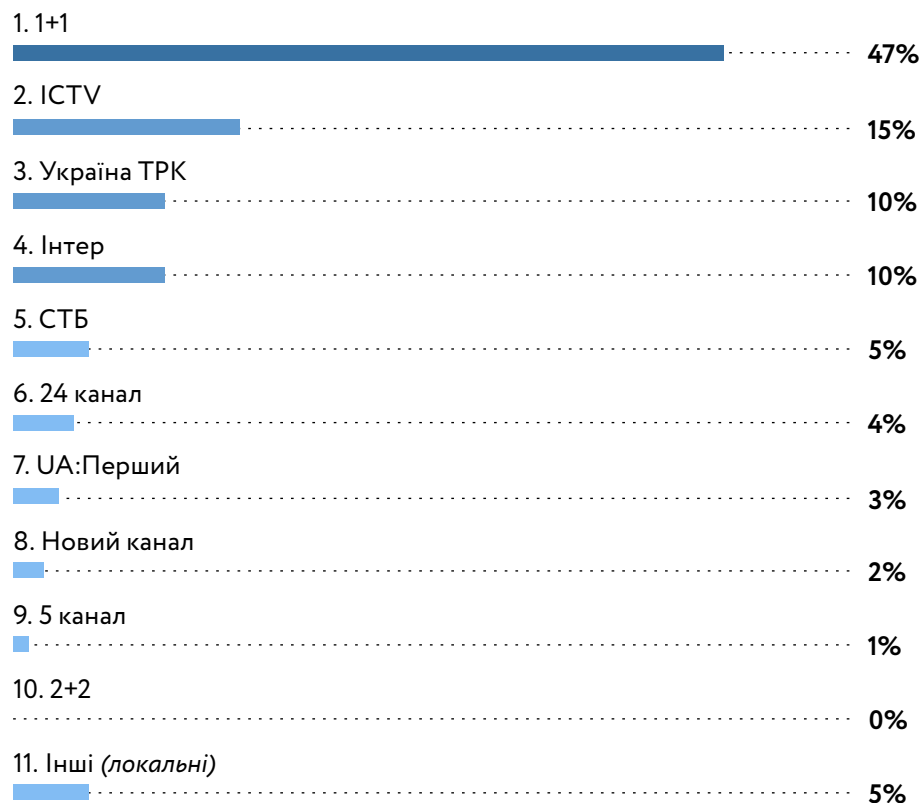


ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Ці дані показують, що відносно популярнішими за інші були новини на телеканалі «1+1». Також дещо частіше респондент споживали новини на каналах «ICTV», «Україна» та «Інтер». На ці чотири канали припадає 81% від усіх переглядів новин учасників дослідження.

Таке лідерство є досить умовним, оскільки може залежати від медійних уподобань однієї людини, збільшених регулярністю звернень до джерела протягом тижня.

Частка звернень до телевізійних каналів протягом тижня серед тих, хто дивився новини по телебаченню.



ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Єдиний марафон часто сприймається як окремий самостійний телеканал, що має своїх прихильників та противників. Схоже, що інші канали починають втрачати прив'язку до брендovаних новин, за винятком, можливо, лише «1+1», новинні продукти якого («ТСН», «Сніданок з 1+1», вечірній випуск новин «ТСН») зберігають свою ідентичність.

Серед усіх звернень до телевізійних каналів за тиждень 99,8% одиниць контенту були спожиті українською мовою, 0,2% – російською мовою.

3% переглядів теленовин припадають на чітко виражені локальні телевізійні канали.

Серед усіх звернень до одиниць контенту на телебаченні на українські джерела припадає 99,2%, на інші – 0,8%.

Дуже багато змін відбулося. Після 2014 року було досить важко вірити новинам, тому що багато було брехні. Зараз з задоволенням дивлюся новини, і кожен день звернення президента.

*Жінка, 28 років, невелике місто
Полтавської області*

Після створення телемарафону почали його дивитись, тому пошук новин навпаки став легший.

Чоловік, 29 років, село Київської області

Частіше почав дивитися телевізор, зокрема телемарафон. Раніше я їх не дивився. Відмовився від деяких рашистських блогерів та Telegram каналів.

Чоловік, 30 років, м. Одеса

Перші 2 місяці дивилась марафон новин, зараз не дивлюсь.

*Жінка, 28 років, м. Вишгород
(Київська область)*

ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Відмовився від телевізора, бо дуже багато надихаючих новин, не підкріплених ніякою реальною ситуацією, а більше приділив уваги Telegram-каналам та інтернет ресурсам.

*Чоловік, 29 років,
село Івано-Франківської області*

Майже повністю перейшов в Telegram. І перестав, фактично, дивитися ТВ. Не подобається ідея Єдині новини.

Чоловік, 35 років, м. Рівне

Чаще стали использовать телевидение, так как в любое время можно посмотреть новости о том, что происходит у нас в стране.

Жінка, 49 років, м. Чернігів

Стало менше вільного часу. Намагаюся концентруватися на 1–3 джерелах новин, бо більше досягнути нема часу і сил. Більше свій час інвестую у роботу і відпочинок, а не «залипання» у ЗМІ. Практично відмовився від перегляду телебачення.

Чоловік, 46 років, м. Харків

Від початку війни стала в рази менше дивитись новини по телевізору. Там багато незрозумілого оптимізму і брехні стало.

Жінка, 19 років, м. Рівне

Перестала дивитися розважальні передачі. Телевізор практично не дивлюсь, тільки зрідка новини, так як немає достойних програм і художніх фільмів. Фільми тільки американські, які не відповідають моему смаку і моему менталітету по телевізору.

Жінка, 52 роки, м. Вінниця

Отказался смотреть телевидение с национальными каналами Украины, так как много пропаганды и неточностей. Чаще смотрю YouTube и читаю Telegram-каналы, так как там предоставляют свободный контент, который можно выбрать на свой вкус.

Чоловік, 45 років, м. Харків

Майже повністю не дивлюсь телевізор. Бо багато контенту є саме в інтернеті.

Чоловік, 34 роки, м. Київ

ДЕТАЛІЗАЦІЯ ПРАКТИК І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАСПОЖИВАННЯ (РЕЗУЛЬТАТИ ЩОДЕННИКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Основною метою користування всіма типами джерел інформації є отримання новин про ситуацію в країні (72–82% зазначали цю мету для топ-джерел). На умовно другому місці – міжнародні новини (загалом 47%), на третьому – новини свого міста / села (загалом 35%). Лише загалом у 15,5% випадках метою було розважитися / відволіктися. Споживачі новин на сайтах і по телебаченню частіше за інших називали причиною звернення бажання дізнатися міжнародні новини. Ті, хто звертався до Facebook і Telegram, дещо частіше за інших робили це для отримання місцевих нових, чого не можна сказати про звернення до YouTube. Серед інших медіа (переважно радіо) дещо частіше метою звернення було бажання розважитись або відволіктись.

82–90% користувачів окремих джерел характеризують їх як «інформаційні». Не більше 5% називають інші характеристики, як-от «розважальний» тощо.

Слухаю, читаю, дивлюся майже 100-відсотково лише новини. Немає бажання щодо іншого. Знайшла кілька, кому можу більш-менш довіряти, тому інших джерел майже не шукаю.

Жінка, 45 років, село Вінницької області

Стала много новостей смотреть, чтоб знать, что происходит в стране. Раньше новости не смотрела совсем. Потому что в стране война.

Жінка, 33 роки, м. Дніпро

Відбулася переоцінка всього. Я не слухаю зараз музику, не дивлюся зараз кіно. Зараз я з нетерпінням чекаю, що в новинах повідомлять про перемогу України.

Чоловік, 37 років, невелике місто Дніпропетровської області

Стал больше читать и смотреть новостей, чем раньше. Прислушиваюсь к мнению людей власти. Оцениваю, что актуально слушать, а что нет.

Чоловік, 30 років, м. Одеса

Майже кожен ранок розпочинається з перегляду новин, так як багато моїх рідних і друзів живуть у різних областях, тому для мене важливо знати про обстановку в моїй країні. Не подобаються джерела на російській мові.

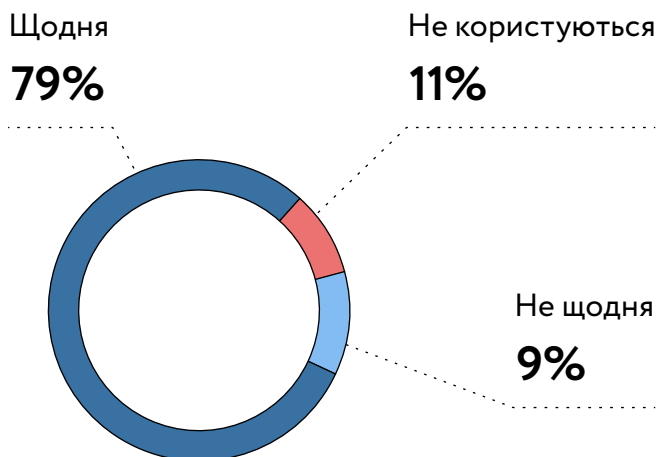
Жінка, 30 років, м. Київ

**ЦИФРОВІ
ТЕХНОЛОГІЇ
В ЖИТТІ
НАСЕЛЕННЯ**

ЯК ЧАСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?

88% респондентів користуються інтернетом, в т. ч. **79% роблять це щодня або практично щодня.**

У графіку / таблиці дані наведені у розрізі окремих соціально-демографічних категорій. Більшість опитаних у всіх категоріях користуються інтернетом, хоча є помітна диференціація за віком. **Якщо серед молоді (до 30 років) 100% є щоденними користувачами інтернету, то далі показник знижується до 53% серед респондентів у віці 60+ років.**

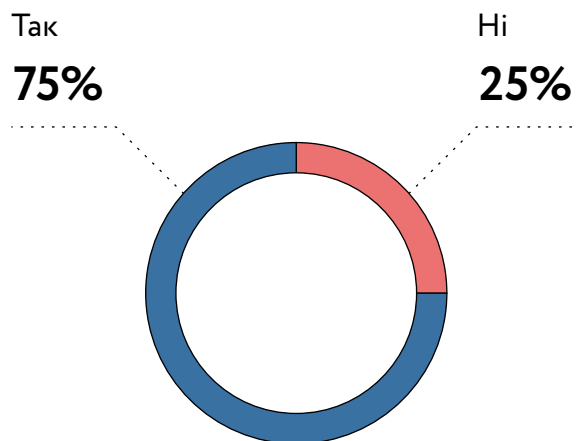


	Щодня	Не щодня	Ніколи	Важко сказати
Макрорегіон:				
Захід	79%	10%	11%	0%
Центр	79%	9%	11%	1%
Південь	79%	7%	14%	0%
Схід	82%	9%	9%	0%
Донбас	74%	7%	19%	0%
Стать:				
Чоловік	80%	11%	9%	0%
Жінка	78%	8%	14%	0%
Вік:				
18–29 років	100%	0%	0%	0%
30–44 роки	93%	4%	4%	0%
45–59 років	81%	11%	8%	0%
60+ років	53%	18%	29%	0%
Тип населеного пункту:				
Село	72%	12%	17%	0%
Смт / місто до 20 тис.	81%	8%	10%	1%
Місто 20–99 тис.	81%	8%	10%	0%
Місто 100 тис. і більше	84%	8%	8%	0%
Освіта:				
Повна середня і нижче	62%	12%	26%	0%
Середня спеціальна	76%	14%	10%	0%
Вища	91%	4%	5%	0%

ЧИ Є У ВАС ОСОБИСТО СМАРТФОН (А НЕ ЗВИЧАЙНИЙ МОБІЛЬНИЙ ТЕЛЕФОН)?

3 з 4 респондентів (75%) мають власний телефон-смартфон.

Серед молодших респондентів більше власників смартфонів – показник знижується з 96% серед осіб віком до 30 років до 49% серед осіб віком 60+ років.



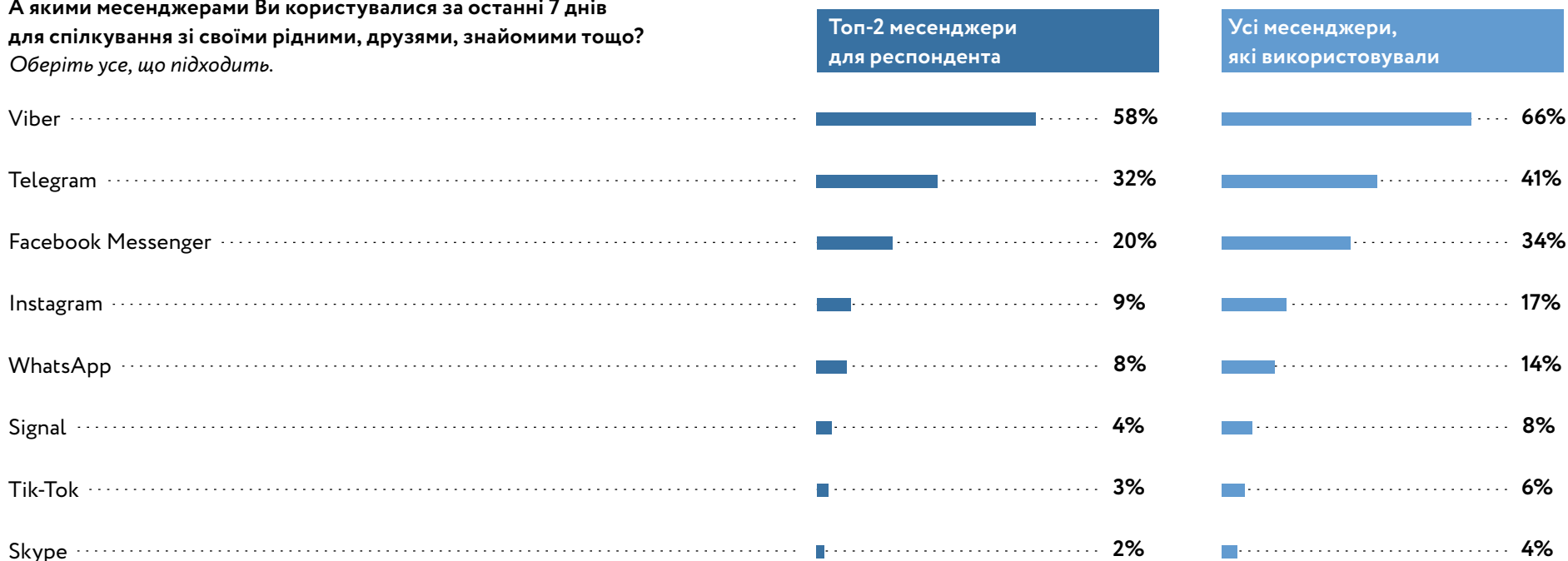
	Так	Ні	Відмова
Макрорегіон:			
Захід	69%	30%	1%
Центр	73%	27%	0%
Південь	77%	23%	0%
Схід	86%	14%	0%
Донбас	66%	34%	0%
Стать:			
Чоловік	77%	23%	1%
Жінка	73%	27%	0%
Вік:			
18–29 років	96%	4%	0%
30–44 роки	89%	10%	0%
45–59 років	74%	25%	1%
60+ років	49%	51%	0%
Тип населеного пункту:			
Село	64%	35%	1%
Смт / місто до 20 тис.	75%	25%	0%
Місто 20–99 тис.	70%	30%	1%
Місто 100 тис. і більше	84%	16%	0%
Освіта:			
Повна середня і нижче	53%	46%	1%
Середня спеціальна	71%	29%	0%
Вища	90%	10%	0%

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЖИТТІ НАСЕЛЕННЯ

78% респондентів за останні 7 днів використовували месенджери для спілкування. У середньому ті, хто користуються цими додатками, використовують 2–3 різних месенджери.

Безумовний лідер серед месенджерів України – Viber, який зараховують до топ-2 найважливіших для себе месенджерів 58% серед усіх респондентів, а загалом 66% за останні 7 днів користувалися ним. Далі йдуть Telegram (32% і 41% відповідно) і Facebook Messenger (20% і 34%). Інші месенджери менш популярні серед населення країни.

А якими месенджерами Ви користувалися за останні 7 днів для спілкування зі своїми рідними, друзями, знайомими тощо? Оберіть усе, що підходить.



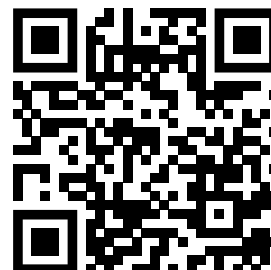
За коментарями
звертатись:

Роберт Лорян

lr@opora.org.ua

+380955711066

Повний звіт телефонного
соціологічного дослідження:



Повний звіт щоденникового
соціологічного дослідження:

