



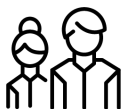
TOP LINES ЗА РЕЗУЛЬТАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ:

СКРИНІНГ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ПРОТЯГОМ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ – 1 ЕТАП

Квітень 2022



Метод збору інформації: самозаповнення анкет у мобільному додатку.



Цільова група дослідження: чоловіки та жінки 18 років та старше, які проживають у містах з населенням 50к+ та менше (частка 50К- до 20% від вибірки загалом)

- ЦА1 – залишилися на постійному місці проживання після початку повномасштабної війни,
- ЦА2 – переїхали в межах України,
- ЦА3 – виїхали за кордон.



Кількість результативних інтерв'ю: 2500 (2110 – 50К+, 390 – 50К-)

- ЦА1 – 1000 (742 – 50К+, 258 – 50К-)
- ЦА2 – 1000 (912 – 50К+, 88 – 50К-),
- ЦА3 – 500 (456 – 50К+, 44 – 50К-).



Період опитування: 23 - 25 квітня 2022 року.

АУДИТОРІЯ 18-65, 50К+



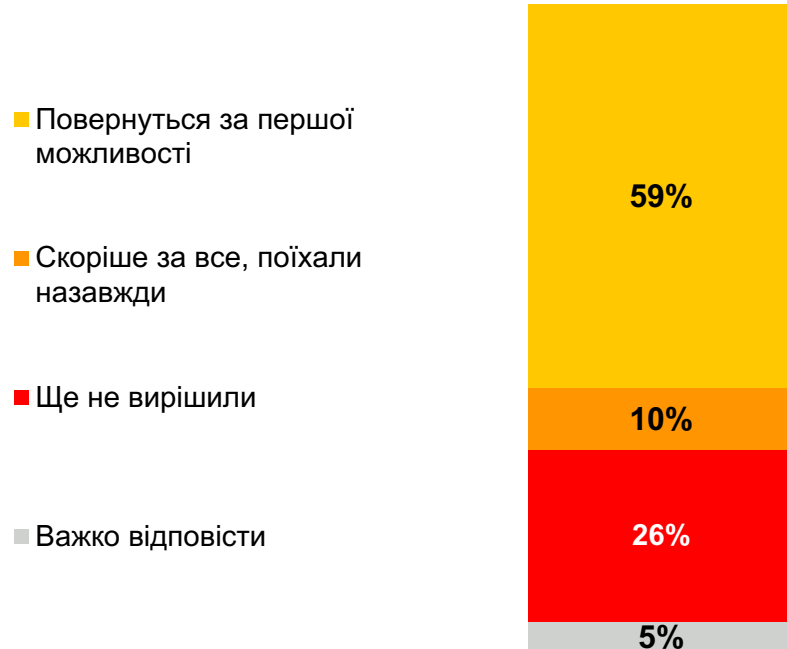
**ВПЛИВ
ПОВНОМАСШТАБНОЇ
ВІЙНИ НА ЖИТТЯ
УКРАЇНЦІВ**



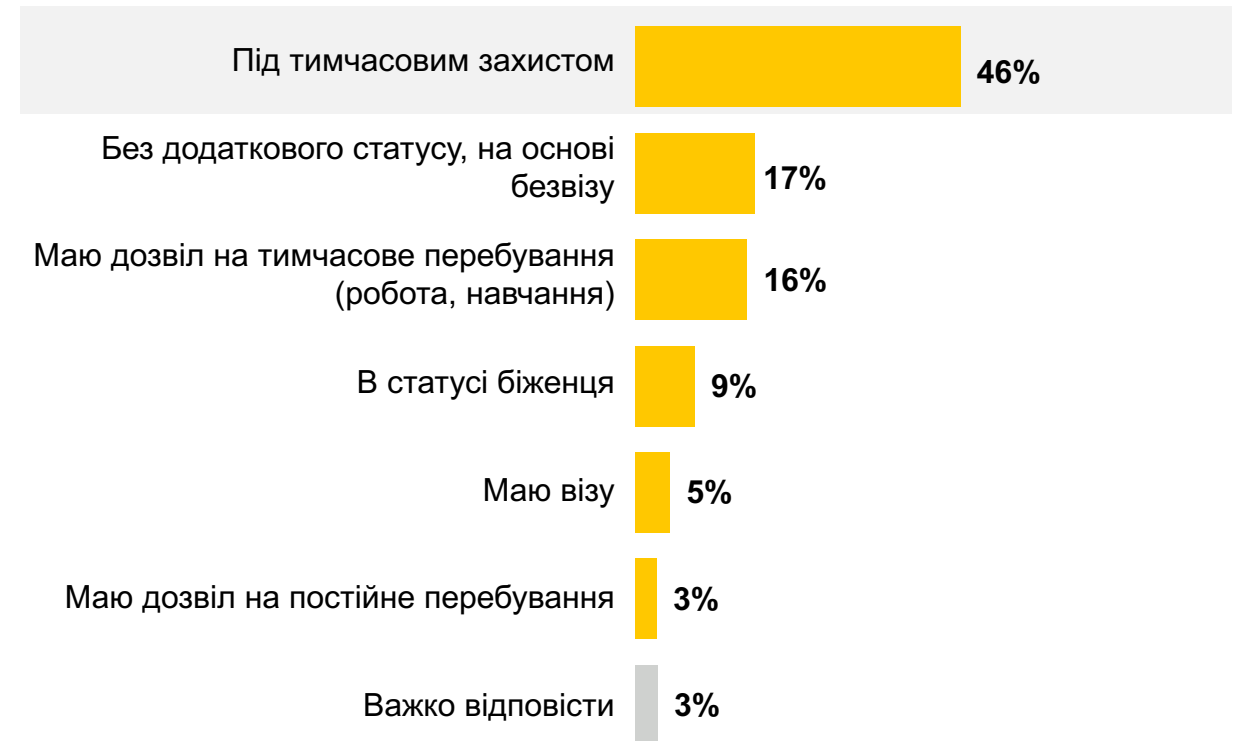
СТАТУС ПЕРЕБУВАННЯ ЗА КОРДОНОМ

Серед тих, хто переїхав за кордон, більше половини (59%) мають намір повернутися до України за першої можливості. При цьому 10% декларують, що поїхали з країни назавжди. Якщо говорити про статус за кордоном, то більшість (46%) перебувають там під тимчасовим захистом.

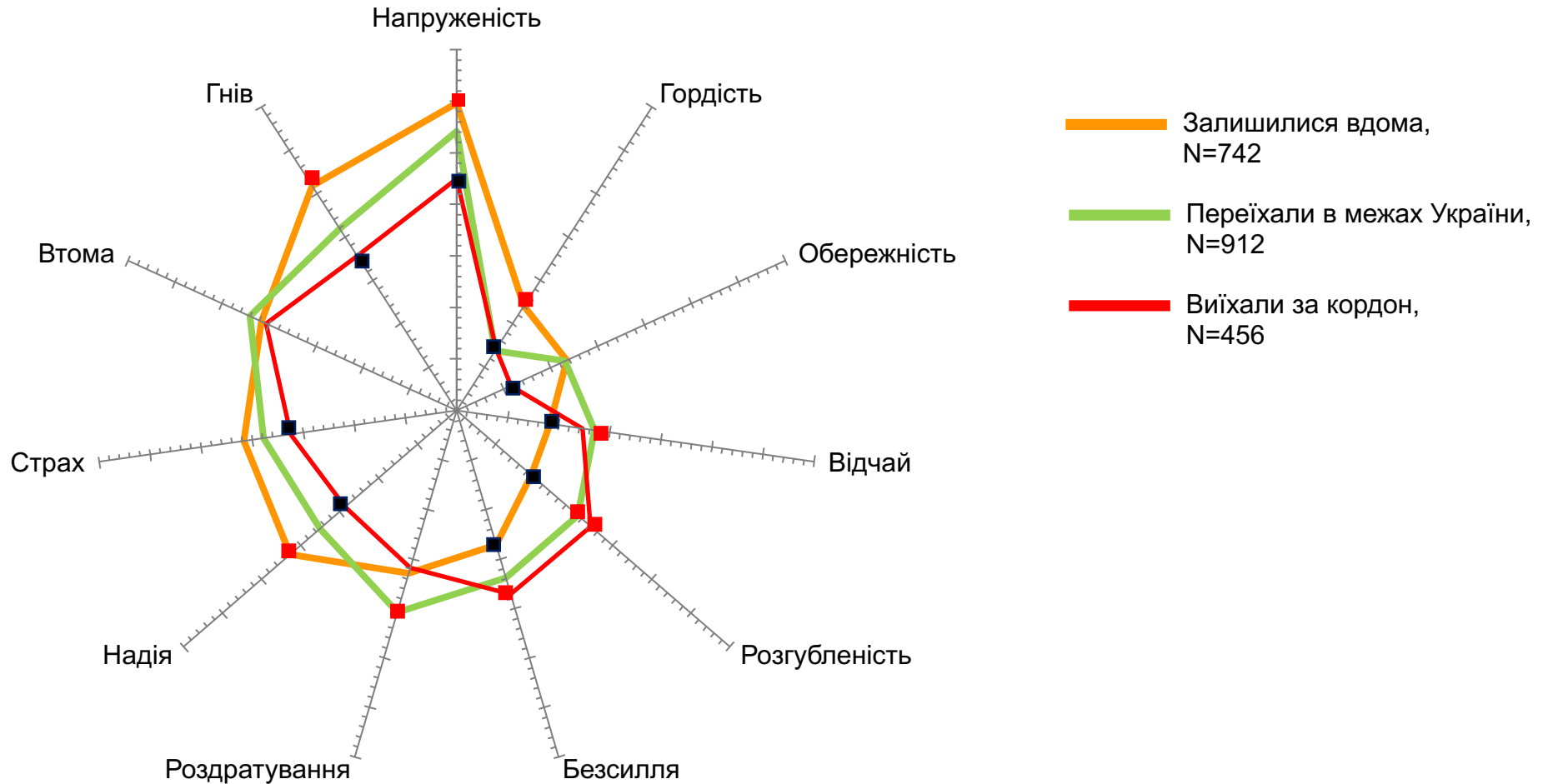
Намір повернення з-за закордону



Статус за кордоном



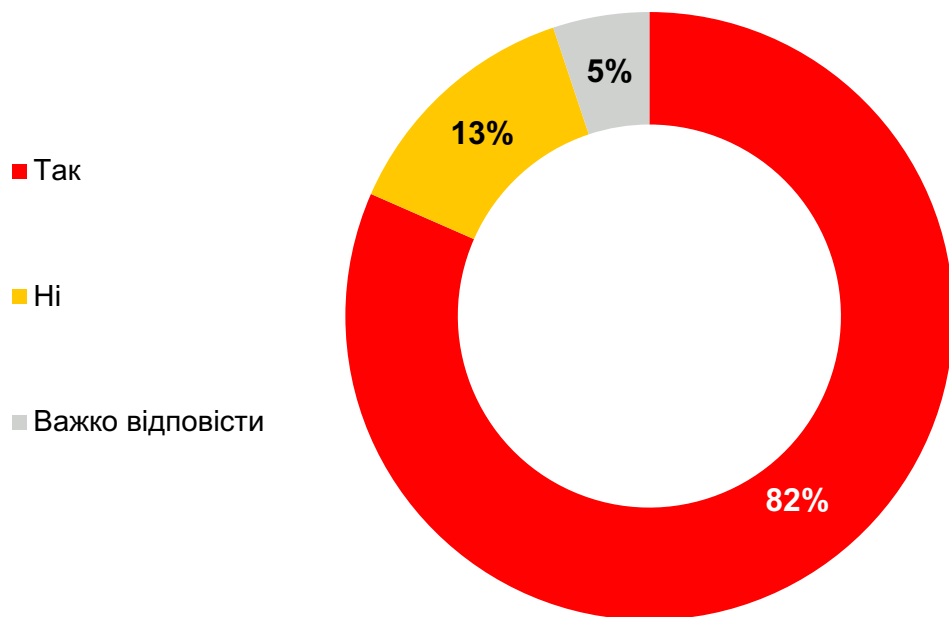
ЕМОЦІЇ, ЯКІ ПЕРЕВАЖАЮТЬ У НАСТРОЇ



ВІДЧУТТЯ СТРЕСУ ТА ЙОГО ПРИЧИНИ

Переважна більшість опитаних (82%) відчували стрес за останні декілька тижнів. Нервування та стрес переважно пов'язані з війною на території України: 77% респондентів зазначили, що причиною є повномасштабна війна, 56% - загроза подальшої ескалації війни, 40% - бойові дії поруч з місцем проживання. Близько третини (36%) нервують через фінансові складнощі.

Відчуття стресу або сильної знервованості:



База: всі респонденти (18-65, 50K+),
N = 2110

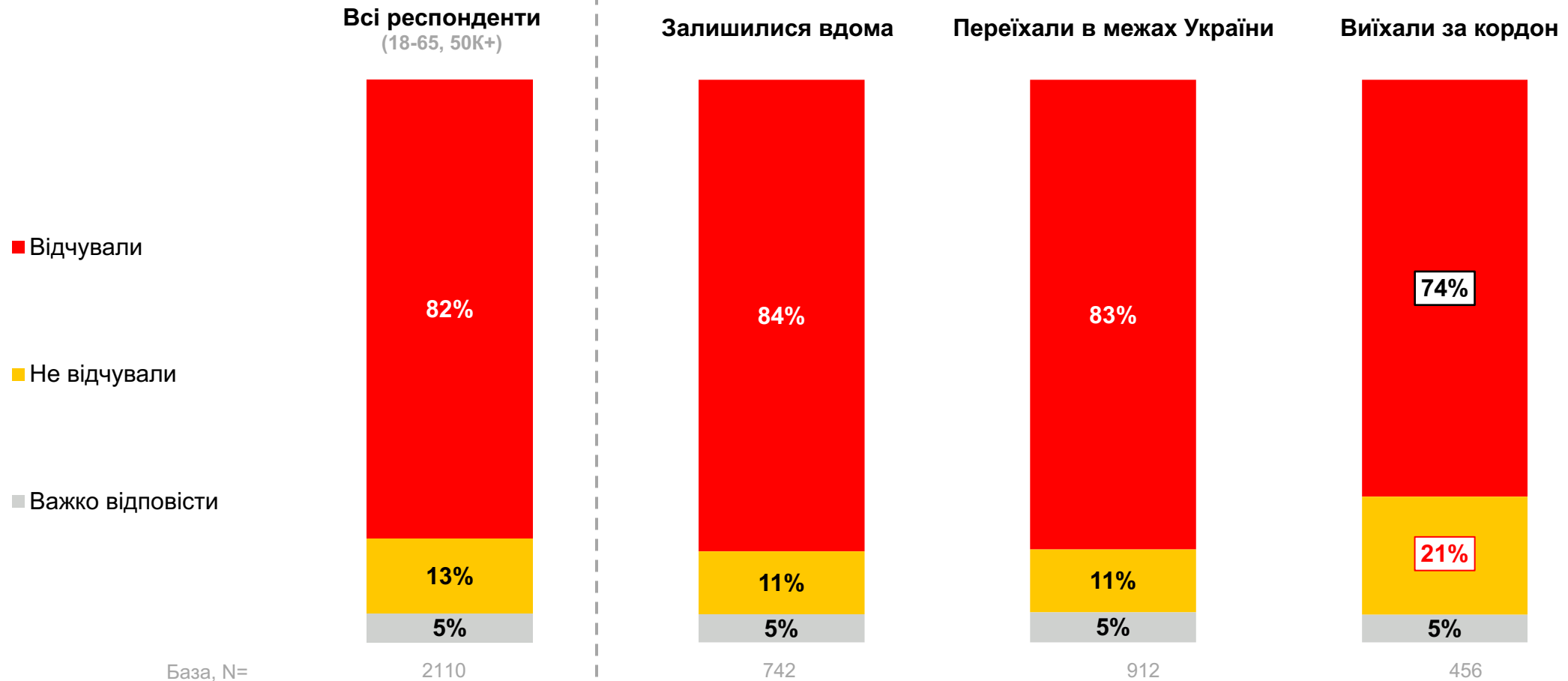
Основні причини стресу



База: респонденти, що відчували в останні тижні стрес або сильну знервованість (18-65, 50K+),
N = 1721

ВІДЧУТТЯ СТРЕСУ

Серед тих, хто виїхав за кордон, дещо менша доля тих, хто відчував стрес за останні декілька тижнів у порівнянні з вибіркою в цілому

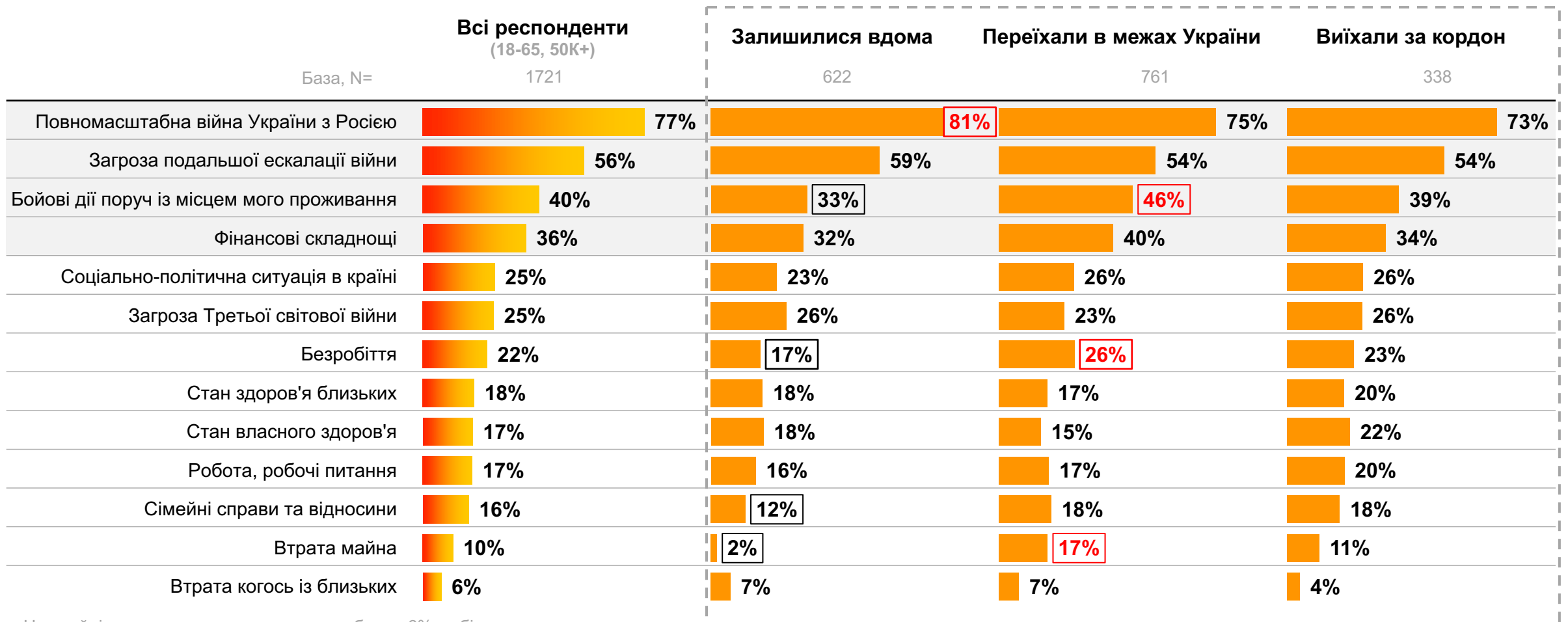


База: всі респонденти (18-65, 50K+), N=2110
Скажіть, будь ласка, чи відчували Ви в останні декілька тижнів стрес або сильну знервованість?

Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником в цілому

ПРИЧИНИ СТРЕСУ

Ті, хто залишилися вдома дещо більше стурбовані повномасштабною війною (81% опитаних цієї групи), порівняно з даними в цілому. Ті, хто переїхали в межах України, частіше називали такі причини стресу як: бойові дії поруч з місцем проживання (47% vs 40% серед усіх респондентів), безробіття (26% vs 22%) та втрата майна (17% vs 10%)

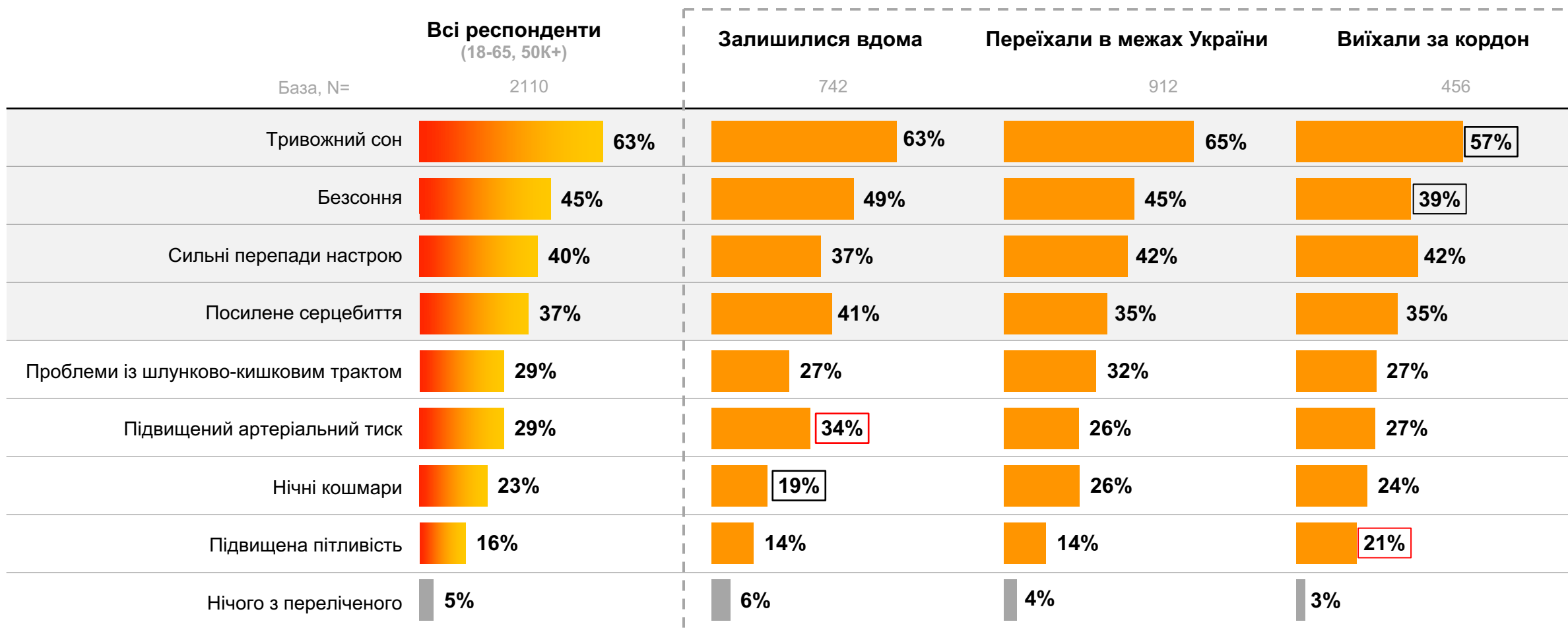


На слайді показано альтернативи, що набрали 6% та більше
 База: респонденти, що відчували в останні тижні стрес або сильну знервованість (18-65, 50K+)
 Що саме ставало причиною Вашого нервування або стресу протягом декількох останніх тижнів?

Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником в цілому

СИМПТОМИ СТРЕСУ

Серед опитаних, найбільш поширеними симптомами стресу є тривожний сон (63%), безсоння (45%), сильні перепади настрою (40%) та посилене серцебиття (37%). Серед тих, хто залишився вдома, більша доля тих, хто фіксує у себе підвищення артеріального тиску (у порівнянні з даними в цілому). Ті, хто переїхав за кордон, децю рідше декларують проблеми зі сном.

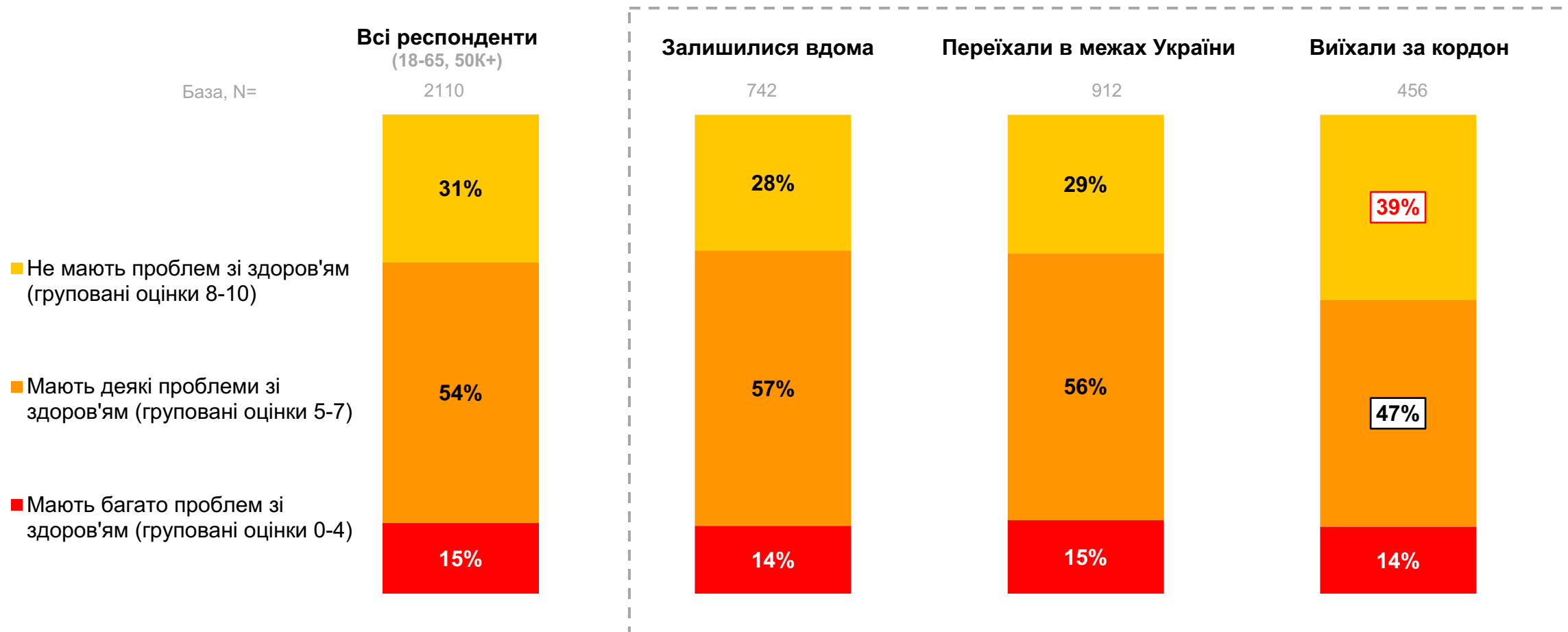


База: всі респонденти (18-65, 50K+), Чи спостерігали Ви в себе якісь із наведених нижче симптомів останнім часом?

Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником в цілому 10

СУБ'ЄКТИВНА ОЦІНКА СТАНУ ЗДОРОВ'Я

В структурі опитаних переважна більшість (54%) мають деякі проблеми зі здоров'ям, близько третини (31%) не мають проблем зі здоров'ям, 15% мають багато проблем. Серед тих, хто виїхав за кордон, доля «здорових» за суб'єктивною оцінкою вища: 39% декларують, що не мають проблем зі здоров'ям.



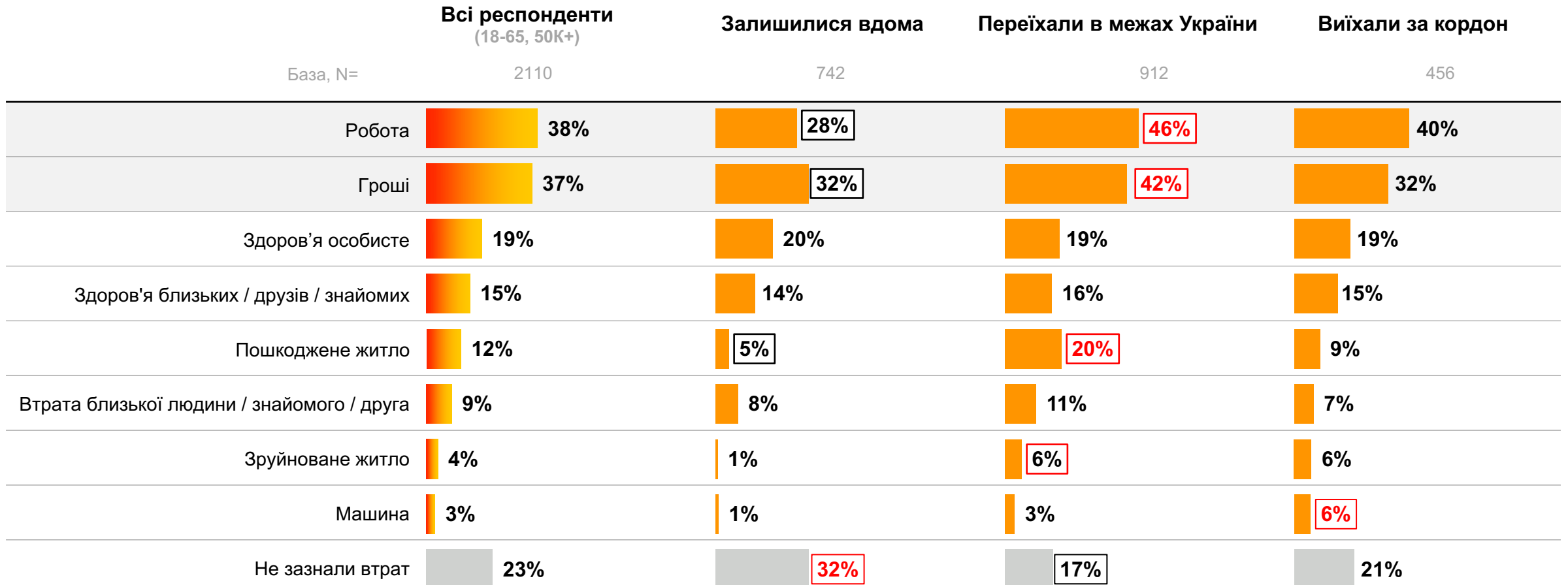
База: всі респонденти (18-65, 50K+),

За шкалою від 0 до 10, як Ви оцінюєте стан Вашого здоров'я? Дайте відповідь за шкалою від 0 до 10, де 0 означає 'з моїм здоров'ям багато проблем', а 10 - 'з моїм здоров'ям немає проблем'

Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, 11 порівнюючи з показником в цілому

ВТРАТИ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Найчастіше опитані вказували про втрату роботи та доходу за час повномасштабної війни (значуще частіше це називали ті, хто переїхали в межах України, а рідше – ті, хто залишилися). Не зазнали втрат 23% респондентів.





**ПРАЦЕВЛАШТОВАНІСТЬ
ПІД ЧАС
ПОВНОМАСШТАБНОЇ
ВІЙНИ В УКРАЇНІ**

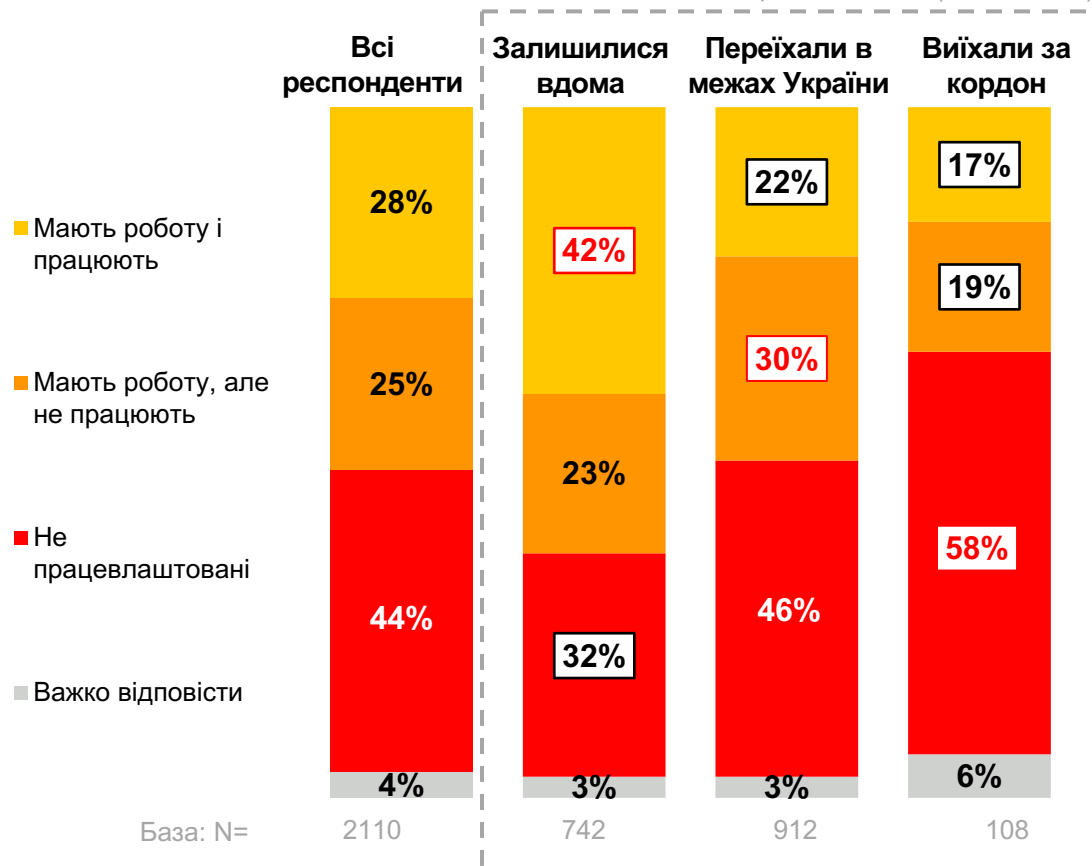


ПРАЦЕВЛАШТОВАНІСТЬ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Більшість опитаних (44%) наразі не працевлаштована. Таких значно більше серед тих, хто виїхали за кордон – 58%, і менше серед тих, хто залишилися вдома – 32%. Основною причиною безробіття (43%) є втрата роботи через початок повномасштабної війни. Ця причина є домінуючою серед внутрішньо переміщених осіб – 57%.

Працевлаштованість:

База: всі респонденти (18-65, 50K+)



Причини безробіття:

База: непрацевлаштовані респонденти (18-65, 50K+)

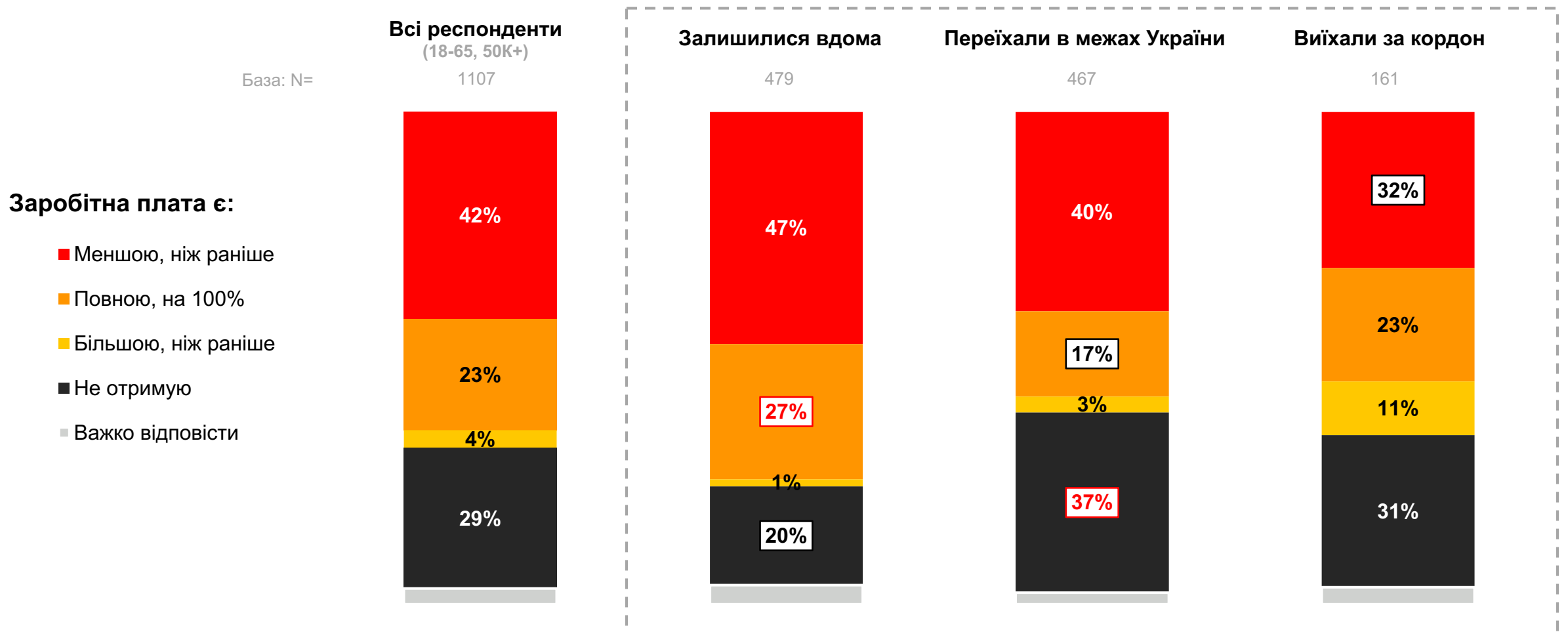


Чи працевлаштовані Ви наразі?
Яка із наведених нижче фраз найбільш точно описує Ваше становище:

Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником загалом.

ЗАРОБІТНА ПЛАТА ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

Переважна більшість (71%) працевлаштованих респондентів наразі отримують меншу заробітну плату, порівнюючи з довоєнним періодом (42%), або не отримують її взагалі (29%). Цей відсоток вище серед внутрішньо переміщених осіб – 77%.



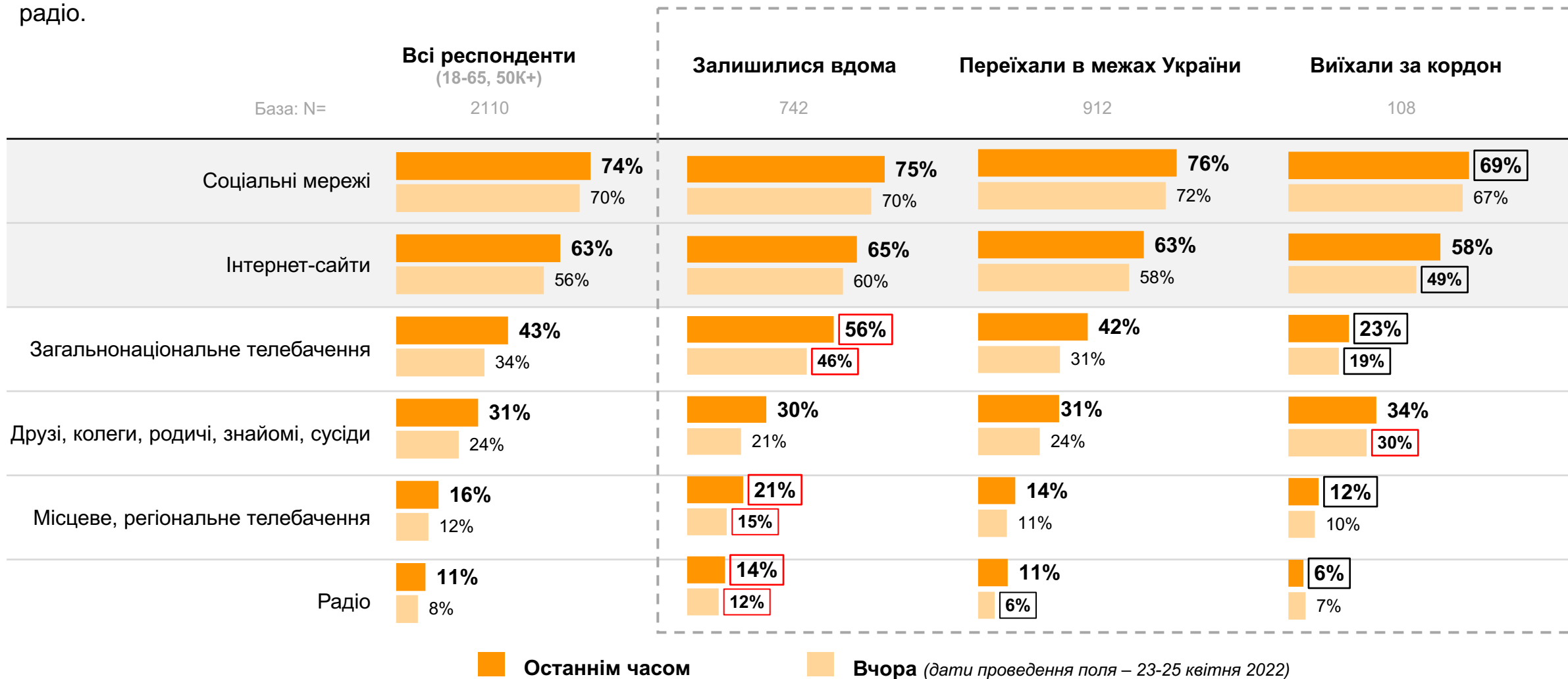


СПОЖИВАННЯ НОВИН



ДЖЕРЕЛА СПОЖИВАННЯ НОВИН ПРО УКРАЇНУ

Найбільш популярними джерелами споживання новин про Україну серед усіх цільових груп є соціальні мережі та інтернет-сайти. Респонденти, що залишилися вдома, частіше шукають новини на загальнонаціональному та регіональному телебаченні, а також на радіо.



З яких джерел Ви споживали (переглядали, слухали) новини про події в Україні останнім часом?
З яких джерел Ви споживали новини про події в Україні вчора?

□ Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником загалом.

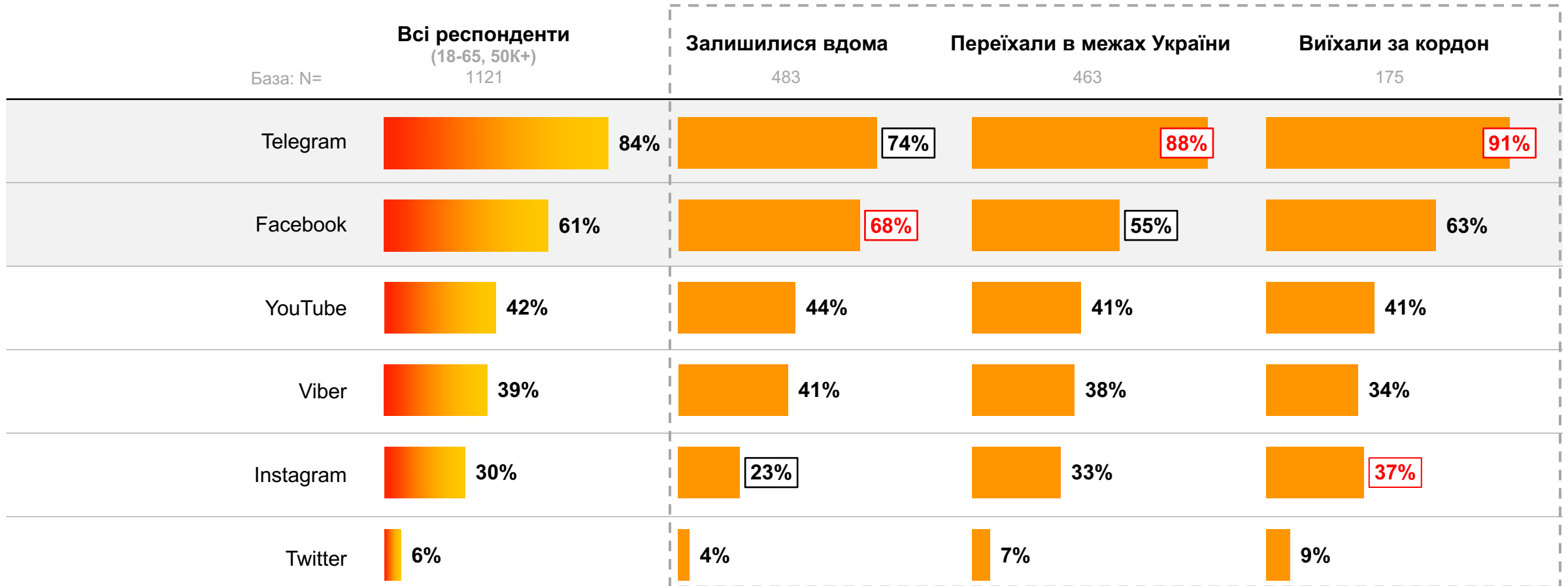
ПЕРЕГЛЯД НОВИН: ТЕЛЕКАНАЛИ

Найбільш популярними телеканалами для перегляду новин є 1+1 та ICTV. Респонденти, що виїхали за кордон, рідше переглядають новини за допомогою національних каналів, таких як 1+1, ICTV, СТБ та 24 канал. Вони частіше переглядають телеканал Уніан, він входить у ТОП-6 серед цієї цільової аудиторії.

База: N=	Всі респонденти (18-65, 50K+)			
	1121	Залишилися вдома (483)	Переїхали в межах України (463)	Виїхали за кордон (175)
1+1	47%	48%	53%	33%
ICTV	33%	35%	34%	21%
Україна 24	27%	28%	25%	28%
Україна	23%	27%	19%	21%
Інтер	19%	23%	16%	15%
СТБ	17%	19%	20%	5%
UA: Перший	15%	15%	17%	10%
24 канал	11%	14%	10%	5%
Еспресо	10%	14%	8%	7%
Прямий	9%	9%	10%	5%
Рада	8%	7%	9%	7%
2+2	8%	7%	9%	7%
5 канал	7%	8%	6%	4%
УНІАН	6%	3%	5%	14%
Київ	4%	4%	4%	3%

СПОЖИВАННЯ НОВИН: СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА МЕСЕДЖЕРИ

Новини респонденти переважно споживають через Telegram та Facebook. Telegram є більш популярним джерелом серед тих, хто переїхали в межах України та виїхали за кордон. Про споживання через Facebook частіше вказують респонденти, що залишилися вдома, через Instagram – ті, що виїхали за кордон.

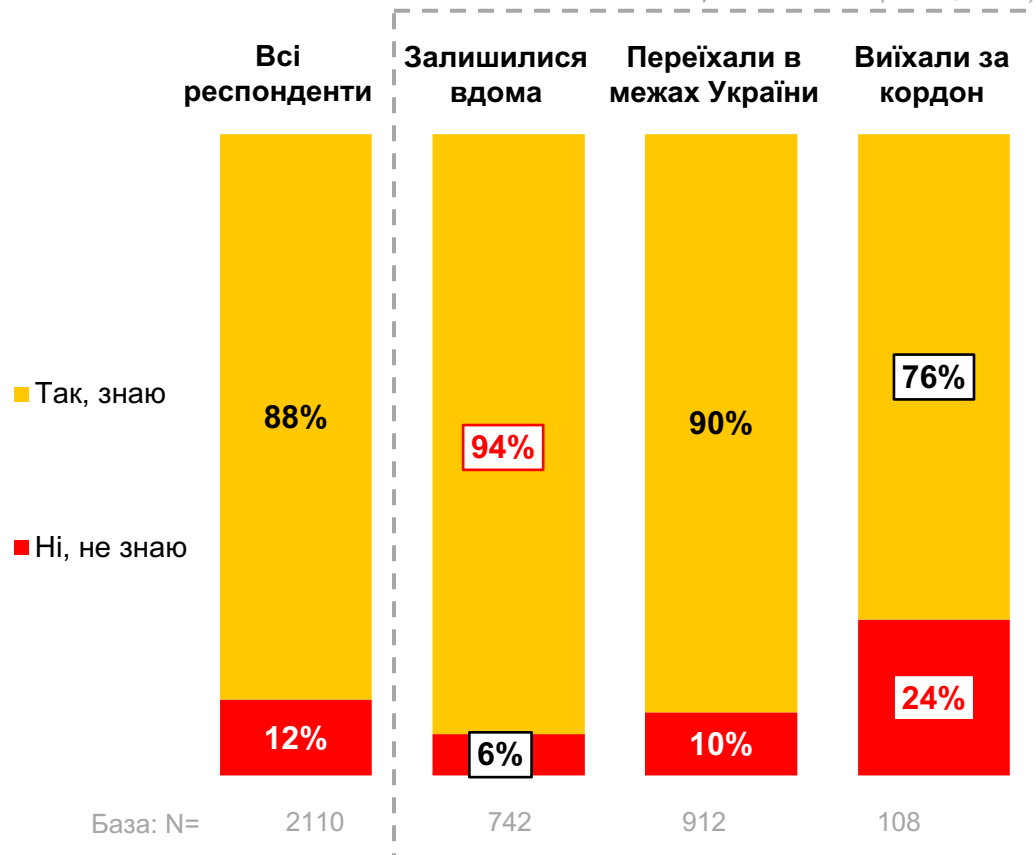


ТЕЛЕМАРАФОН: ЗНАННЯ ТА ПЕРЕГЛЯД

88% опитаних знають про спільний телемарафон українських каналів. Таких більше серед тих, що залишилися вдома (94%) та менше серед тих, хто виїхали за кордон (76%). Половина з тих, хто знають про телемарафон переглядають його декілька разів на тиждень і частіше. Більш активний перегляд спостерігається серед тих, хто залишився вдома.

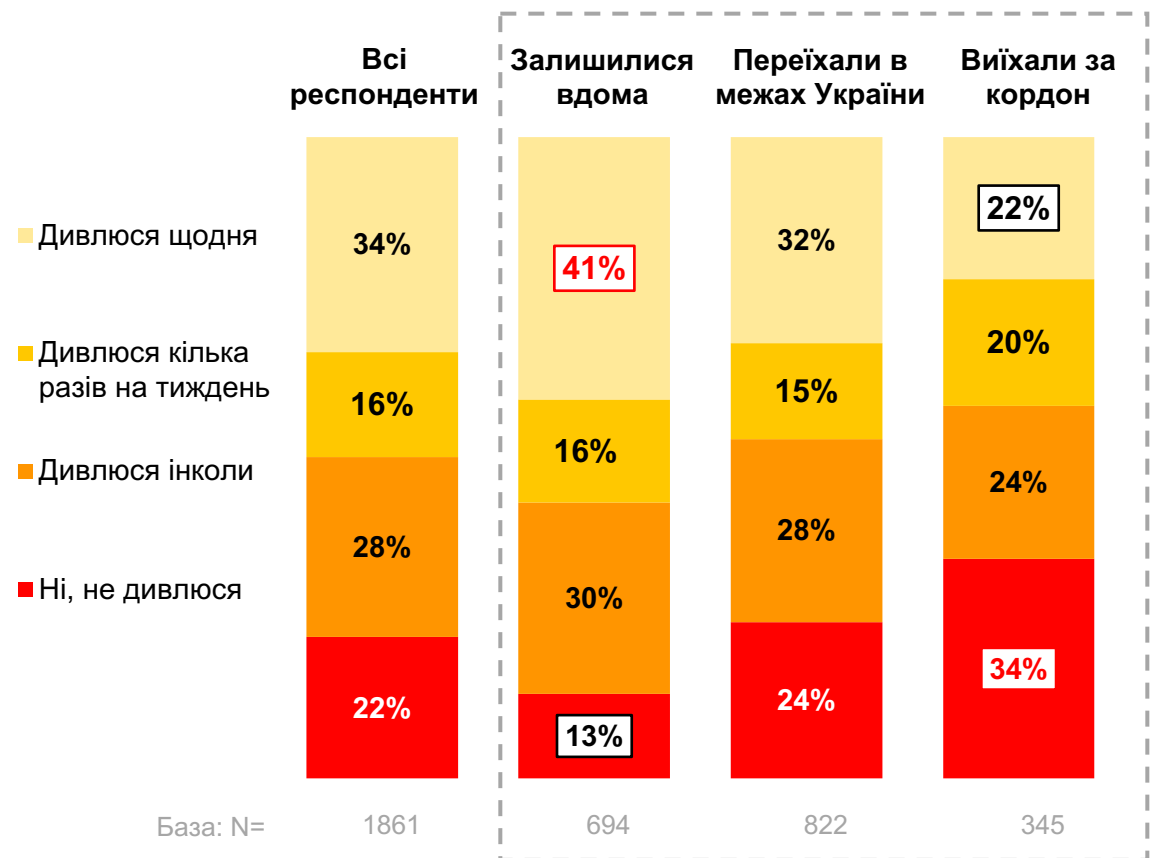
Знання про телемарафон

База: всі респонденти (18-65, 50K+)



Частота перегляду телемарафону

База: респонденти, що знають про телемарафон (18-65, 50K+)



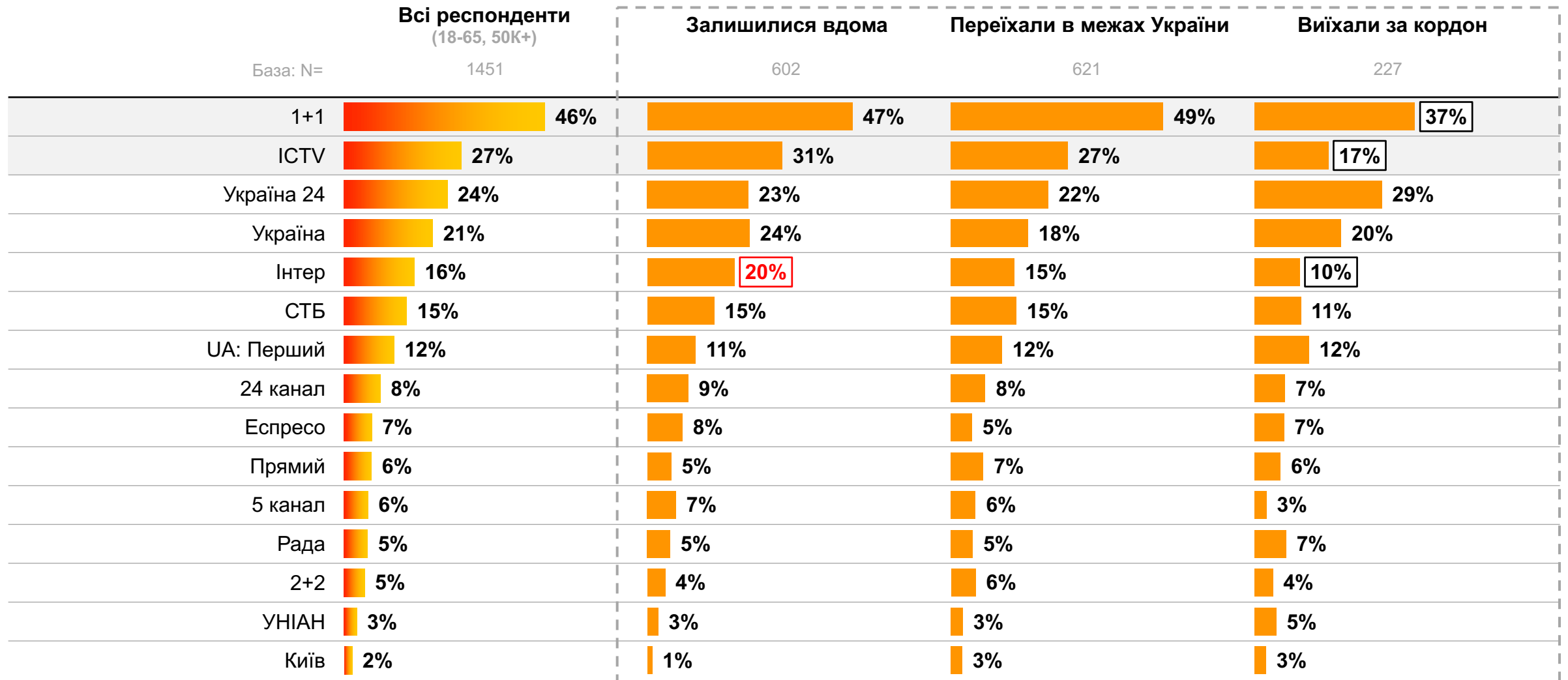
Чи знаєте Ви, що українські канали з початку повномасштабної війни об'єднали новинні передачі та проводять спільний телемарафон? / Чи дивитесь Ви телемарафон?




Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, 20 порівнюючи з показником загалом.

ТЕЛЕМАРАФОН: НА ЯКИХ КАНАЛАХ ПЕРЕГЛЯДАЮТЬ

Найчастіше для перегляду телемарафону мешканці міст з населенням 50к+ обирають канал 1+1 (46%).

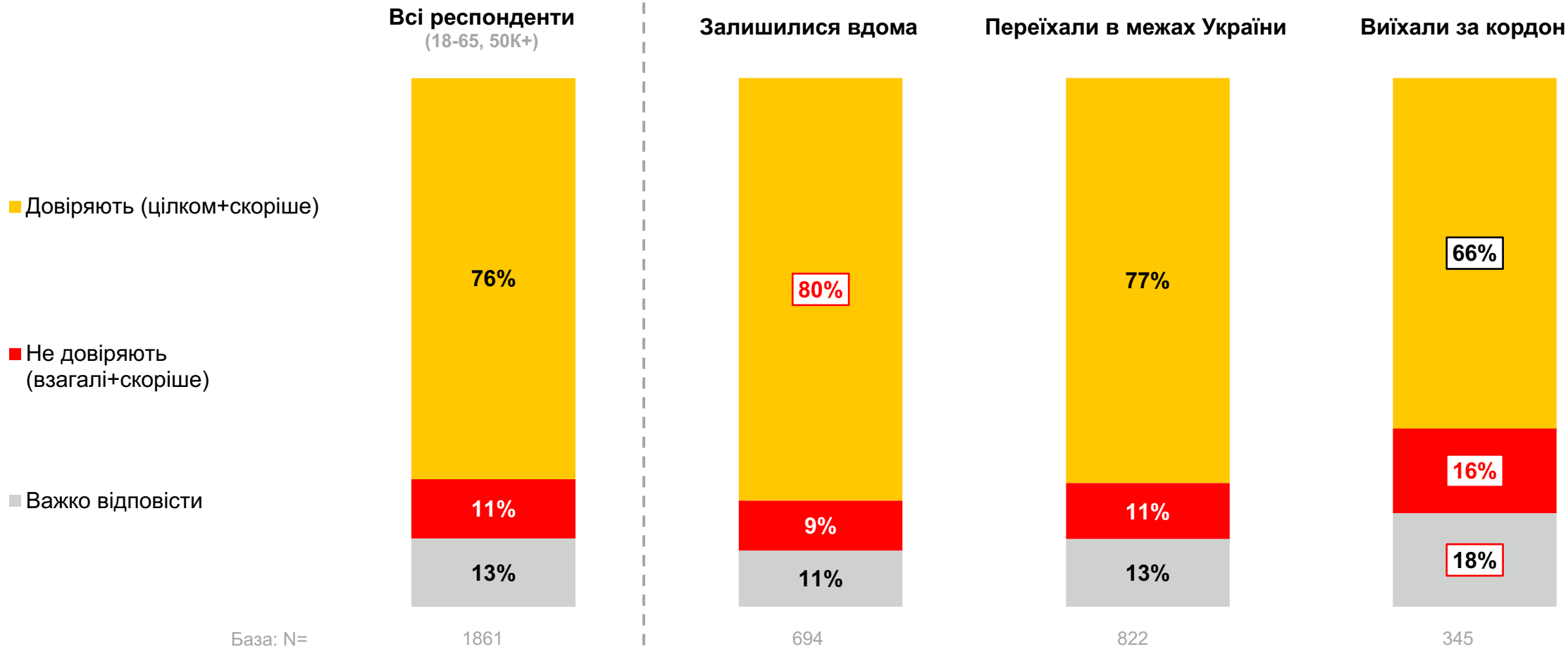


База: респонденти, що дивляться телемарафон (18-65, 50K+)
На яких телеканалах Ви зазвичай дивитесь телемарафон?

 Статистично значущі відмінності **вище** / **нижче** для групи, порівнюючи з показником загалом. 21

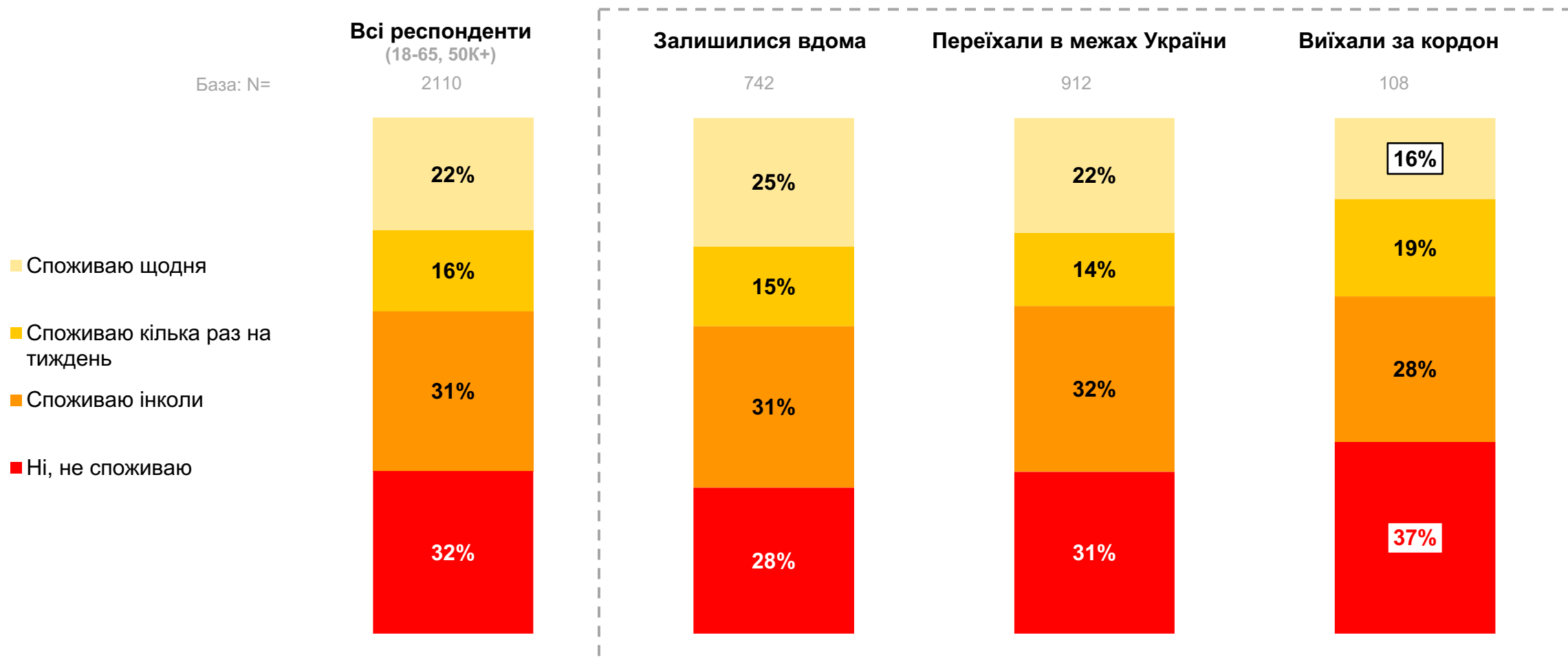
ТЕЛЕМАРАФОН: ДОВІРА

Переважна більшість респондентів (76%) довіряють телемарафону як джерелу новин. Значно менший рівень довіри декларують ті, хто виїхали за кордон.



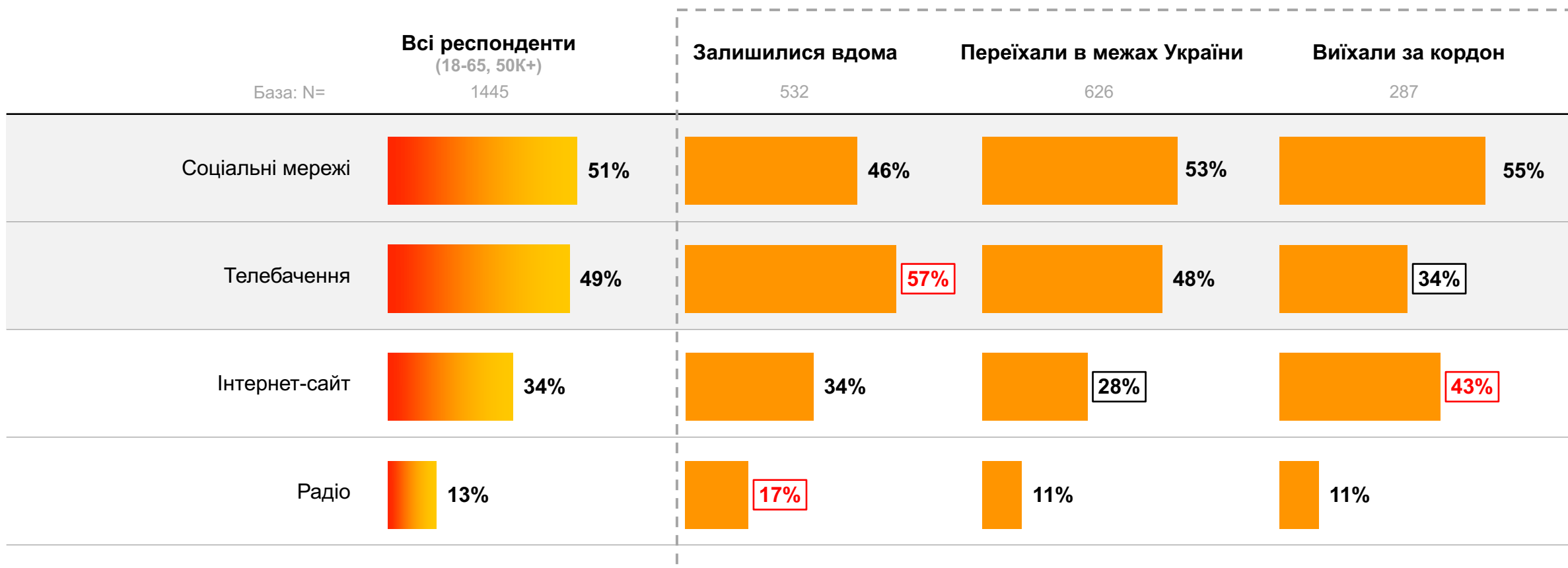
СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ: СПОЖИВАННЯ НОВИН

68% респондентів споживають новини Суспільного мовлення, 22% роблять це щодня. Менше споживання зафіксовано серед тих, хто виїхали за кордон: 37% не споживають новини Суспільного мовлення взагалі, порівнюючи з 32% серед усієї вибірки.



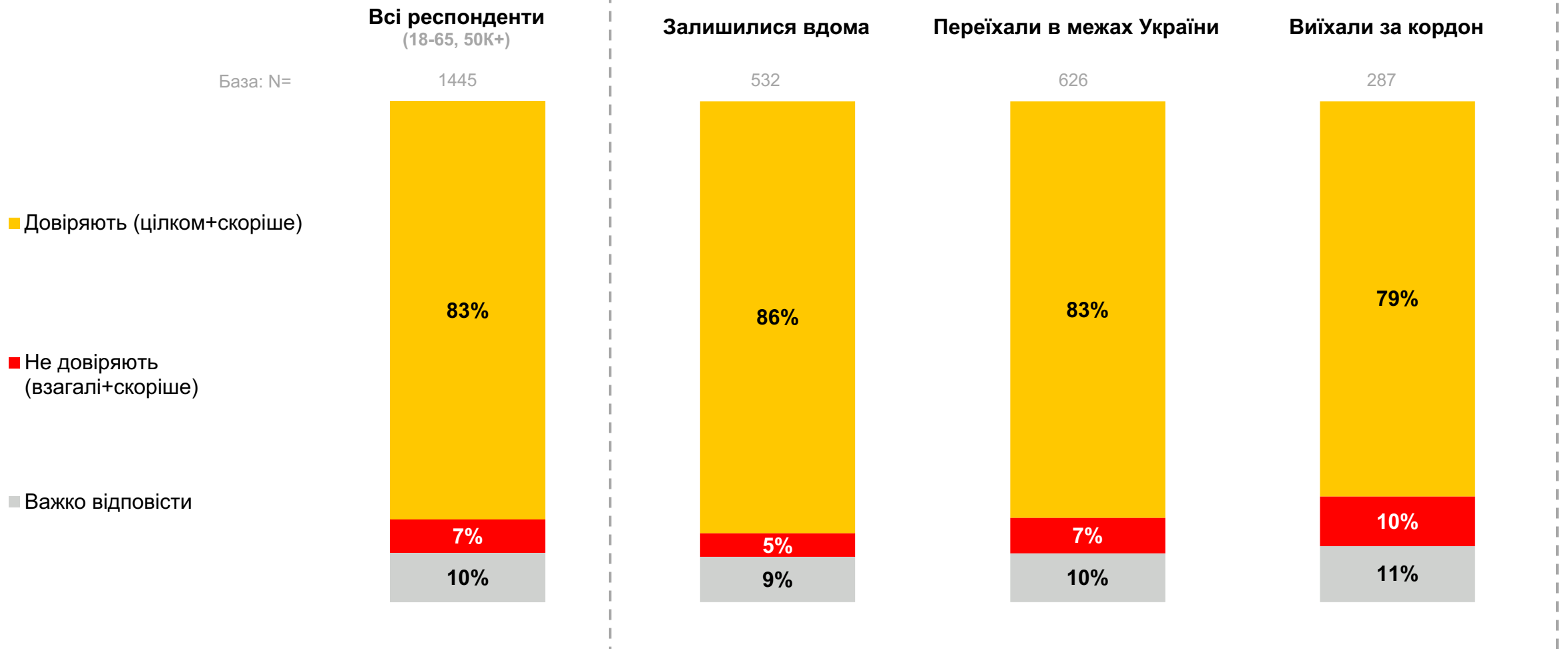
СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ: ДЖЕРЕЛА СПОЖИВАННЯ НОВИН

Основними джерелами споживання новин Суспільного мовлення є соціальні мережі (51%) та телебачення (41%). Респонденти, що залишилися вдома переважно роблять це за допомогою телебачення (57%). Також вони частіше використовують радіо (17%, порівнюючи з 13% серед усіх респондентів). Респонденти, що виїхали за кордон, надають перевагу споживання через інтернет-сайт (43%, порівнюючи з 34% серед усієї вибірки) над телебаченням (34% vs 49%).



СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ: **ДОВІРА**

Новини Суспільного мовлення мають високий рівень довіри серед їхніх споживачів у всіх цільових аудиторіях.



Gradus Research
Company

