



# БАРОМЕТР ДОВІРИ ДО НОВИН (ПОВНИЙ ЗВІТ)

ЛИПЕНЬ 2022 - ЛИСТОПАД 2024 РОКУ

Дирекція досліджень

Грудень 2024



# Дизайн дослідження

## Метод збору інформації:

онлайн самозаповнення анкет у моб. додатку GRADUS

## Цільова група дослідження:

Чоловіки та жінки віком 18р. і старше, вся Україна, окрім ТОТ та зон активних бойових дій

## Кількість інтерв'ю щохвили:

2500 інтерв'ю (1420 – н.п. 50тис+, 1080 – н.п. 50тис-)

## Період опитування:

Липень 2022 року  
Серпень 2022 року  
Грудень 2022 року

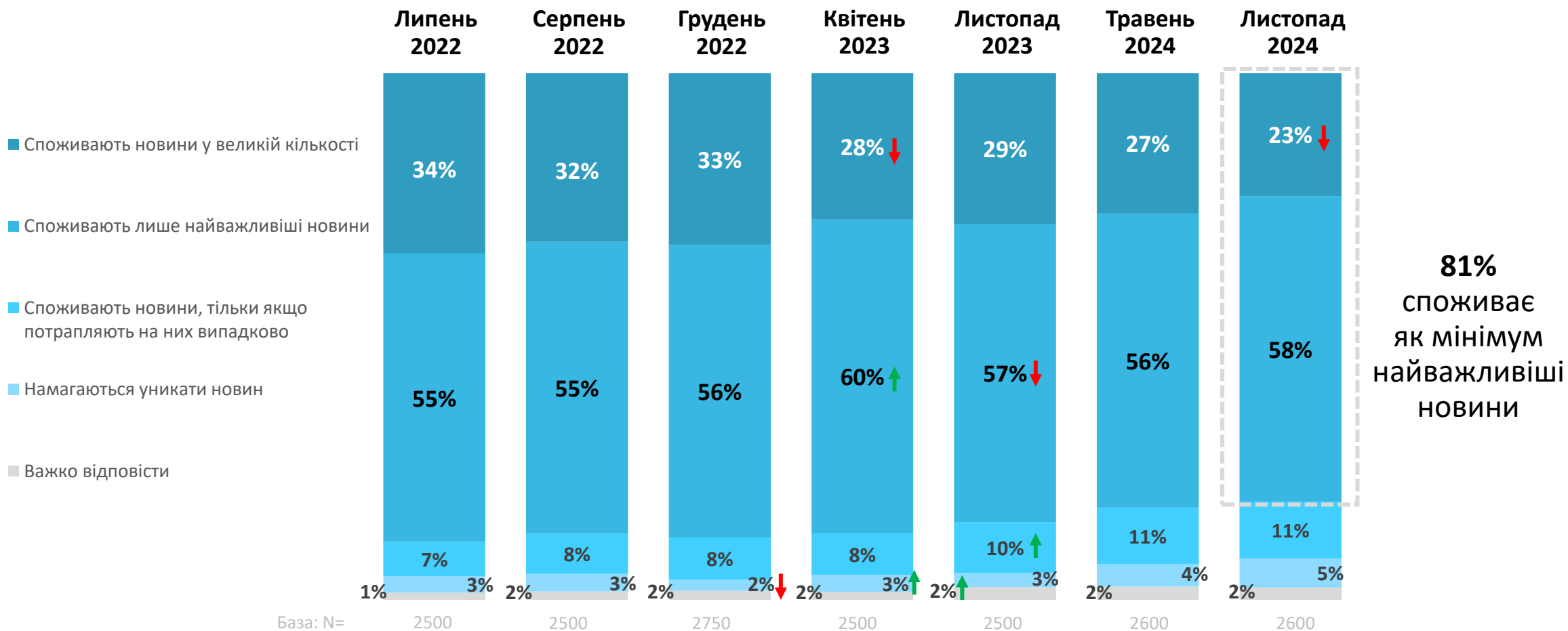
Квітень 2023 року  
Листопад 2023 року

Червень 2024 року  
Листопад 2024 року

# Споживання новин в цілому



У поточній хвилі знизилась частка тих, хто споживає новини у великій кількості (до 23%). Загалом 81% аудиторії споживає хоча б найважливіші новини.



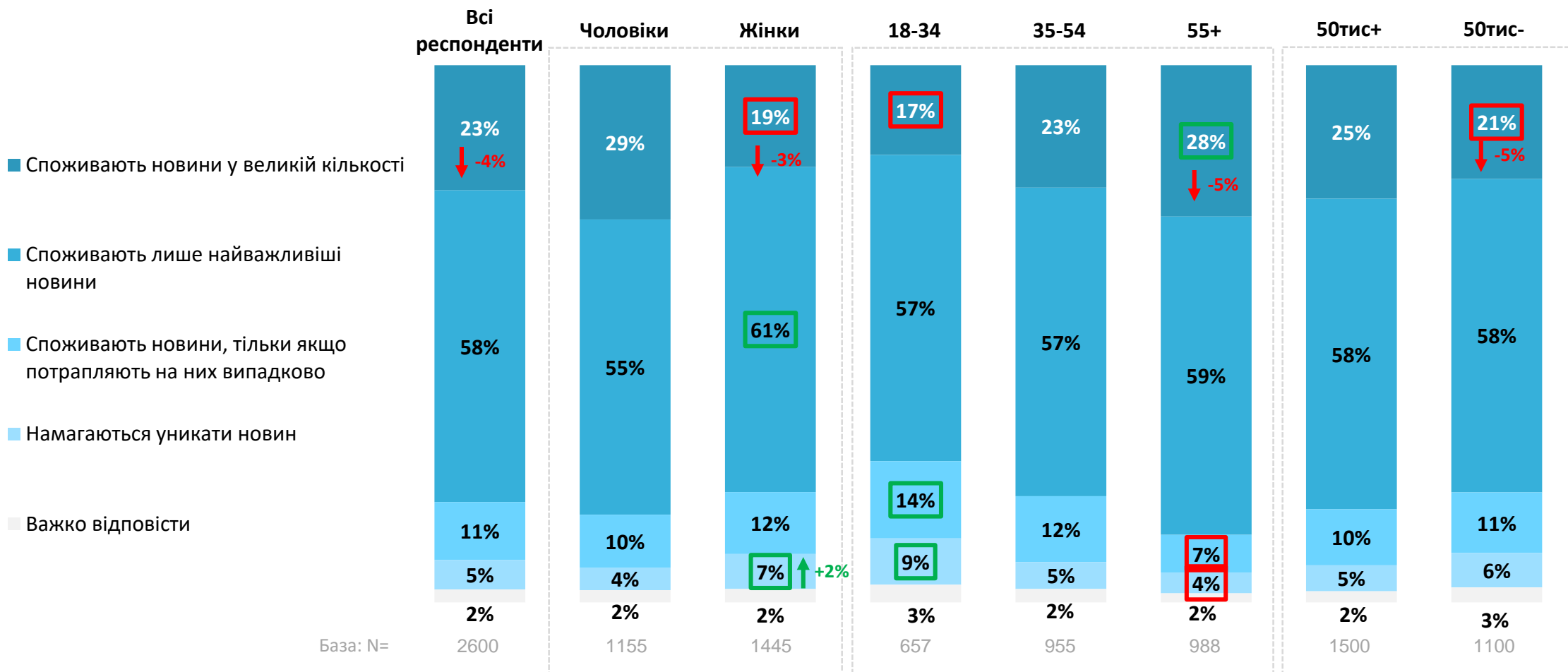
База: всі респонденти (18+, вся Україна), вибірка n=2500 в липні та серпні, n=2750 в грудні, n=2500 у квітні, n=2500 у листопаді, n=2600 у травні, n=2600 у листопаді.  
Q. Оберіть, будь ласка, твердження, що найкраще відповідає Вашому споживанню новин.

↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

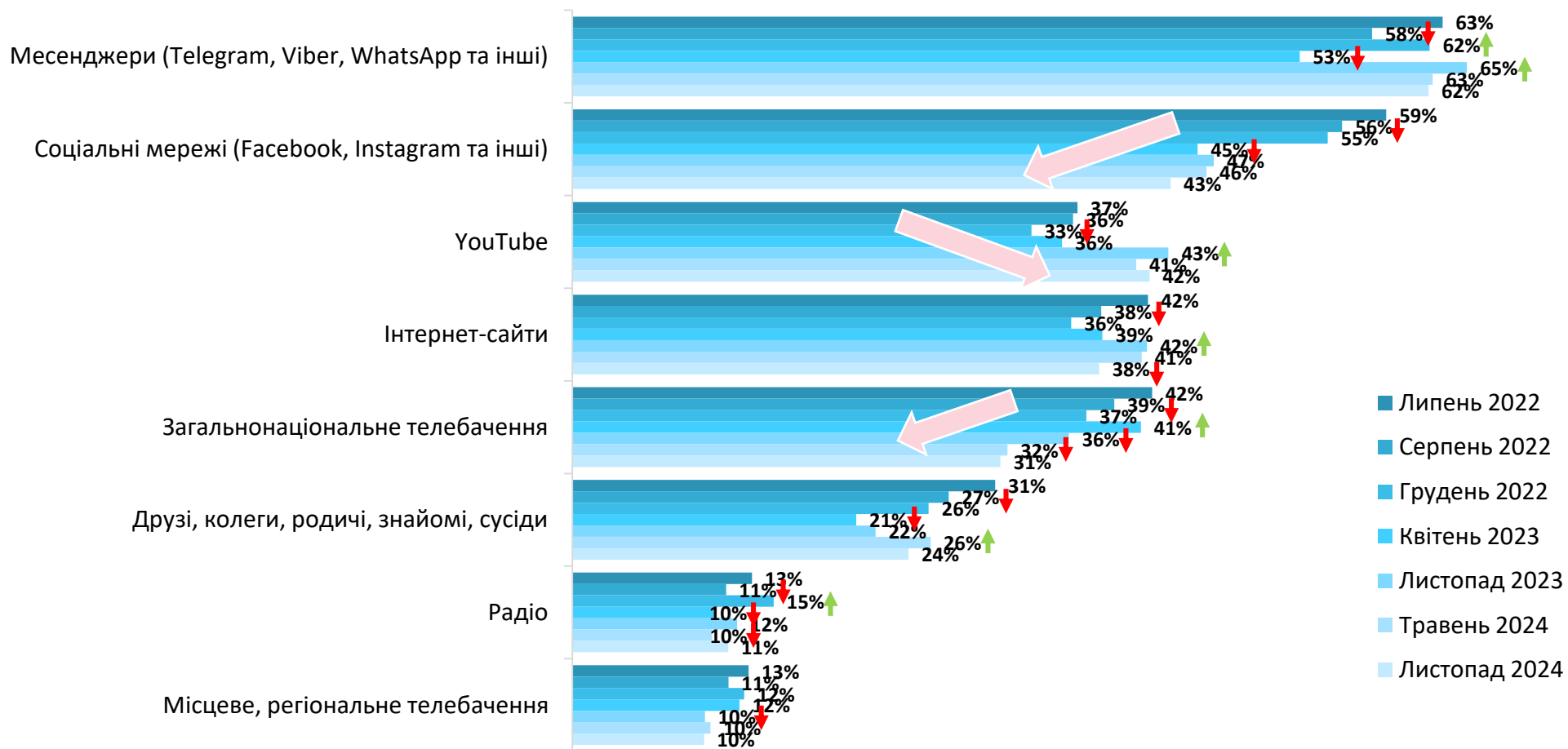
# Активність споживання новин у листопаді 2024

*у статеві-віковому розрізі та за розміром населеного пункту*

Інтенсивність споживання новин продовжує знижуватися серед вікової групи 55+, мешканців маленьких міст та сіл. Також у поточній хвилі знизилось споживання серед жінок.



Основними джерелами споживання новин залишаються месенджери та соціальні мережі. Порівнюючи з травнем 2024 року, зменшилася частка споживачів новин з інтернет-сайтів.



База: всі респонденти (18+, вся Україна), вибірка n=2500 в липні та серпні, n=2750 в грудні, n=2500 у квітні, n=2500 у листопаді, n=2600 у травні, n=2600 у листопаді.  
Q. З яких джерел Ви споживали новини про події в Україні за останній тиждень?

↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

# Джерела споживання новин про Україну у листопаді 2024

*у статеві-віковому розрізі та за розміром населеного пункту*

У поточній хвилі зменшилась частка використання інтернет-сайтів як джерела новин про події в Україні серед вікової групи 35-54 та аудиторії 50 тис+ та соціальних мереж серед жінок та аудиторії 50 тис- .

	Всі респонденти	Чоловіки	Жінки	18-34	35-54	55+	50тис+	50тис-
Месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp та інші)	62%	55%	68%	69%	66%	54%	67%	56%
Соціальні мережі (Facebook, Instagram та інші)	43%	41%	45% ↓ -6%	50%	41%	42%	42%	46% ↓ -4%
YouTube	42%	49%	36%	35%	38%	51%	43%	40%
Інтернет-сайти	38% ↓ -3%	45%	33%	33%	36% ↓ -5%	44%	39% ↓ -4%	38%
Загальнонаціональне телебачення	31%	35%	28%	24%	30%	37%	31%	32%
Друзі, колеги, родичі, знайомі, сусіди	24%	21%	27%	33%	23%	20%	23% ↓ -4%	26%
Радіо	11%	15%	9%	9%	10%	14%	11%	12% ↑ +3%
Міське, регіональне телебачення	10%	11%	9%	12%	10%	8%	10%	9%
База: N=	2600	1155	1445	657	955	988	1500	1100
<b>Індекс «Різноманітність джерел»</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>

↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

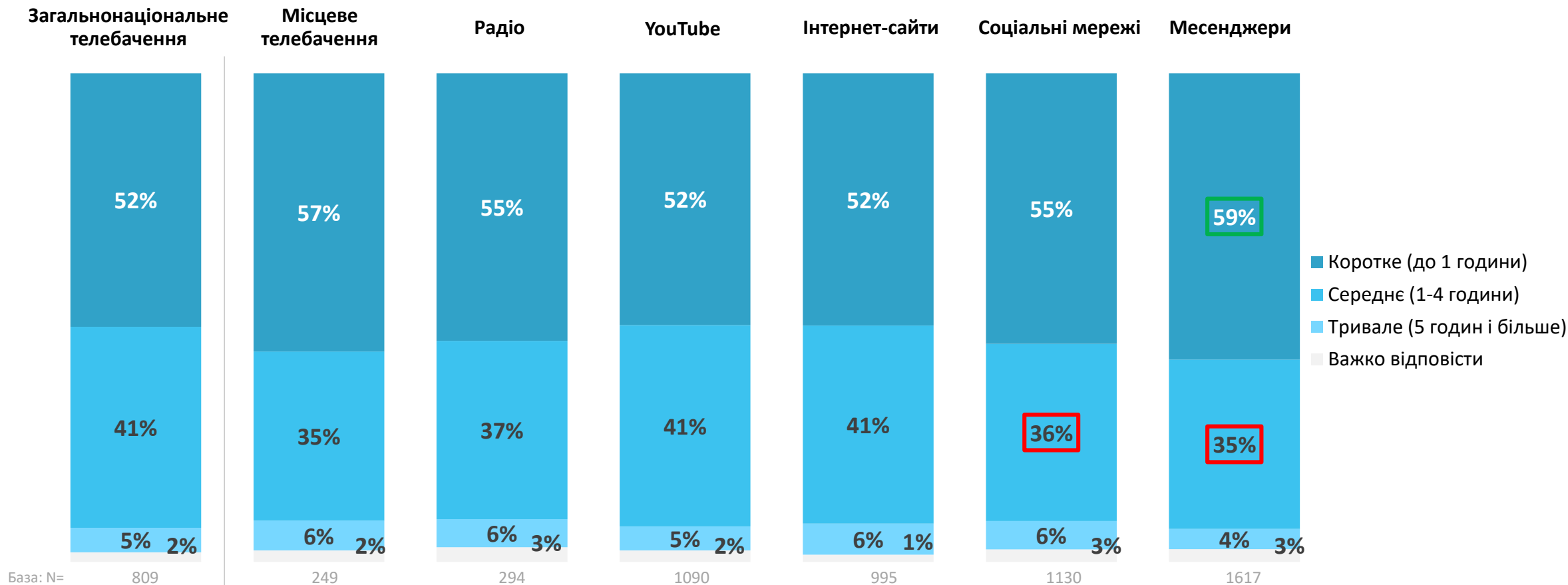
Статистично значущо вищий / нижчий показник для вікової групи, порівняно з показником загалом; жінок порівняно з чоловіками; 50тис- порівняно з 50тис+

База: всі респонденти (18+, Вся Україна)

Q. З яких джерел Ви споживали новини про події в Україні за останній тиждень?

# Тривалість споживання новин на різних платформах у листопаді 2024

Порівнюючи з попередньою хвилею дослідження, тривалість споживання новин не має значущих змін. Короткотривале споживання є більш характерним для месенджерів, водночас середня тривалість споживання є менш характерною як для месенджерів, так і для соціальних мереж. Усі інші джерела мають показники схожі з національним телебаченням.



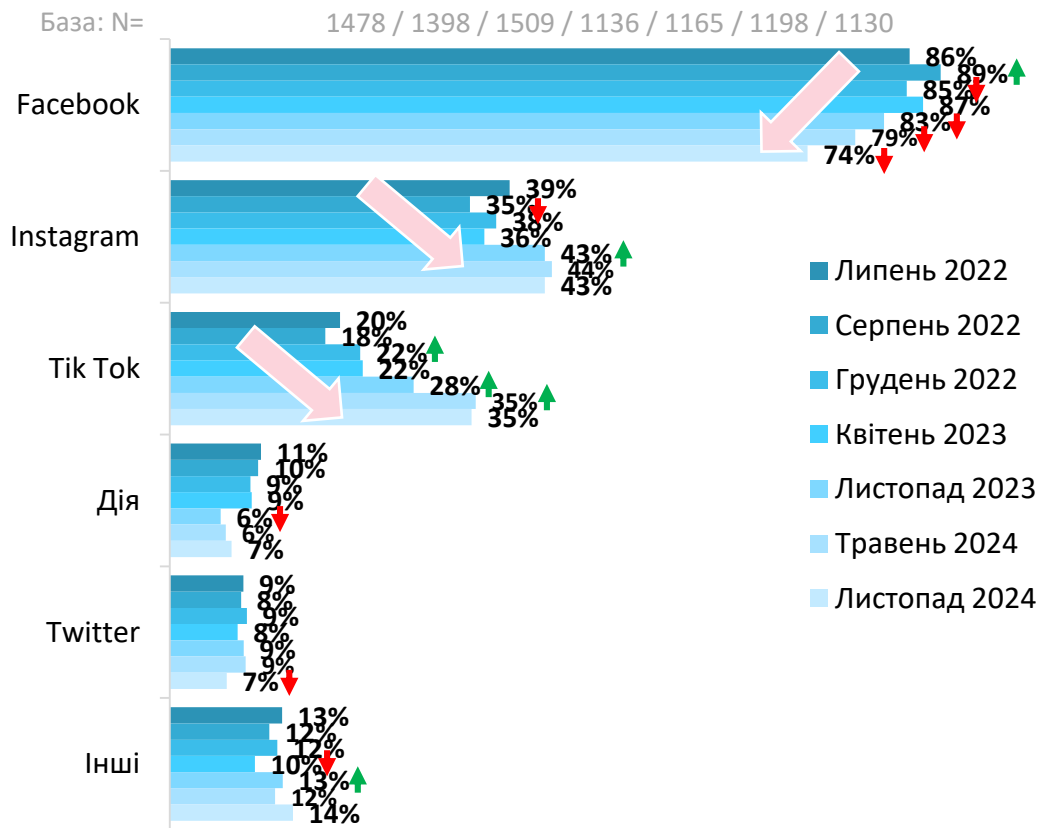




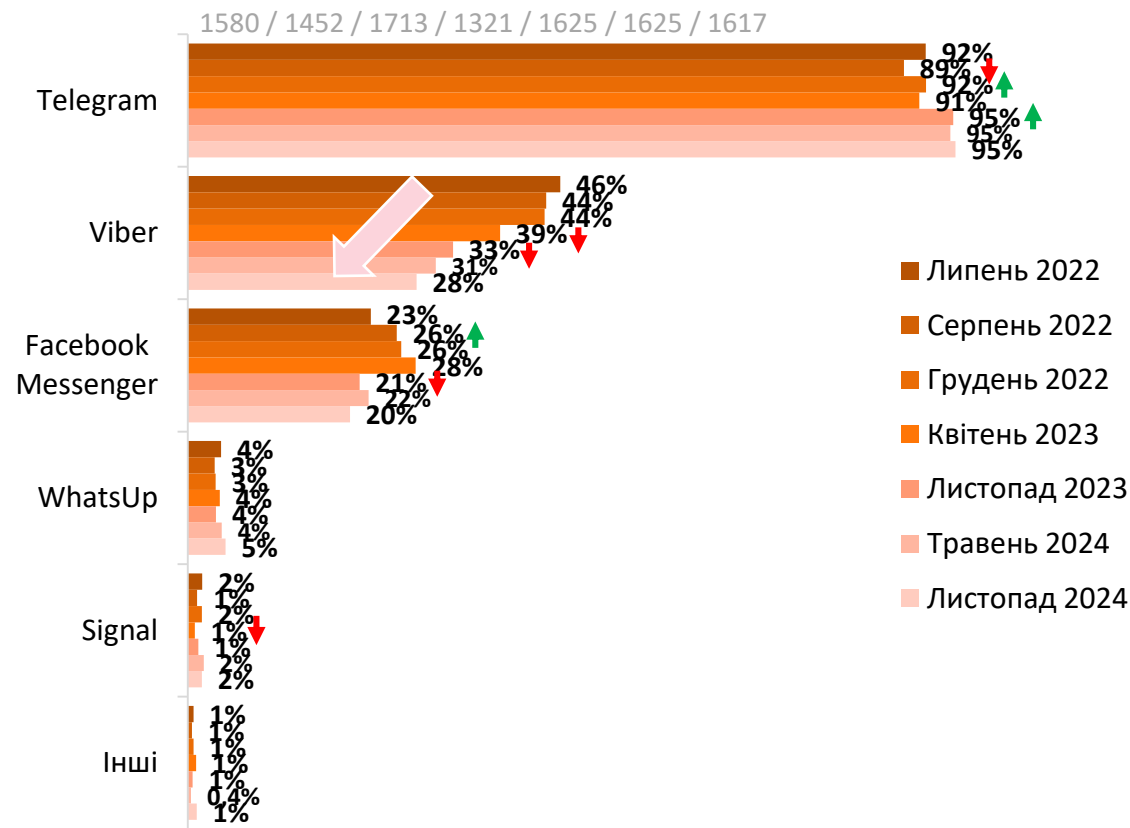
# Споживання новин: соціальні мережі та месенджери *у динаміці*

Facebook залишається основною соціальною мережею для споживання новин, однак продовжує демонструвати зменшення активної аудиторії. Показники споживання новин через TikTok та Instagram, маючи тенденцію до зростання, закріпилися на рівні попередньої хвилі. Серед месенджерів Telegram є беззаперечним лідером, без змін відносно травня 2024 року.

## Новини в соціальних мережах



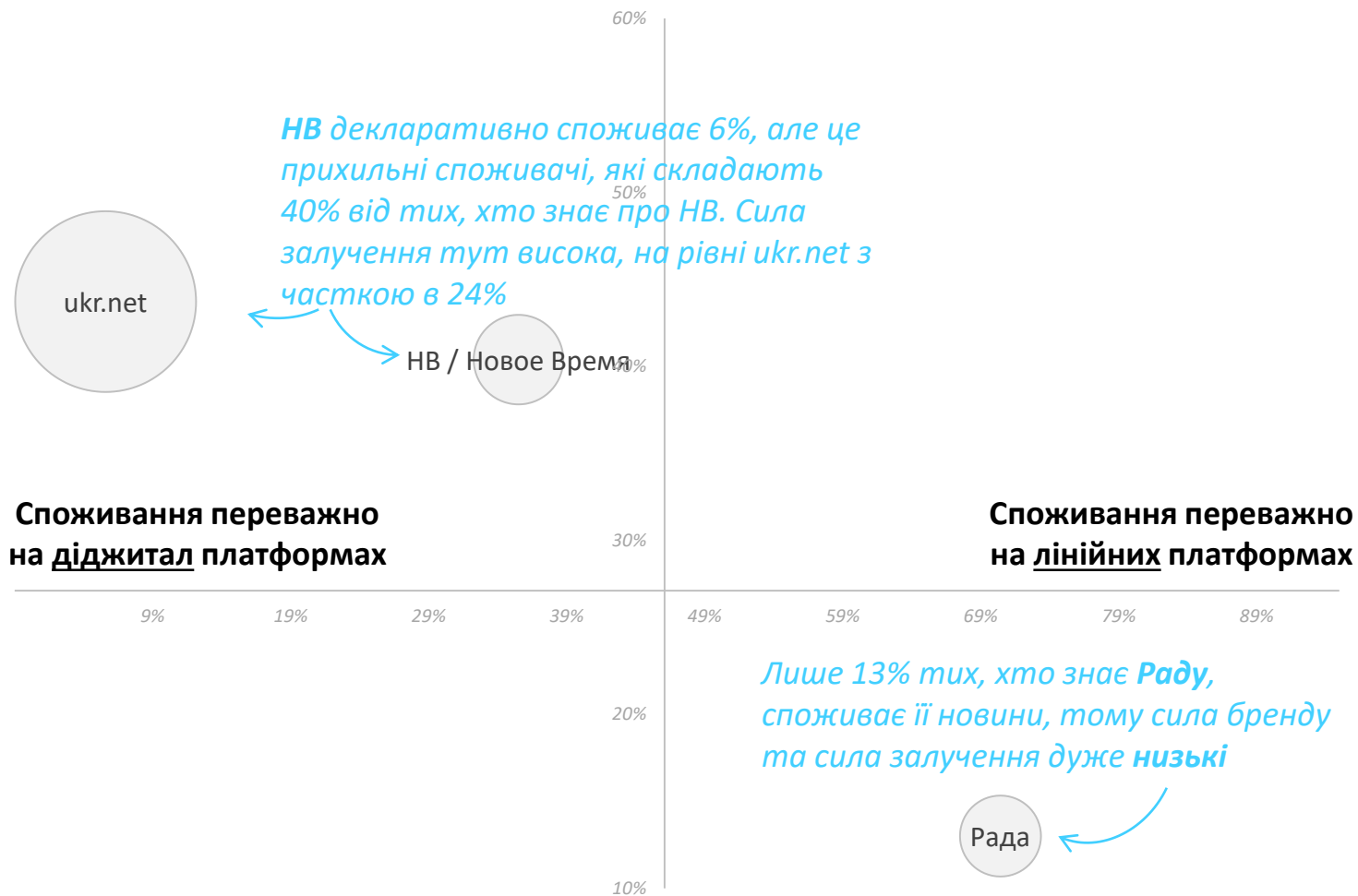
## Новини в месенджерах



База: респонденти, що споживали новини про події в Україні з відповідного джерела за останній тиждень (18+, вся Україна)  
Q. В яких соціальних мережах Ви переглядали новини за останній тиждень? / В яких месенджерах Ви переглядали новини за останній тиждень?

↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

**Високе залучення в користувачів бренду**



*НВ декларативно споживає 6%, але це прихильні споживачі, які складають 40% від тих, хто знає про НВ. Сила залучення тут висока, на рівні ukr.net з часткою в 24%*

*Лише 13% тих, хто знає Раду, споживає її новини, тому сила бренду та сила залучення дуже низькі*

Розмір бульбашки відповідає рівню **Користування**

## Це – мапа новинних брендів

Мапа побудована на основі дослідження, перевірена двома хвилями та стабільною динамікою. Це НЕ телеметрія, а в першу чергу **сприйняття новинних джерел**, картина в голові споживачів.

На мапі є **дві осі**:

- переважаючий тип платформи, де споживають джерело
- сила джерела конвертувати знання в споживання, тобто частка тих, хто споживає від тих, хто знає про відповідне джерело

Додатково **розмір бульбашки** показує розмір тижневої аудиторії.

**Чим вище джерело**, тим краще, тим більше обізнаних про джерело споживає його.

**Чим більша бульбашка**, тим краще, тим більше людей сказало, що споживають.

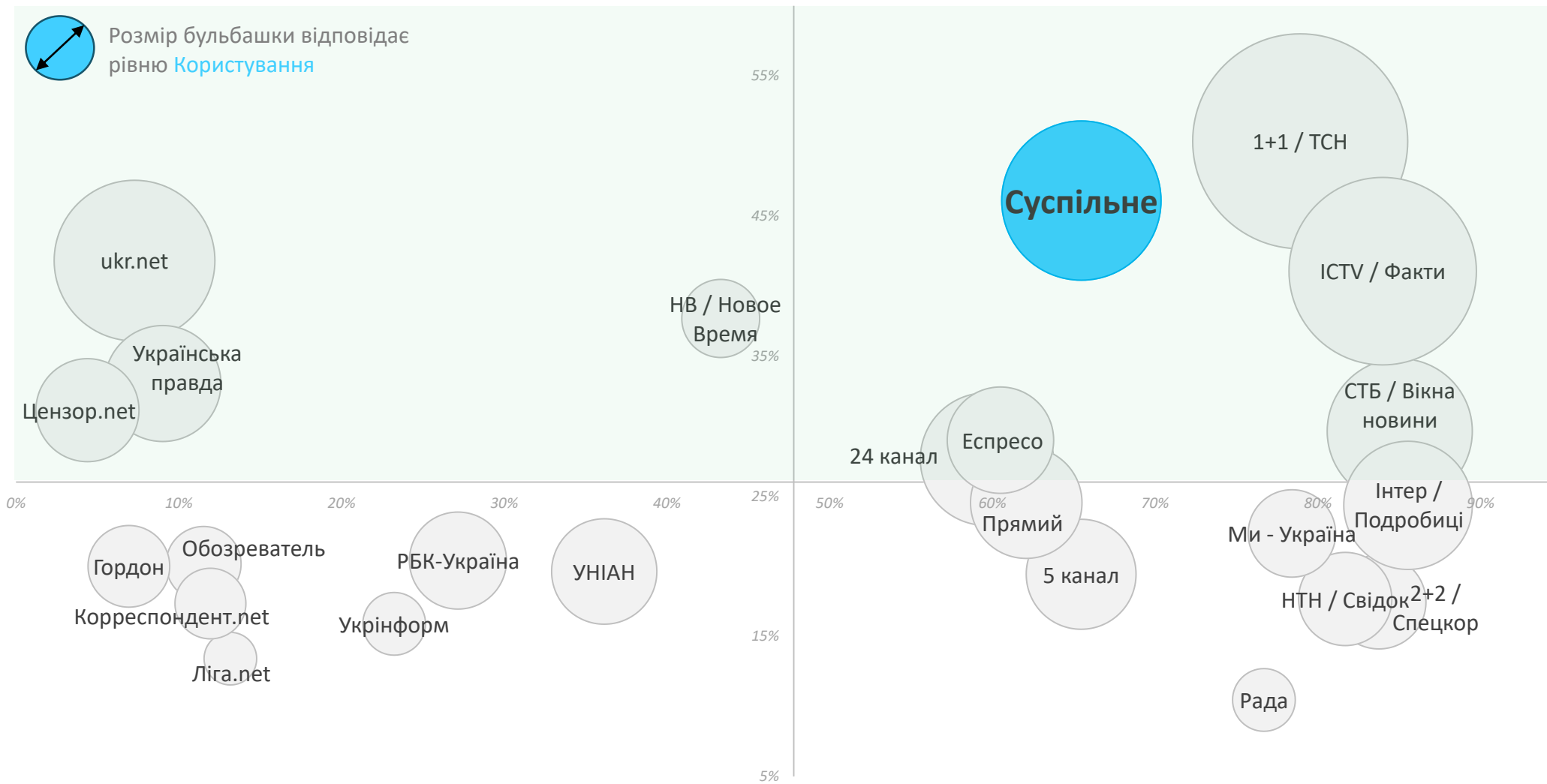
**Високе залучення в користувачів бренду**



Розмір бульбашки відповідає рівню **Користування**

**Споживання переважно на діджитал платформах**

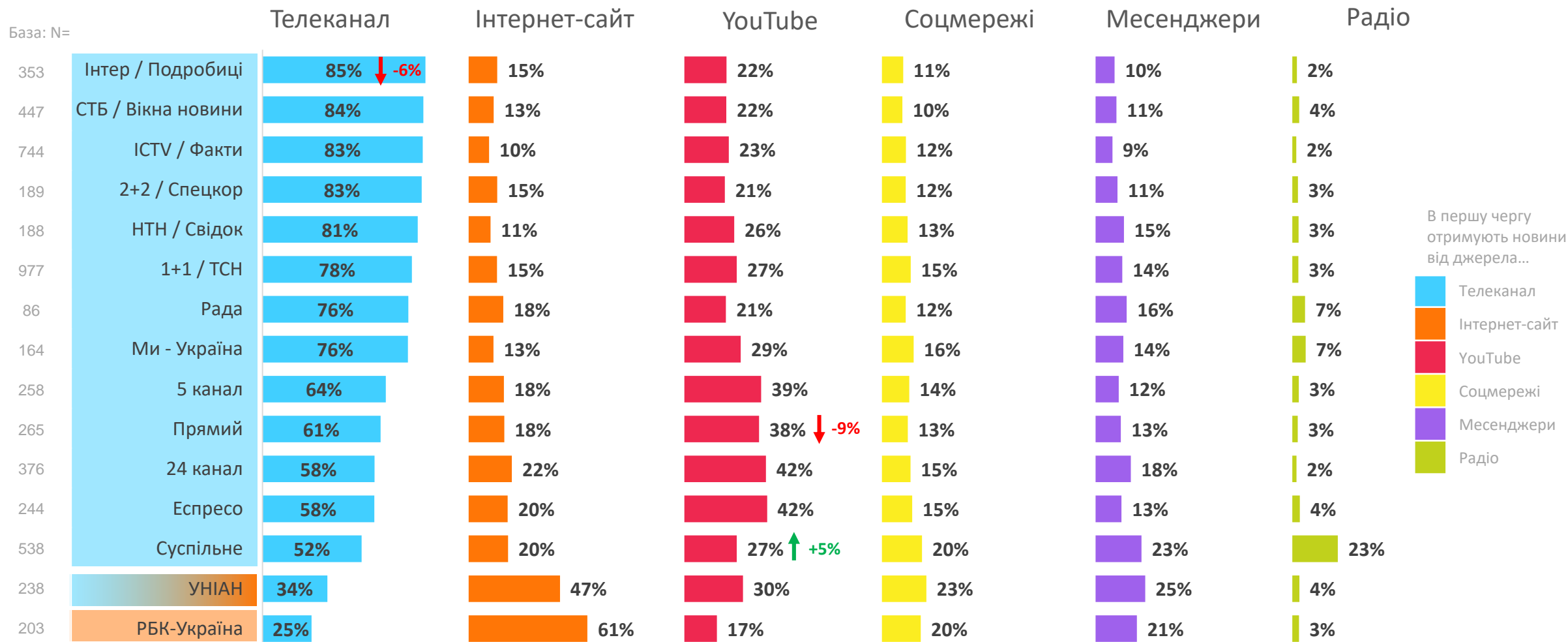
**Споживання переважно на лінійних платформах**



# Канали користування у листопаді 2024

## типи джерел для отримання новин (ТОП-15 по ТБ)

Порівняно з травнем 2024 року, серед аудиторії Суспільного виросла частка споживання новин через YouTube, водночас у Прямого - зменшилася популярність YouTube-каналу. Серед аудиторії Інтера зменшилась частка споживання новин через телебачення.



База: Респонденти, які користуються цими джерелами для отримання новин найчастіше (18+, вся Україна)

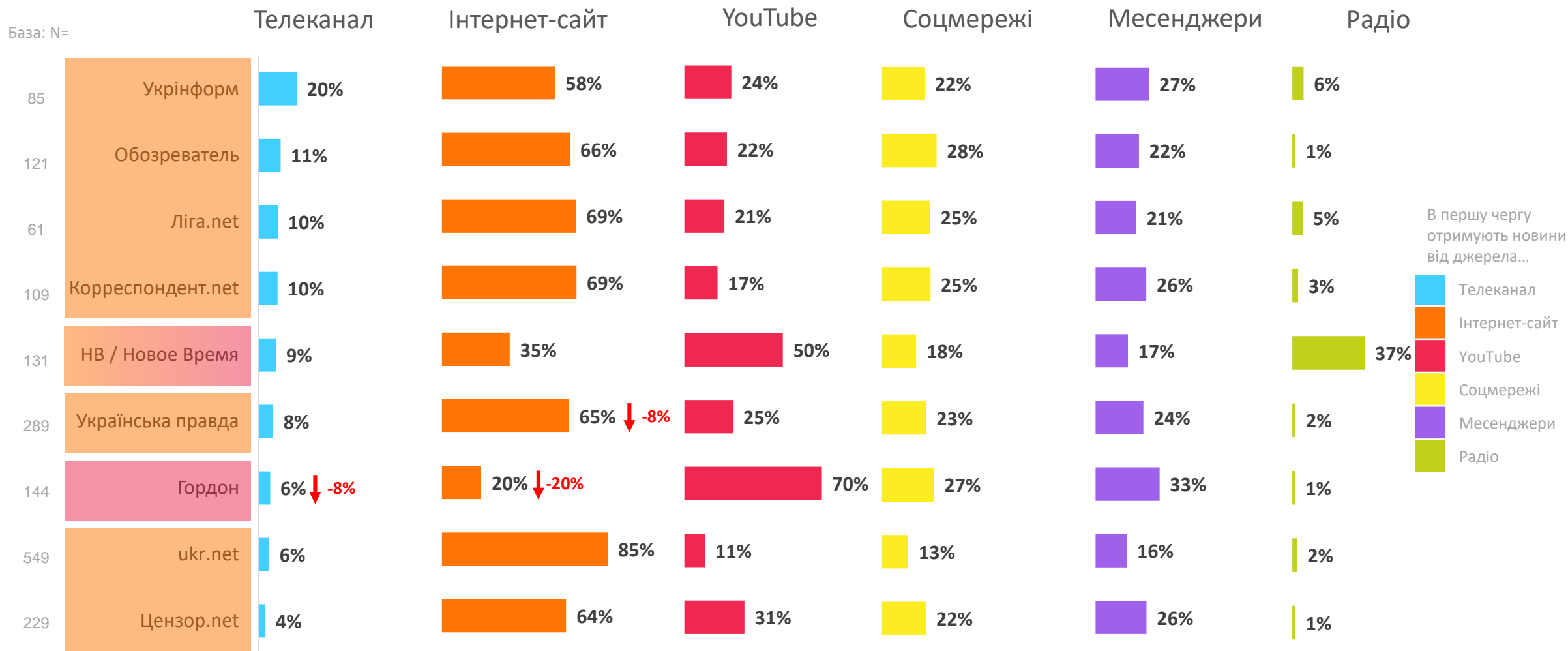
Q. Де Ви зазвичай отримуєте новини від джерела ...

↓ ↑ Статистично значущо **вищий** / **нижчий** показник, порівняно з попереднім періодом дослідження. До переліку новинних джерел увійшли новинні топ-гравці, які присутні мінімум на 2х платформах: ТБ, вебсайти, Телеграм канал, Ютуб канал

# Канали користування у листопаді 2024

## типи джерел для отримання новин (решта)

Порівняно з попередньою хвилею, у Гордона зменшилась частка споживання новин через телебачення та інтернет-сайт. Частка споживання новин через інтернет-сайт також зменшилася для Української правди.



База: Респонденти, які користуються цими джерелами для отримання новин найчастіше (18+, вся Україна); на слайді показано лише ті джерела, база яких становить 30 та більше. Q. Де Ви зазвичай отримуєте новини від джерела ...

↑ ↓ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження. До переліку новинних джерел увійшли новинні топ-гравці, які присутні мінімум на 2х платформах: ТБ, вебсайти, Телеграм канал, Ютуб канал

Суспільне



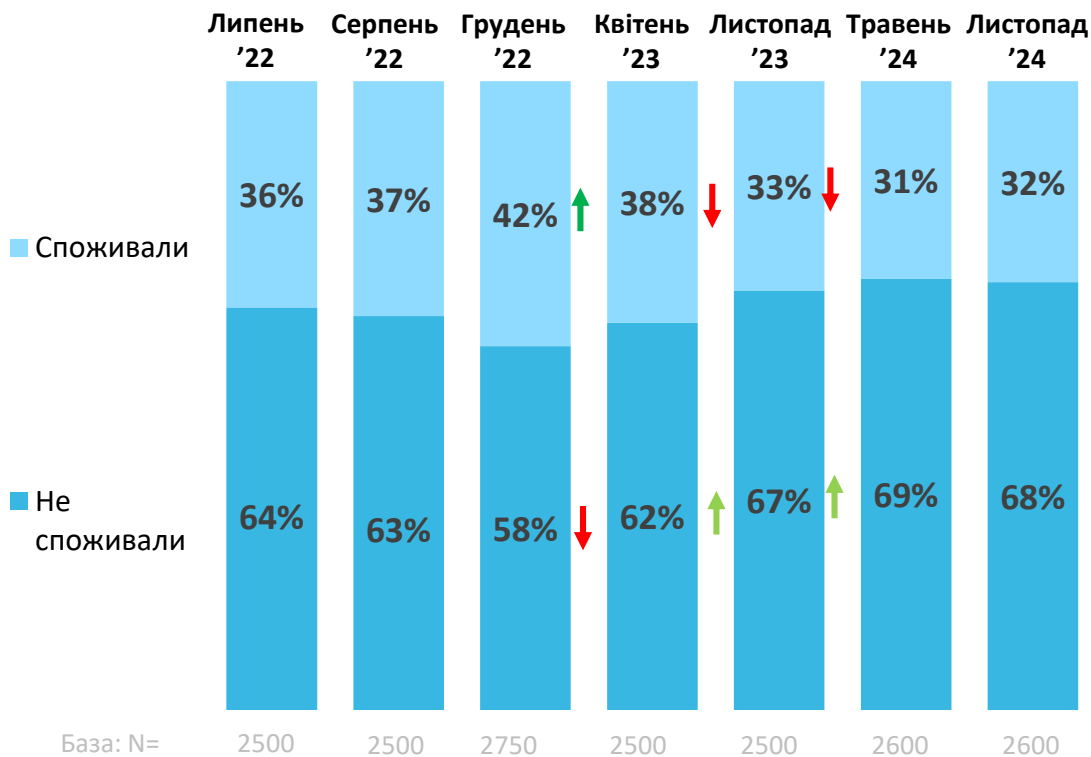
# Суспільне мовлення: знання, споживання та довіра до новин *у динаміці*

## Знання Суспільного (як новинного джерела)

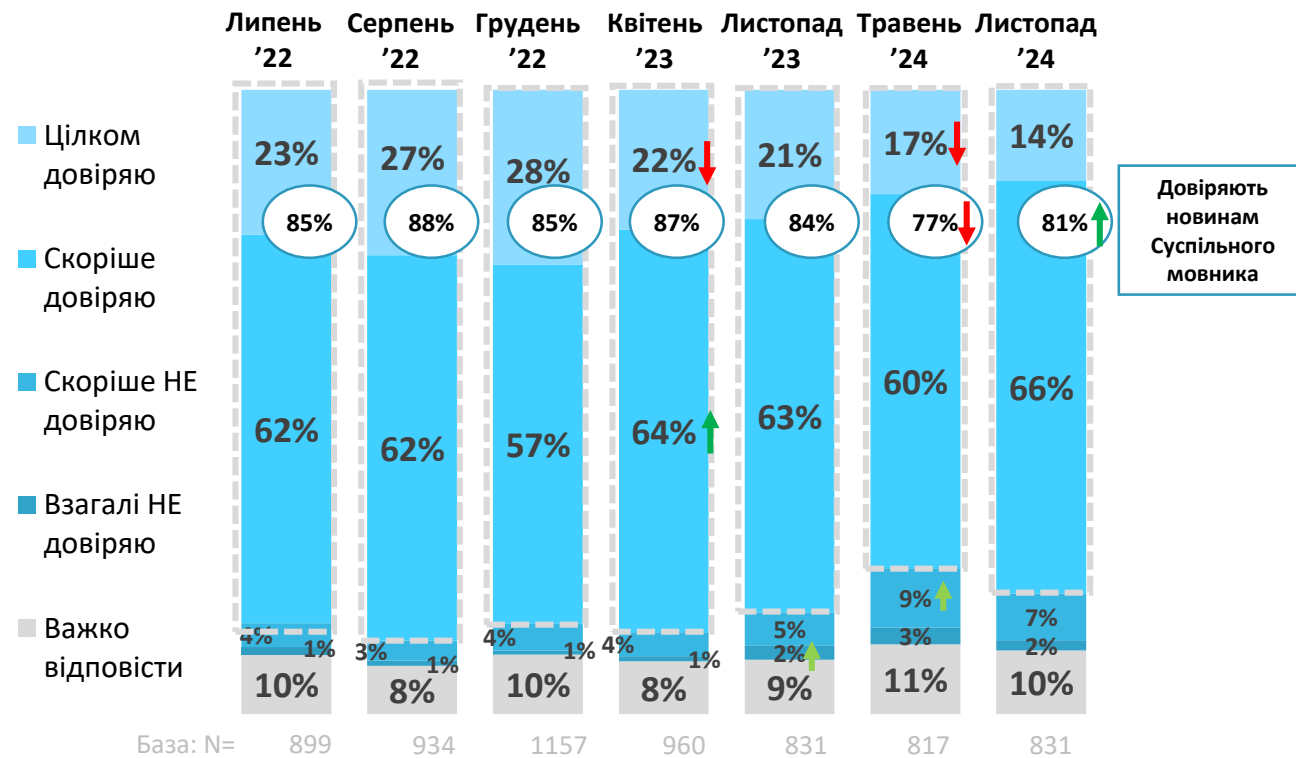


У листопаді 2024 року частка тих, хто споживав новини Суспільного мовлення за останній тиждень, тримається на рівні травня 2024 року. Рівень довіри від тих хто споживав майже на рівні показників листопада 2023 року.

## Споживання новин Суспільного мовника



## Довіра до новин Суспільного мовника



База для «знання» та «споживання»: всі респонденти (18+, вся Україна). База «довіри»: респонденти, що споживали новини Суспільного мовлення за останній тиждень

Q. Які з цих новинних джерел Ви знаєте? (Незалежно від того чи це телеканал, Інтернет-сайт, канал у Telegram або Viber чи сторінка у Facebook, Instagram тощо)

Q. Чи споживали (читали / дивилися / слухали) Ви новини Суспільного мовлення за останній тиждень?

Q. Наскільки Ви довіряєте новинам Суспільного мовлення?

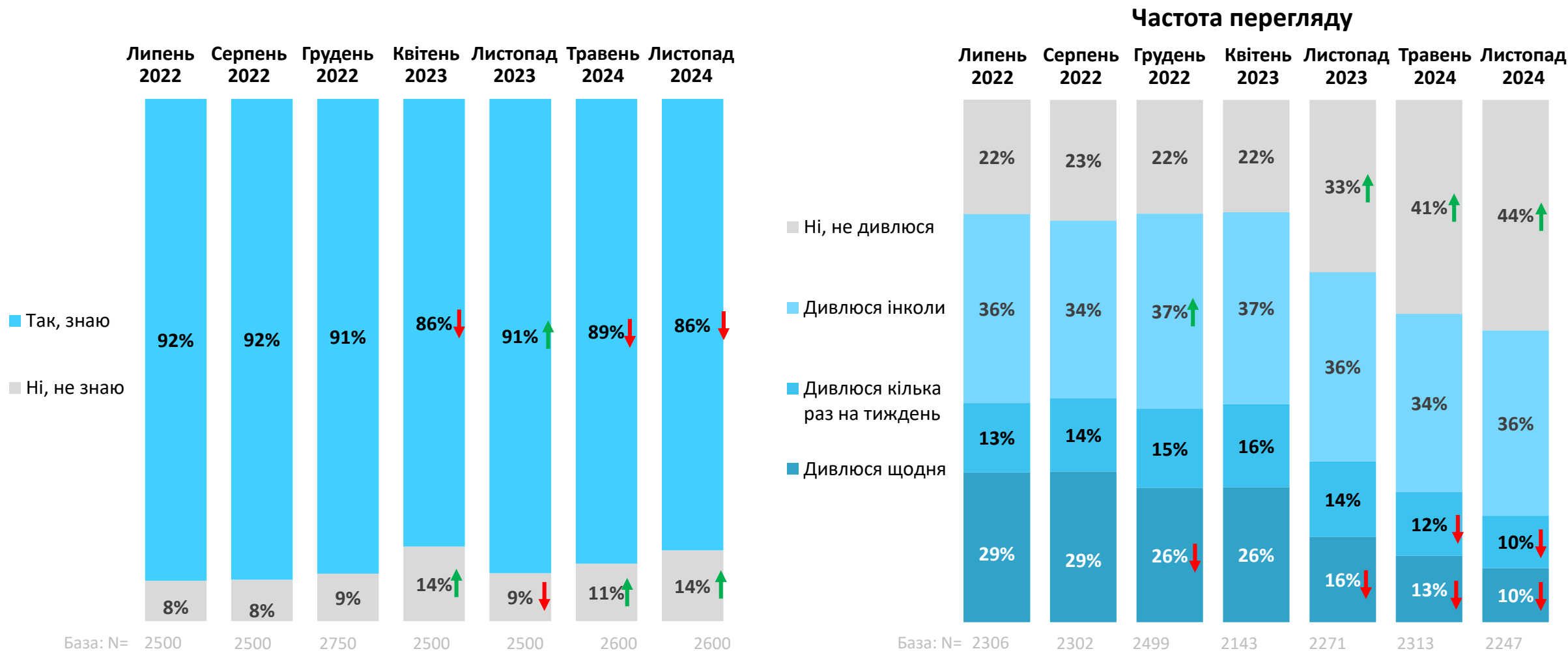
↑ ↓ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

Телемарафон





Знання про існування Телемарафону зменшилося, порівнюючи з травнем 2024 року, і знаходиться на рівні показника у квітні 2023 року. Частота перегляду продовжує дедалі зменшуватися; одночасно росте частка тих, хто не дивиться Телемарафон взагалі.



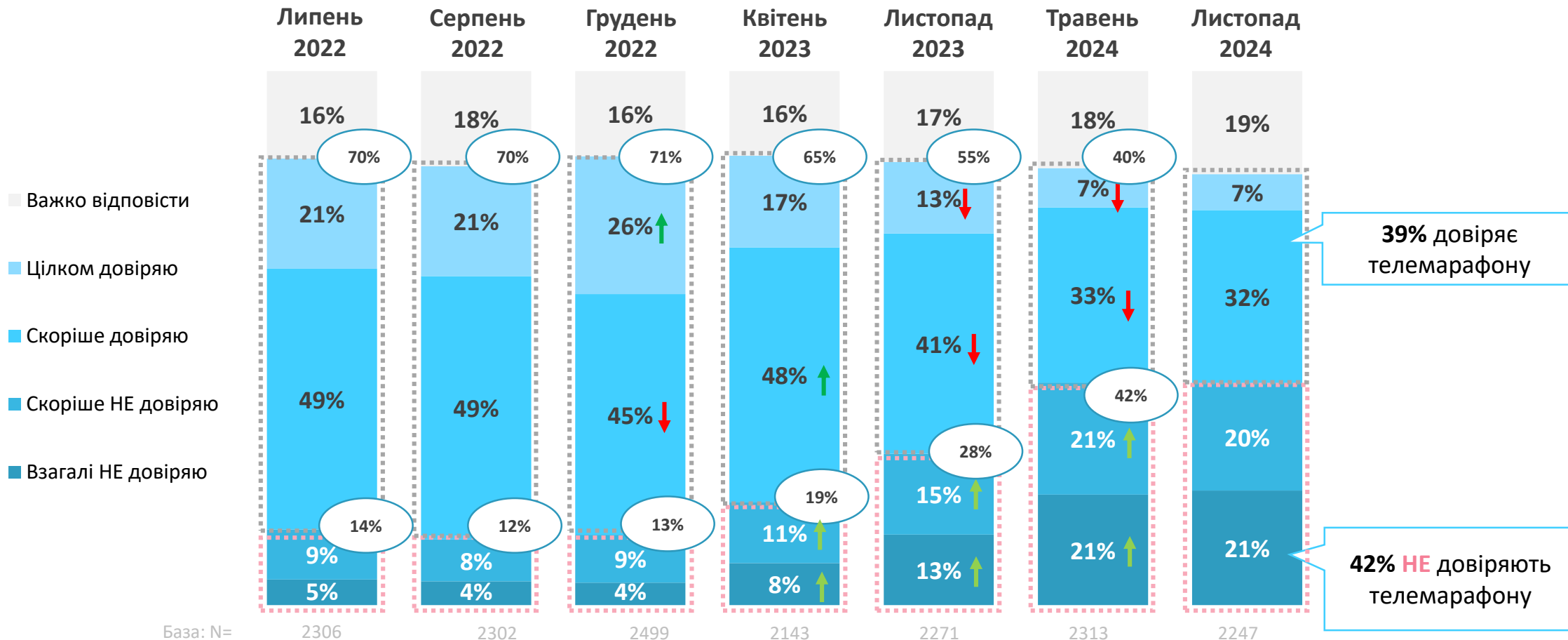
База: всі респонденти (18+, вся Україна)

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

Q. Чи дивитесь Ви телемарафон?

↑ ↓ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

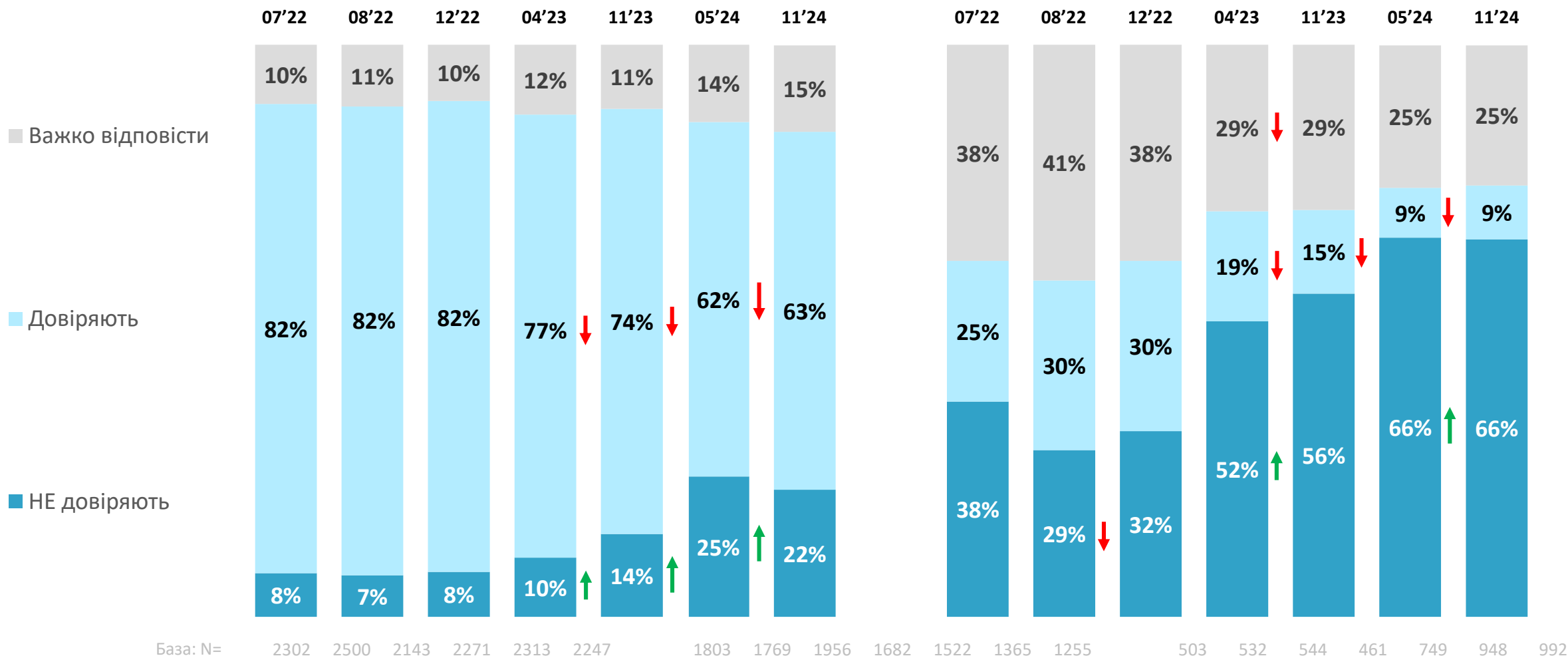
Тренд на зниження довіри до Телемарафону призупинився. Рівень довіри у листопаді склав 39%, водночас тих, хто не довіряє, наразі 42%.



# Зростання недовіри до Телемарафону, що відбувалось протягом 2023 року, продовжилось у 2024, проте у листопаді 2024 цей показник стабілізувався

Довіра до Телемарафону серед глядачів

Довіра до Телемарафону серед НЕ глядачів



Джерело: дослідження Барометр довіри до новин, проведено на замовлення Суспільного компанією Gradus Research в 2022-2024 рр., через мобільний додаток Градус серед населення віком від 18 років на всій території України, крім ТОТ, вибірка щохвилі n=2500

Q. Наскільки Ви довіряєте телемарафону як джерелу новин?

↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Suspilne and do not necessarily reflect the views of the European Union

Публікація підготовлена за фінансової підтримки Європейського Союзу. Її зміст є виключною відповідальністю Суспільного і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу

© 2025 Suspilne Ukraine