



Як медіа перетворилося на броню для кожного українця

Особливості інформаційно-новинного споживання
українцями під час повномасштабної війни

Час змінює не лише нас, але й те, як ми бачимо світ

Україна у вирі війни, а інформація стає зброєю. Погляньмо, як новини стали частиною життя українців та як це вплинуло на медійну галузь



Новини — більше ніж інформація



Україна залишається однією з небагатьох країн, де рівень споживання новин залишається сталим

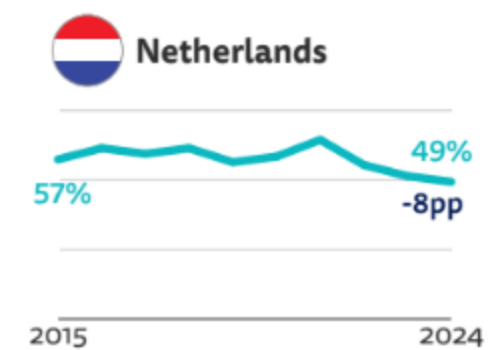
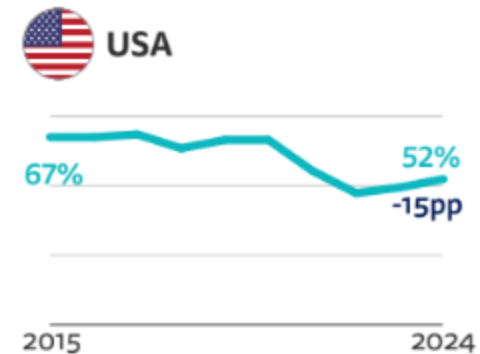
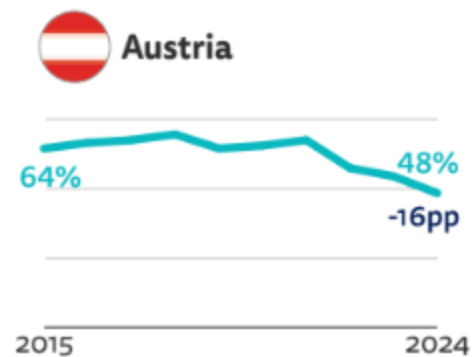
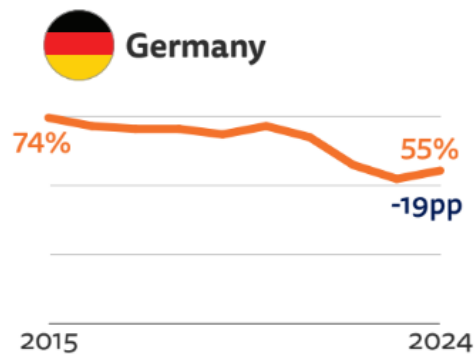
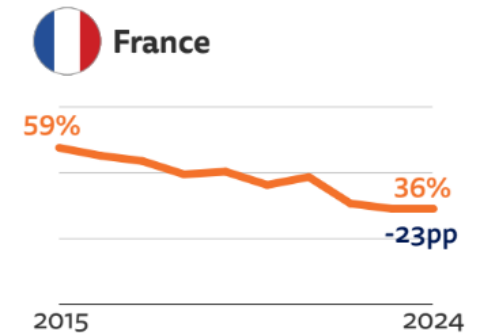
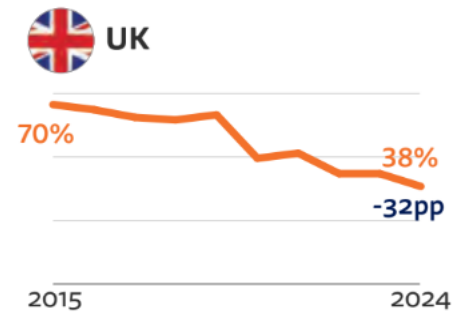
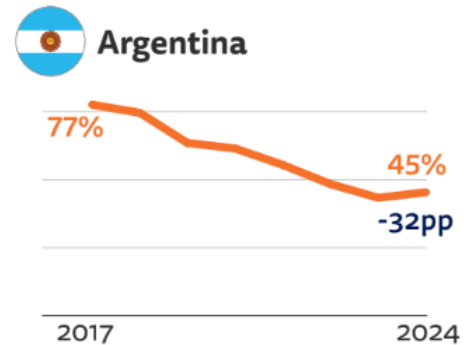
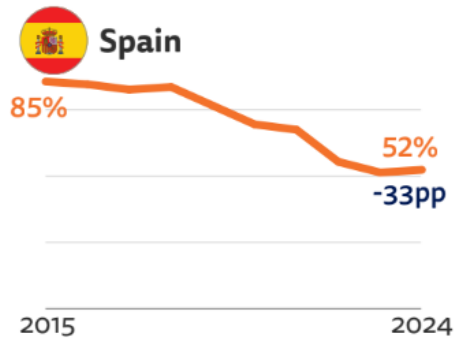
У 2022 році 89% українців споживали як мінімум найважливіші новини. У 2024 році цей показник становить 83%

89% → **83%**
2022 2024



У багатьох країнах світу відбувається зниження інтересу до новин протягом останнього десятиліття

Частка тих, хто зацікавлений у новинному контенті



83% декларують, що споживають як мінімум найважливіші новини

07/2022 08/2022 12/2022 04/2023 11/2023 06/2024

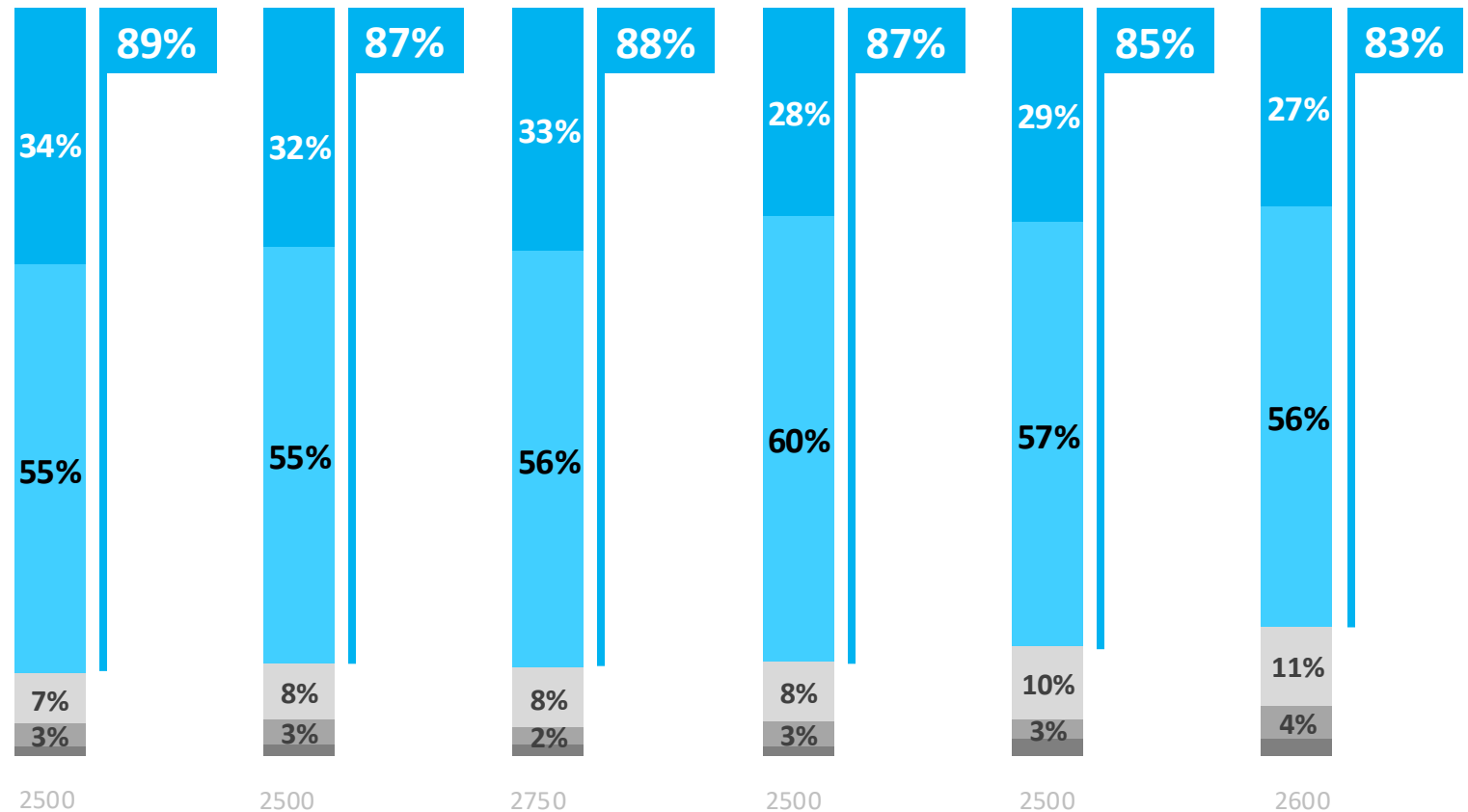
- Споживаю новини у великій кількості
- Споживаю лише найважливіші новини

■ Споживаю новини, тільки якщо потрапляю на них випадково

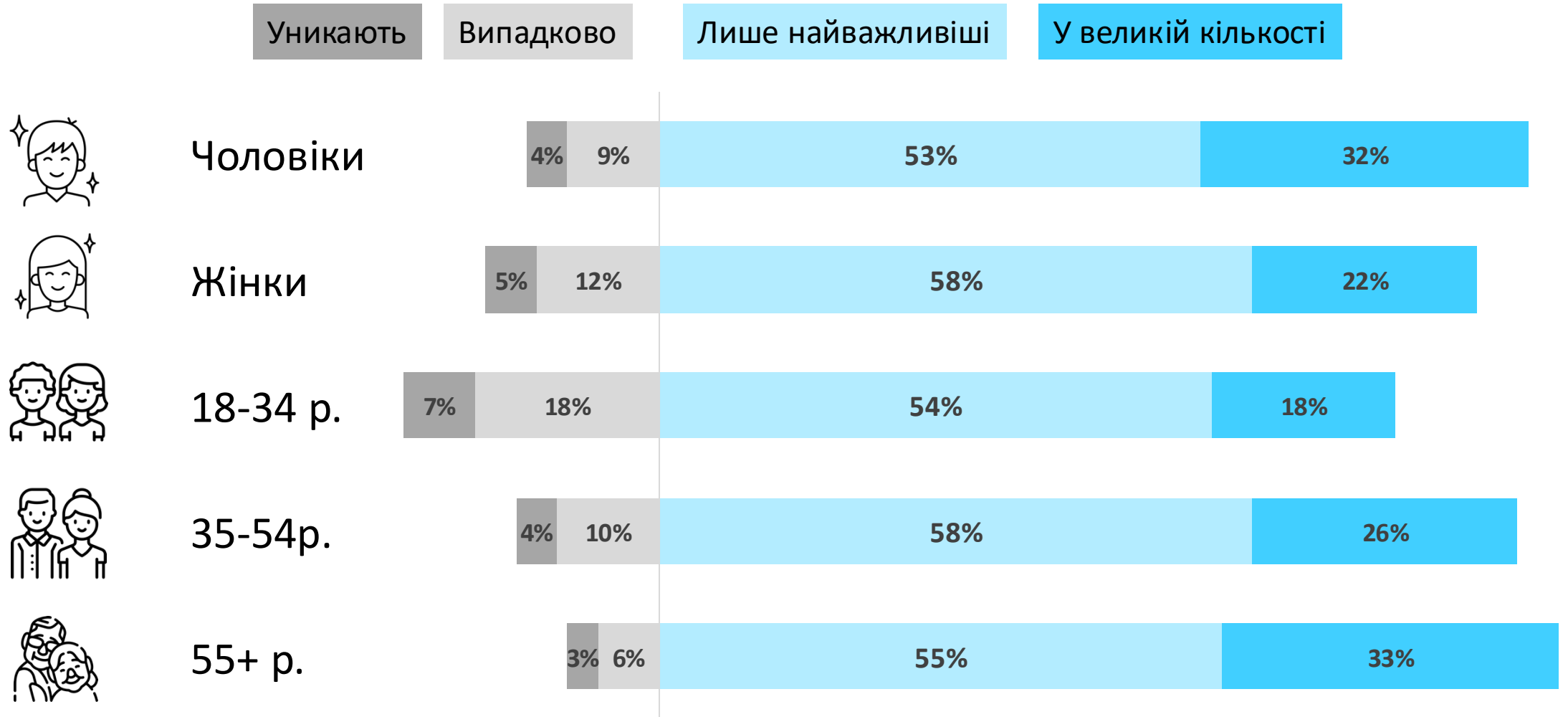
■ Намагаюся уникати новин

■ Важко відповісти

База: N=

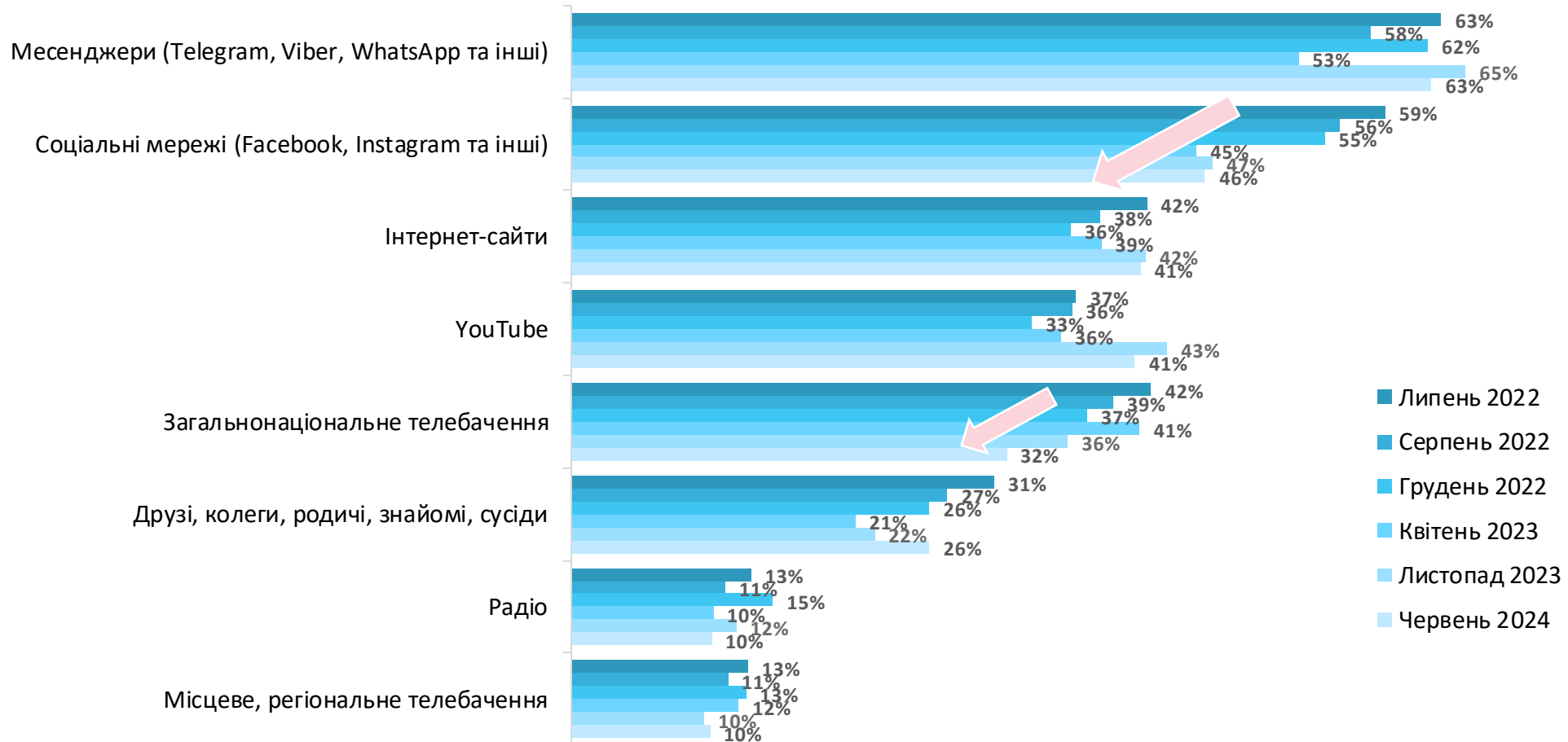


Активність споживання новин в групах

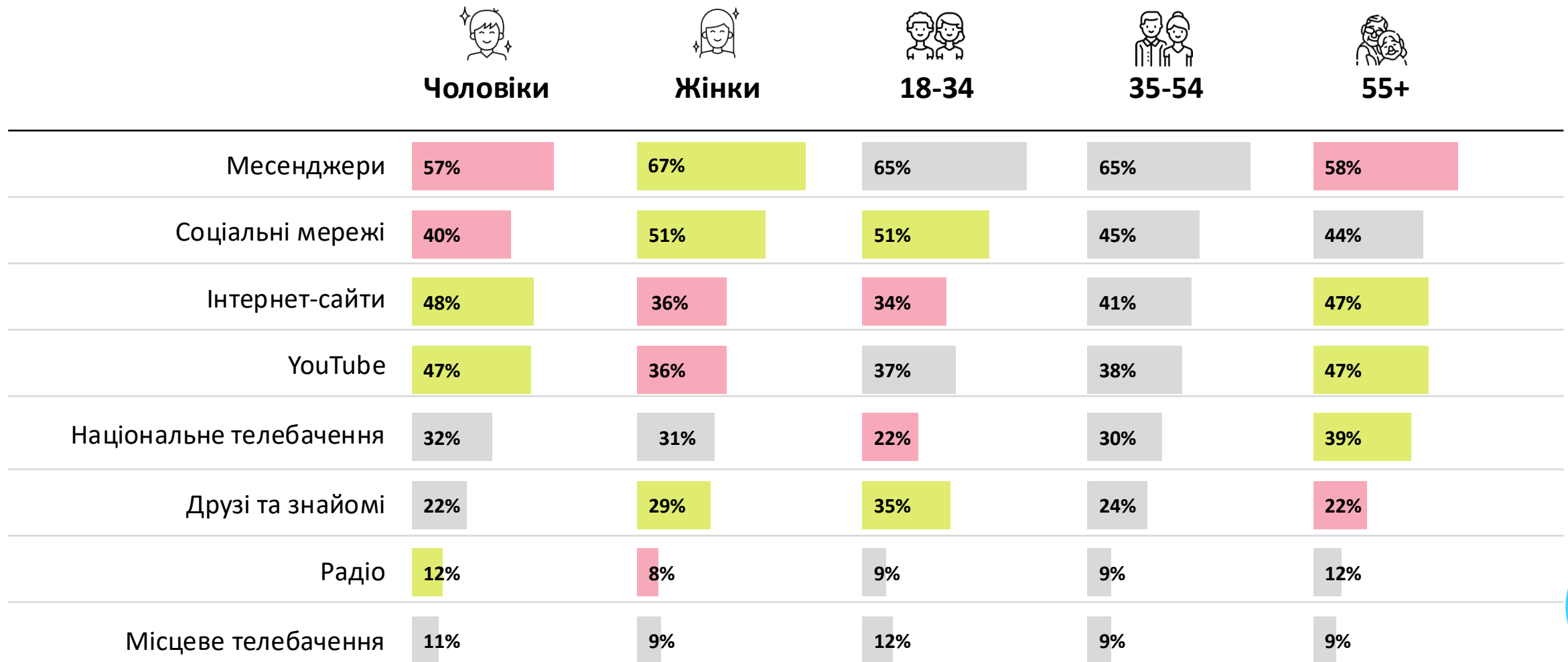


Діджиталізація на повну

Джерела споживання новин



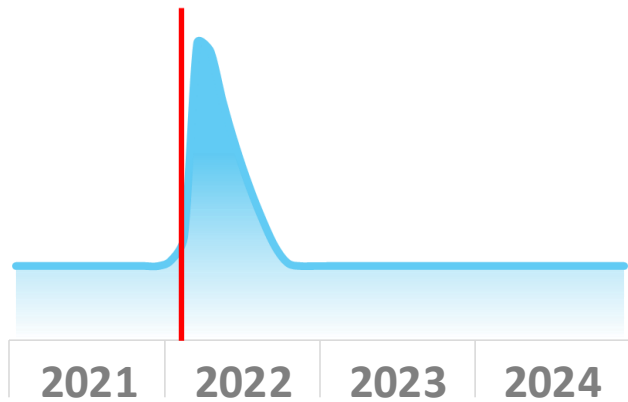
Споживання новинних джерел в демографічних групах



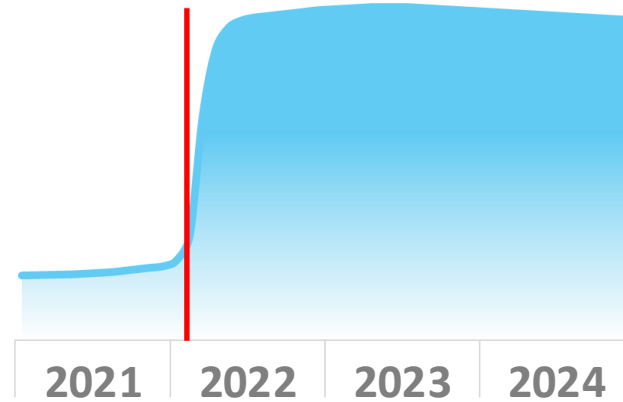
Статистично значущо вищий / нижчий показник для групи, порівняно з Україною в цілому

Типи ефектів **споживання** інформаційно-новинного шквалу після початку повномасштабного вторгнення

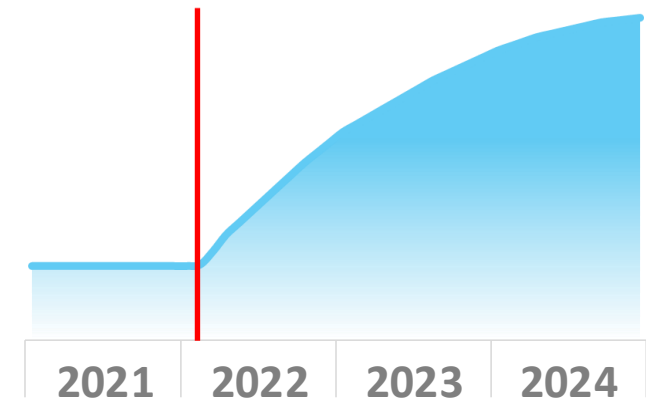
Ситуативний ефект



Вибуховий ефект

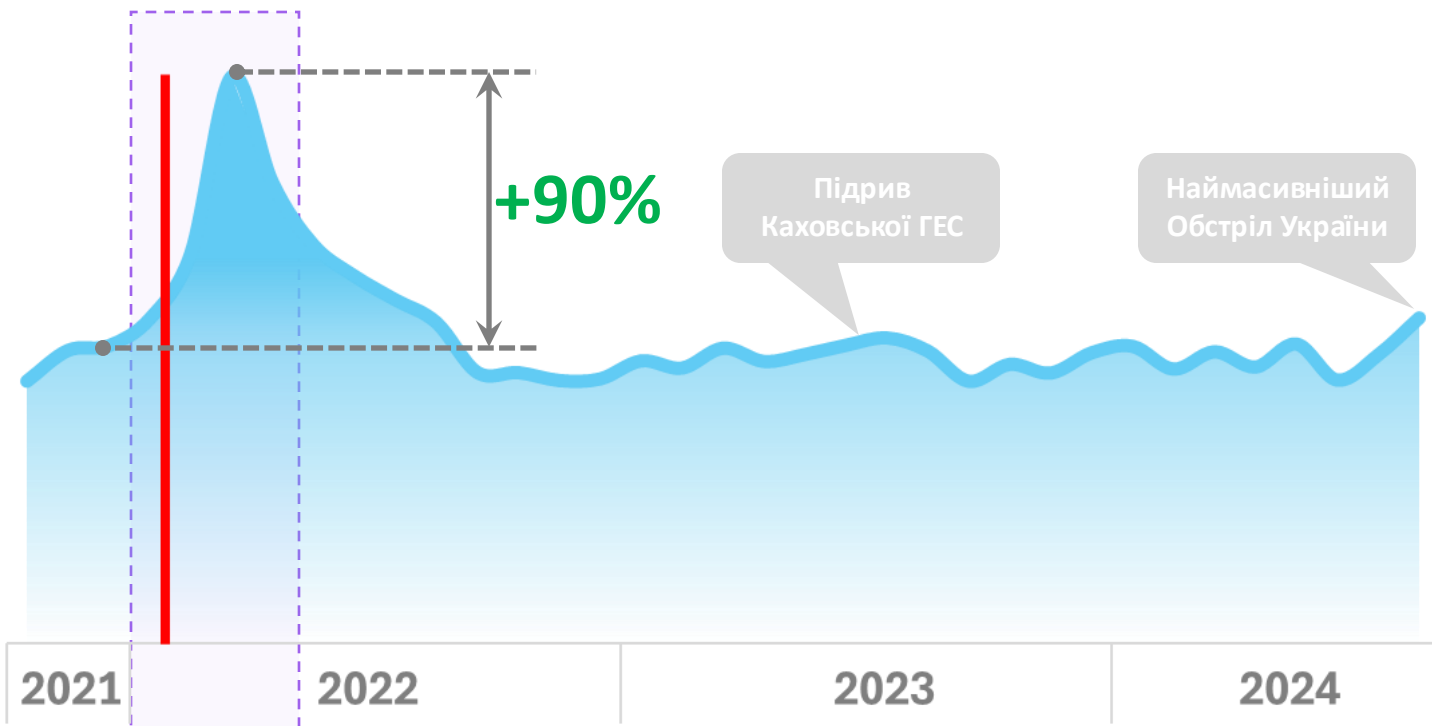


Відкладений ефект



Ситуативне зростання відвідуваності web-сайтів категорії Новини після початку повномасштабного вторгнення

Щомісячні Візити в динаміці



Щоденні Візити в динаміці



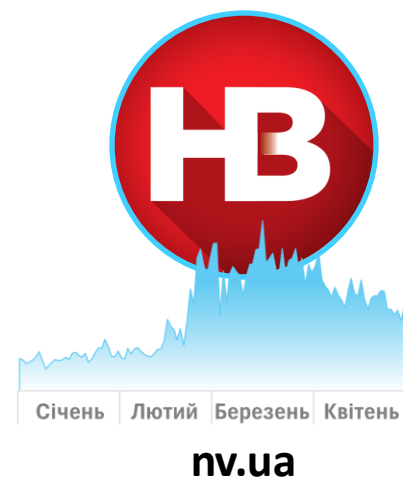
5 новинних web-сайтів по візитах в моменті після початку повномасштабного вторгнення



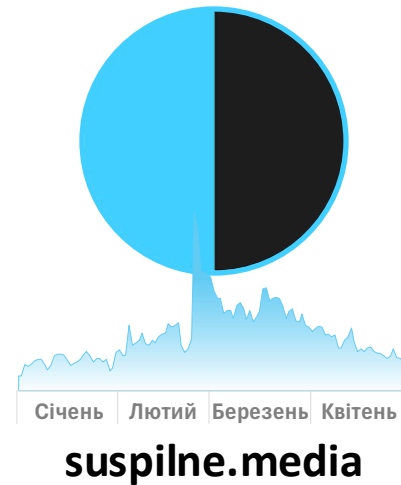
+340%



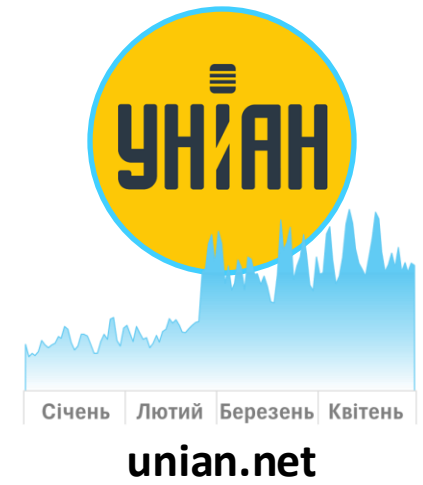
+330%



+300%



+300%



+230%

Зростання кількості **Візитів** в моменті

+250%

+250%

+230%

+260%

+170%

Зростання кількості **Відвідувачів** в моменті



Джерелом новин для споживача в **Telegram** стали не лише інформаційно-новинні канали



**Інформаційно-
новинні
канали**



**Лідери
думок**



**Державні
структури**

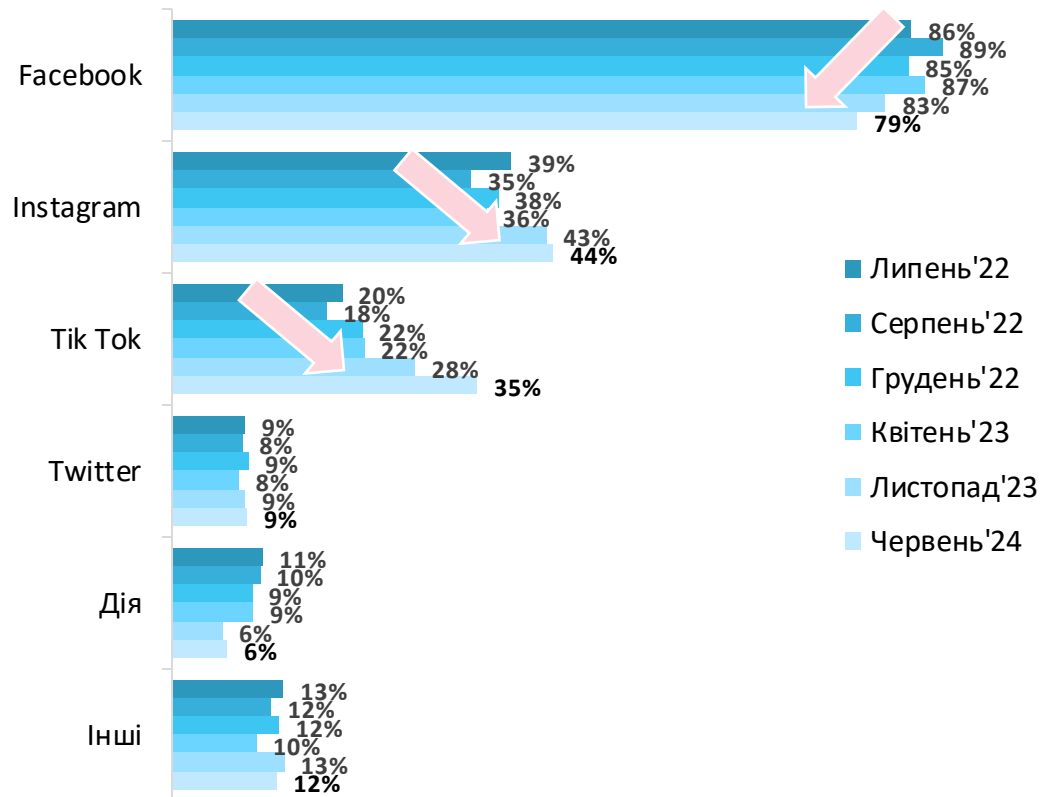


**Місцеві
органи та
канали**

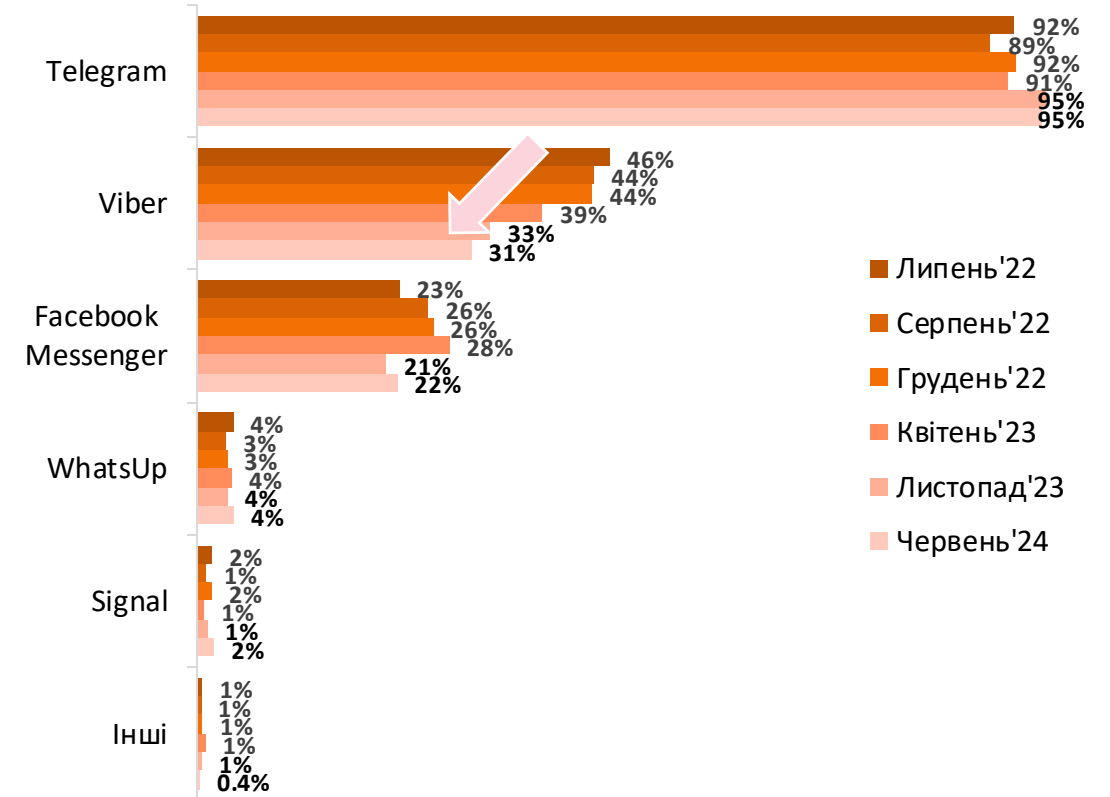


**Канали
сповіщення**

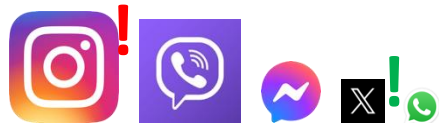
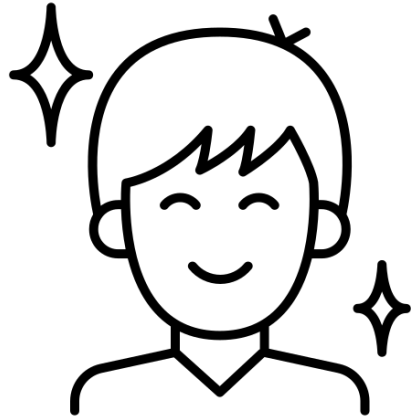
Новини в соціальних мережах



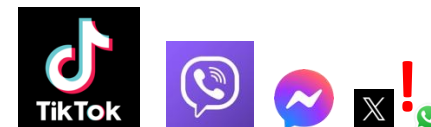
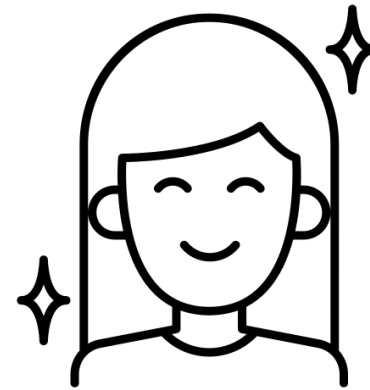
Новини в месенджерах



Чоловіки

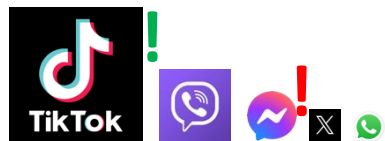
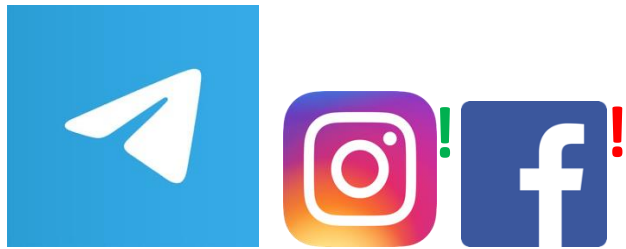
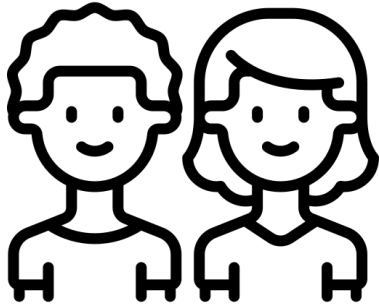


Жінки

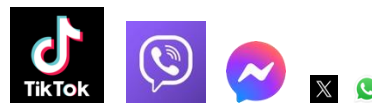
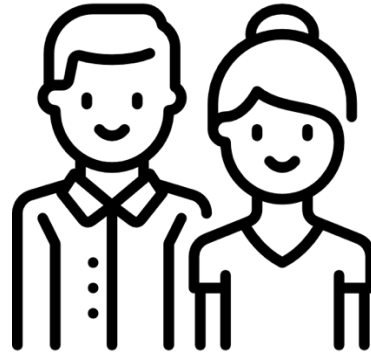


Розмір іконки соцмережі/месенджера
відповідає відсотку осіб з даної вікової групи,
що споживає новини у цій соцмережі/месенджері

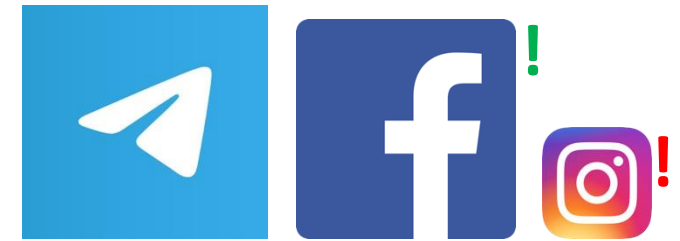
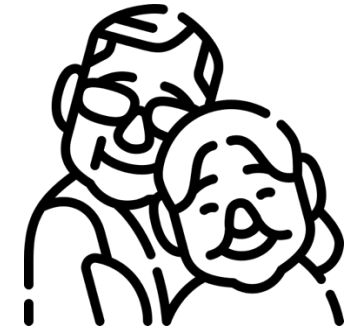
Молодь 18-34



Дорослі 35-54



Літні 55+



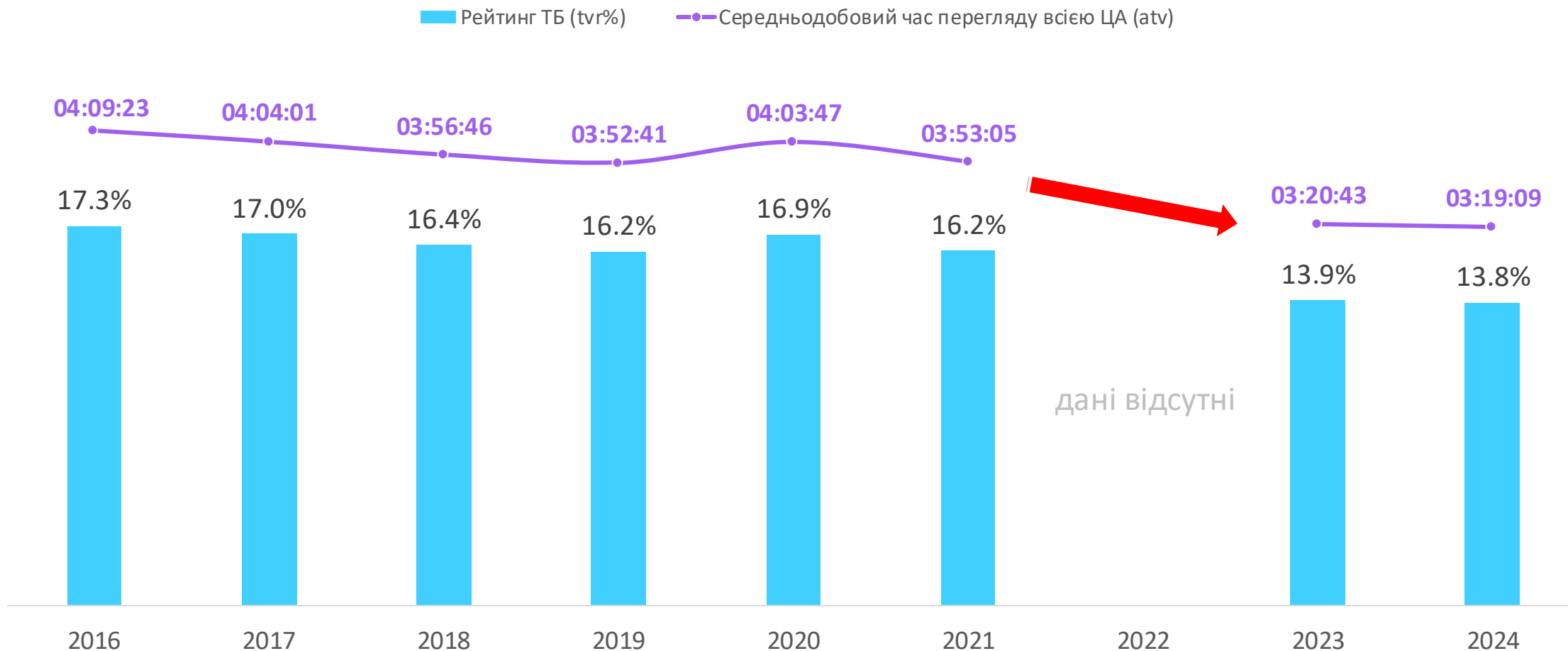
Розмір іконки соцмережі/месенджера
відповідає відсотку осіб з даної вікової групи,
що споживає новини у цій соцмережі/месенджері

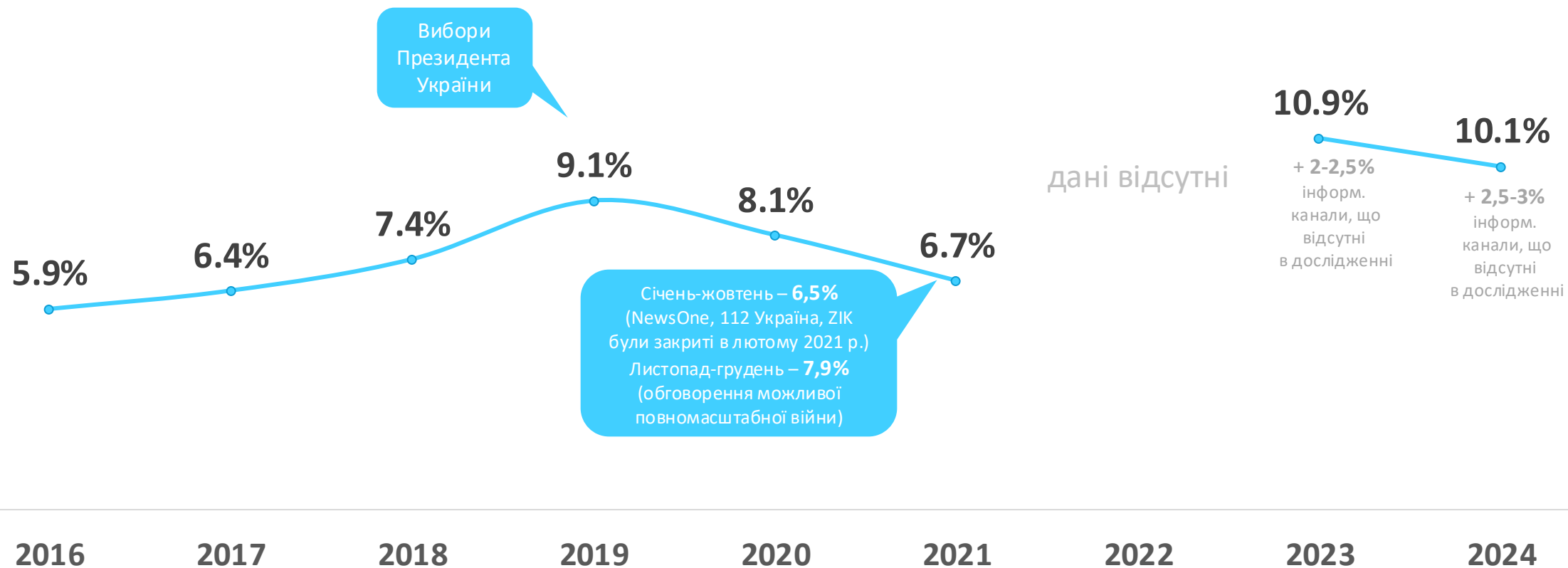
Відкладений ефект зростання YouTube-каналів після початку повномасштабного вторгнення



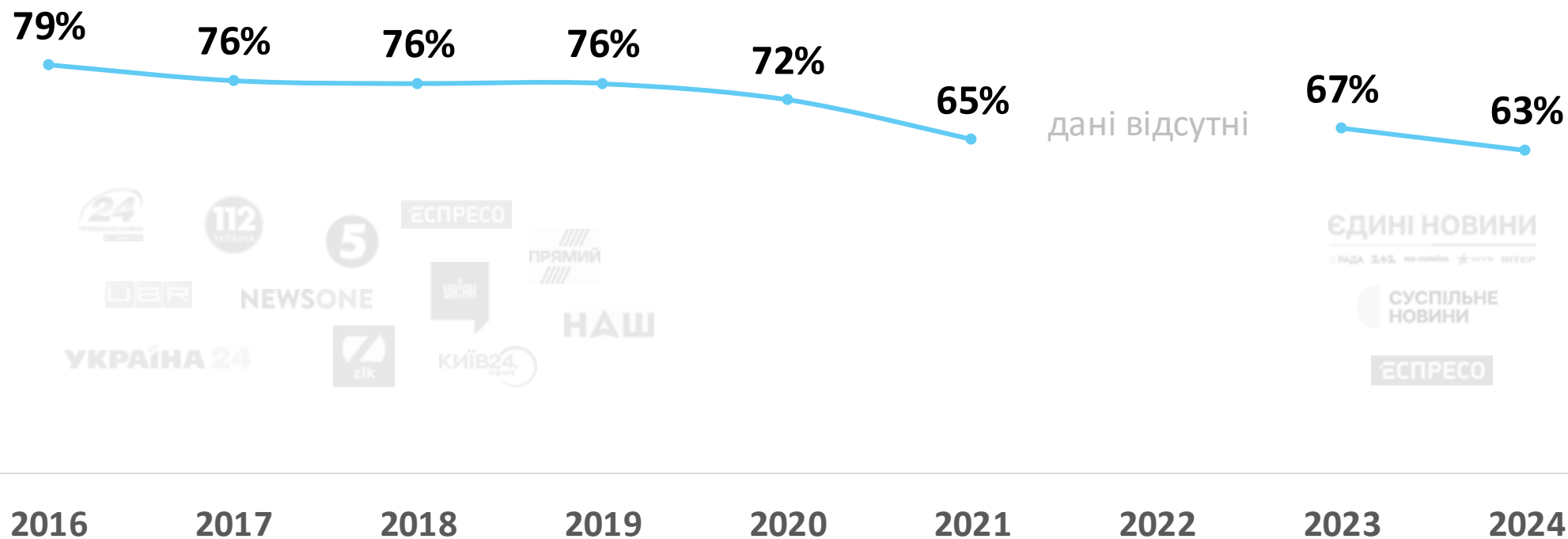
А де ж ТБ ?

ТВ-споживання українцями у 2023-2024 роках скоротилось

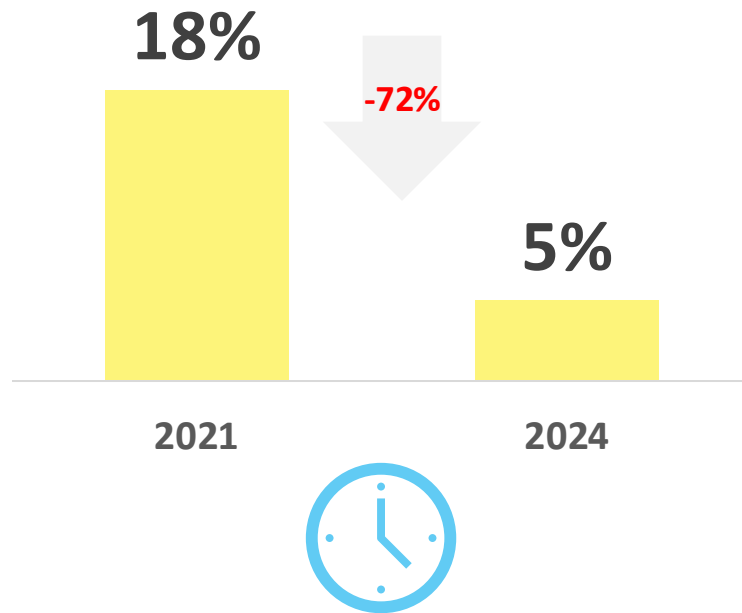




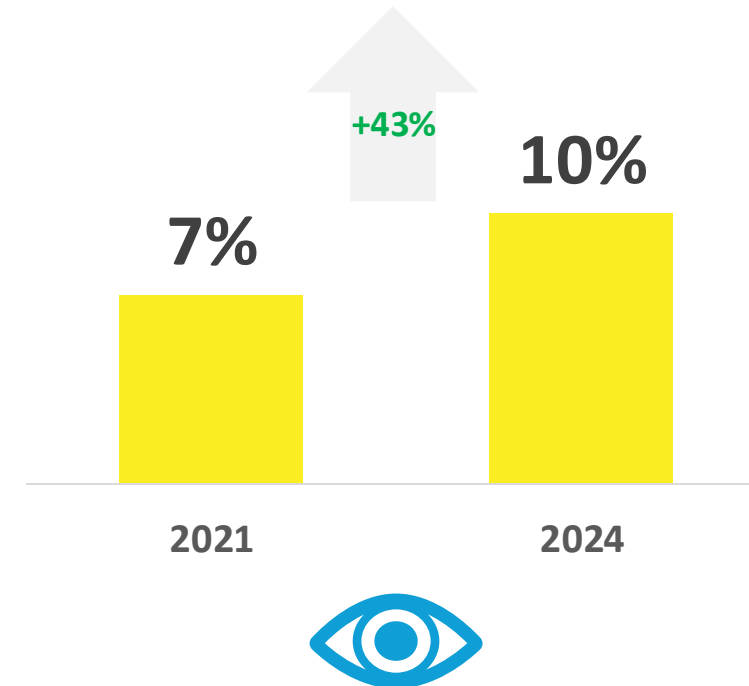
Середньомісячне охоплення інформаційно-новинних телеканалів

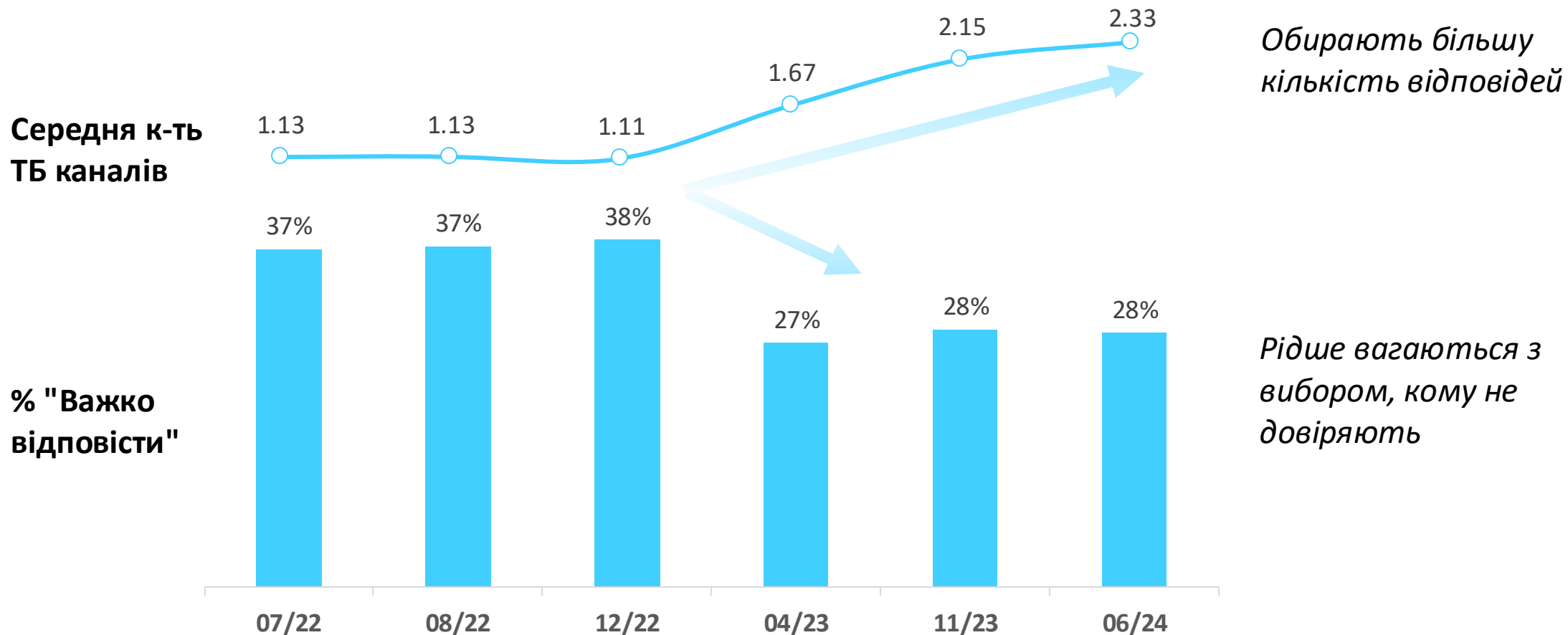


Загальний **хронометраж** новинних каналів від всього ТВ-мовлення



Перегляд новинних каналів від всього телевізійного споживання







Новини стали частиною нашої щоденної реальності, а месенджери — головним джерелом інформації

