

Регіональні ЗМІ в Україні: 2008—Донецьк

Звіт про дослідження
Відділ досліджень ринків та послуг
ГФК Україна
Червень 2008

Контактна особа:
Інна Волосевич
Inna.Volosevych@gfk.com

GfK

Зміст

1. Методологія

2. Основні результати

3. Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні періодичні видання

Читання найпопулярніших газет протягом 6 останніх місяців

Частота читання найпопулярніших національних газет (2008 рік)

Найпопулярніші національні телевізійні канали

Перегляд найпопулярніших телевізійних каналів протягом 6 останніх місяців

Частота перегляду найпопулярнішого національного телебачення (2008 рік)

Найпопулярніше національне радіо

Слухання найпопулярнішого національного радіо протягом 6 останніх місяців

Частота слухання найпопулярнішого національного радіо (2008 рік)

4. Основні результати: регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

Знання без підказки та читання регіональних періодичних видань

Читання різних видань регіональної преси протягом 6 останніх місяців

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Задоволеність якістю регіональних періодичних видань: Донецьк та всі міста (2008 рік)

Місця купівлі регіональних періодичних видань

Час та місця читання регіональних періодичних видань

5. Основні результати: регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

Знання без підказки та перегляд

Перегляд регіонального телебачення протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм новин

Задоволеність інформаційними програмами регіональних телевізійних каналів: Донецьк та всі міста (2008 рік)

6. Основні результати: регіональні радіостанції

Слухання регіональних радіостанцій

Знання без підказки та слухання регіонального радіо

Слухання регіонального радіо протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками програмами новин регіонального радіо

Задоволеність якістю програм новин регіонального радіо: Донецьк та всі міста (2008 рік)

Причини неслухання регіонального радіо

7. Тематика регіональних ЗМІ

8. Користування Інтернетом

9. Опис вибірки



1 **Методологія**

Методологія

- **Вибірка:** в кожній хвилині проведено по 4,450* особистих інтерв'ю (по 350 у Донецьку, Києві, Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Запоріжжі, Львові; та 250 в Миколаєві, Сімферополі, Сумах, Житомирі, Рівному, Чернівцях, Тернополі, Павлограді).
- **Цільова аудиторія:** Доросле населення віком 18-55 років.
- **Похибка вибірки:** Для загальної вибірки максимально можлива (при частоті ознаки 50%) похибка становить **1,5%**. В містах з вибіркою по 350, максимально можлива (при частоті ознаки 50%) похибка - **5,2%**, а в містах з величиною вибірки 250 похибка може сягати **6,2%**.
- **Побудова вибірки:** Використовувалася багатостадійна вибірка, стратифікована за розміром міста та адміністративним районом та кластеризована на етапі відбору поштових відділень.
- **Тривалість польових робіт:** 2 червня — 10 липня 2006 року, 12 травня — 20 червня 2007 року та 1 травня — 15 травня 2008 року.
- **Аналіз:** Задля інтерпретації результатів дослідження для всіх міст, які увійшли в дослідження, дані зважувались по віку та статі відповідно до пропорційного розподілу населення між 15 містами. Для кожного окремого міста дані було зважено по віку та статі відповідно до кількості населення. Мінімальна кількість респондентів в аналізованій групі у звіті становить не менше 50, оскільки при аналізі меншої групи похибка вибірки суттєво зростає і отримані результати були б не надійними. Тому деякі дані (наприклад, причини не читання регіональних періодичних видань) можуть бути не представлені по кожному місту.
- **Інтерпретація:** Оскільки опитування охоплює лише 15 міст, його результати не є репрезентативними для всієї України і можуть розповсюджуватися лише на цих 15 міст.
- Газети, телевізійні канали та радіо вважаються регіональними, якщо вони поширені не більше ніж в 5-ти обласних центрах.
- Люди, які читали/дивилися/слухали ЗМІ протягом останніх 6 місяців, надалі називатимуться Читачі, Глядачі або Слухачі відповідно.
- Статистично значимі (з ймовірністю 90%) зміни між групами респондентів позначені кружечками і стрілочками (червоний колір – зростання, чорний – зменшення).

**Дані наведені без зважування*



Основні результати

ЗМІ в Донецьку: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

6

- У 2008 році зміни в користуванні ЗМІ в Донецьку відбулися лише на регіональному медіа ринку і лише для місцевого радіо. У порівнянні з 2007 роком в 2008 році **єдина зміна – це 14% збільшення аудиторії регіональних радіостанцій** – з 55% до 69%.
- Кількість споживачів загальнонаціональних медіа залишилась такою ж як в 2007 році. **71% населення читають загальнонаціональні щоденні газети, 99% дивляться загальнонаціональні телеканали і 81% слухають загальнонаціональні радіостанції.**

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- У 2008 році порівняно з 2007 **загальний рівень задоволеності регіональною пресою та інформаційними програмами на регіональних телеканалах зменшився**, хоча кількість читачів та глядачів не змінилась.
- Рівень задоволеності регіональними інформаційними радіопрограмами не змінився.** Єдина характеристика з вищим рівнем задоволення *Вичерпність поданої інформації.*

Тематика регіональних ЗМІ в 2008 році

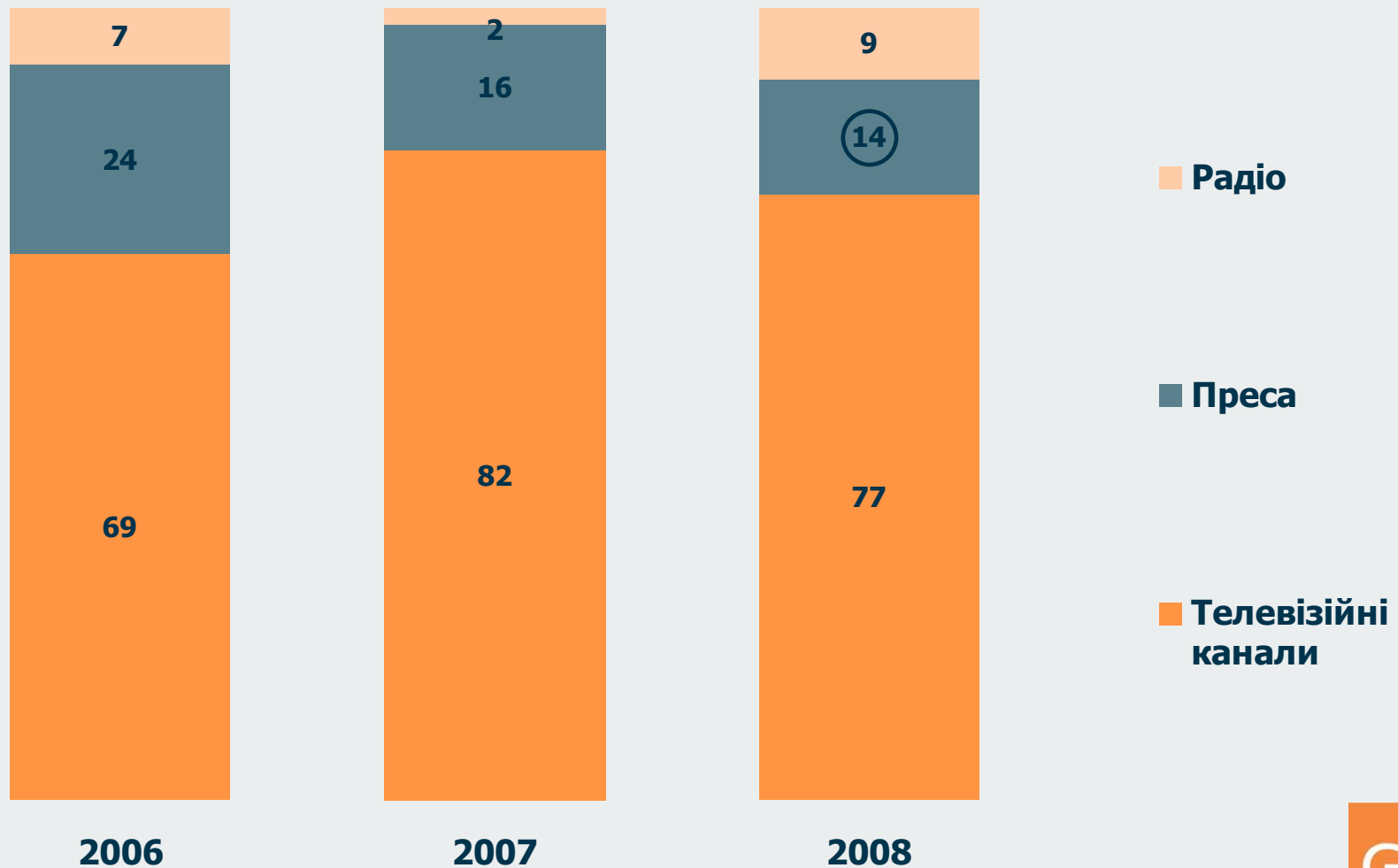
- Оцінка тем, які висвітлюються місцевими ЗМІ засвідчила, що в 2008 році мешканці Донецька відчувають брак інформації щодо інших тем, ніж у 2007 році. Так, нецікавими стали теми ***Світська хроніка /розважальна інформація та Культурне життя.*** У 2008 році регіональним ЗМІ варто приділити увагу темам, що стосуються щоденного бізнесу та соціальних проблем – таких як ***Оподаткування, Банки / Страхування, Аналіз нових законів, Інформація про різні галузі промисловості, Проблеми сільського господарства.***

Преференції певних типів інформаційних джерел в 2008

- Відсоток респондентів, що надають перевагу отриманню інформації через телебачення, не змінився і є на рівні 77%. А кількість тих, хто надає перевагу отримувати інформацію з радіо, зменшилася з 16% в 2007 до 14% в 2008.

З якого типу ЗМІ ви бажаєте отримувати цікаву для вас інформацію?

% до всіх респондентів, N=350





Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- Порівняно з 2007 у 2008 році рівень читання національних періодичних видань в Донецьку значуще не змінився (67% в 2007 і 71% в 2008 році).
- Найпопулярнішими щоденними виданнями залишились "Сегодня", "Комсомольская правда в Украине" і "Факты и комментарии". Найбільше зростання аудиторії зафіксовано у газет "Вечерние вести" та "Урядовий кур'єр" (на 12% та на 9% більше читачів у 2008 році). "Известия Украина", "Експрес об'ява", "Молодь України" і "Високий замок" завоювали до 5% більше читачів в 2008 році, ніж в 2007.
- Мешканці кожного міста мають "улюблені" національні видання, які в даному місті мають більше читачів, ніж в усіх містах. В Донецьку такими виданнями є "Сегодня" (на 16% більше читачів), "Комсомольская правда в Украине" (на 13% більше читачів), "Урядовий кур'єр" (на 10% більше читачів), "Труд" (на 10% більше читачів), "Украинский футбол" (на 3% більше читачів), "Известия Украина" (на 6% більше читачів), "Експрес об'ява" (на 4% більше читачів), "День" (на 3% більше) і "Молодь України" (на 3% більше).

Найпопулярніші національні телевізійні канали

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів загалом не змінився. В Донецьку лідерами серед національних телеканалів є "Інтер" (96%), "1+1" (95%) та "ТРК Україна" (83%). Кількість глядачів цих каналів залишається незмінною впродовж останніх трьох років дослідження.
- Зросла кількість глядачів лише у "УТ-1" на 13% (з 43% до 56%).
- В Донецьку порівняно з усіма іншими містами більшою популярністю користуються "Інтер", "1+1" та "ТРК Україна". І лише "5 канал" на 5% менш популярний.
- "Інтер" та "1+1" є каналами, які переглядають найчастіше. Близько 68% респондентів дивляться цей телеканал щодня або майже щодня. Найрідше жителі Донецька дивляться "5 канал" (23% глядачів приділяють йому увагу щоденно).

Найпопулярніші національні радіостанції

- В 2008 році кількість слухачів найбільш популярних національних радіостанцій не змінилась (86% в 2007 і 81% в 2008 році).
- Чотирма найрейтинговішими національними радіостанціями в Донецьку є "Хіт ФМ" (43%), "Європа плюс" (39%), "Русское радио" (39%) та радіо "Шансон" (34%).
- Найсуттєвіше зростання аудиторія відбулося для "Кісс ФМ" на 13% (з 6% до 19%). Значно покращили свою популярність також "Гала радіо" (на 5% більше), "Радіо Ера" (на 5% більше), "Радіо Свобода" (на 5% більше), "BBC" (на 5% більше) та "Голос Америки" (на 2% більше). І тільки "Авторадіо" стало на 8% менш популярним у 2008 році.
- Донецьк вирізняється з-поміж усіх міст вищим рівнем слухання національного радіо (81% слухачів в Донецьку порівняно з 74% в усіх містах). Найбільший розрив спостерігається для "Європа плюс" (на 18% більше слухачів в Донецьку). Менше слухачів у Донецьку лише у "Першого каналу національного радіо".

Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N(в кожній хвили)=350

ЧИТАННЯ В ДОНЕЦЬКУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

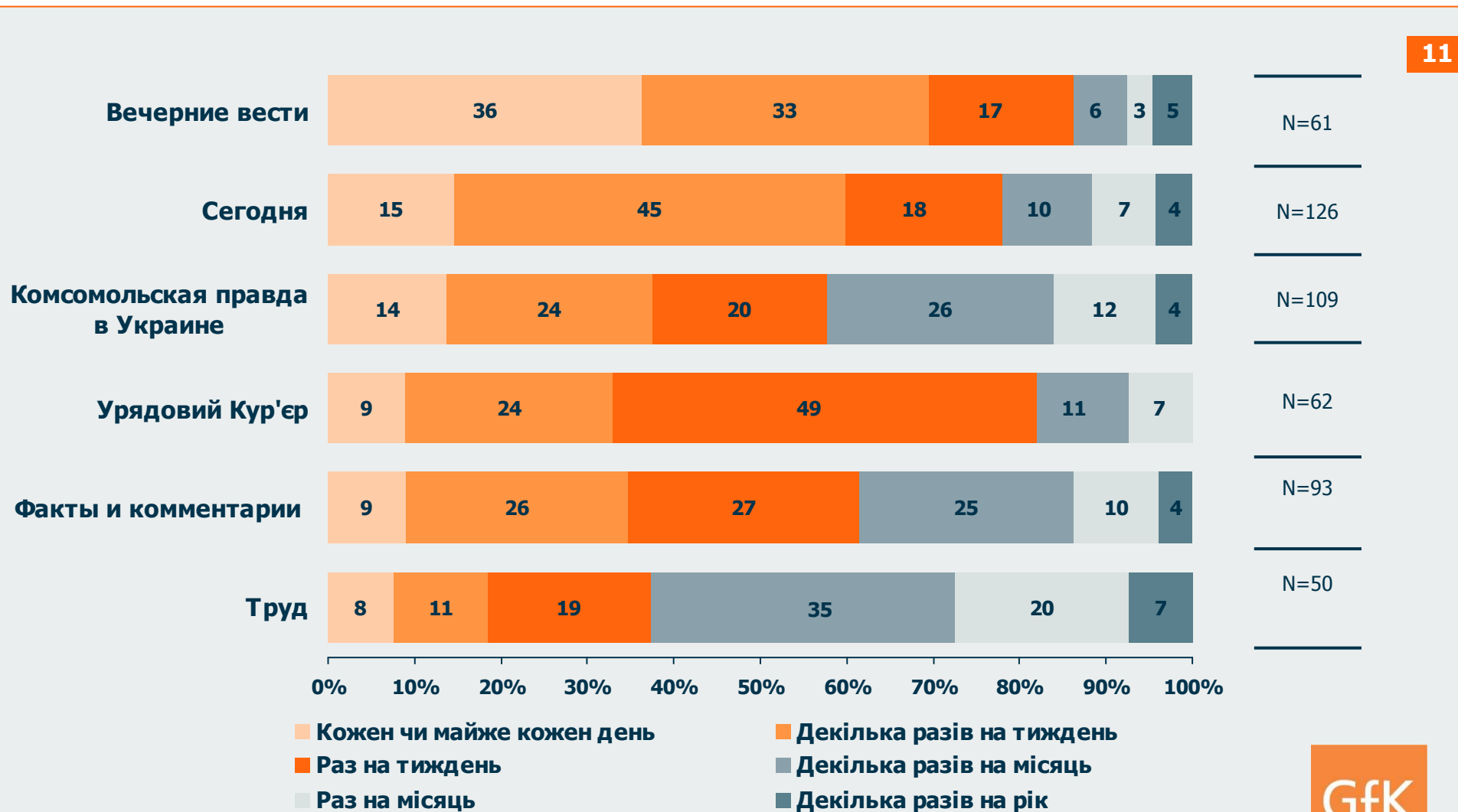


% до всіх респондентів, N(Донецьк)=350, N(всі міста)=4450

GfK

Частота читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців (2008 рік)

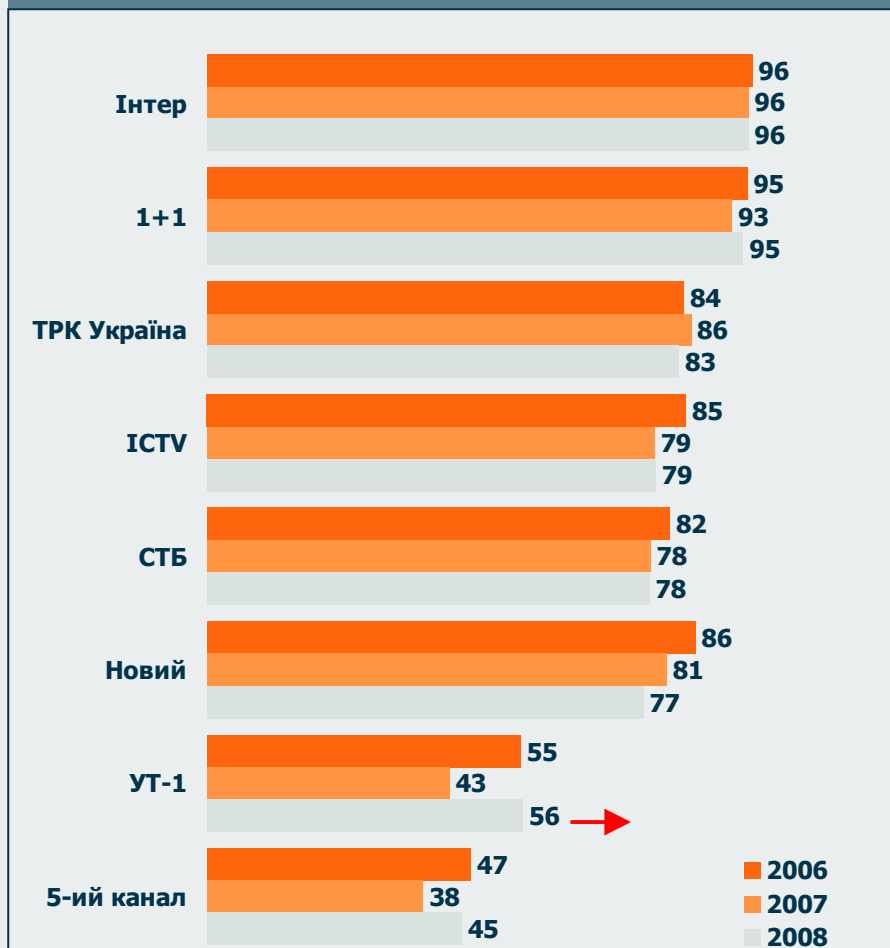
% до читачів кожного національного видання



Примітка: Кількість читачів решти видань є замалою для подання детальнішої інформації

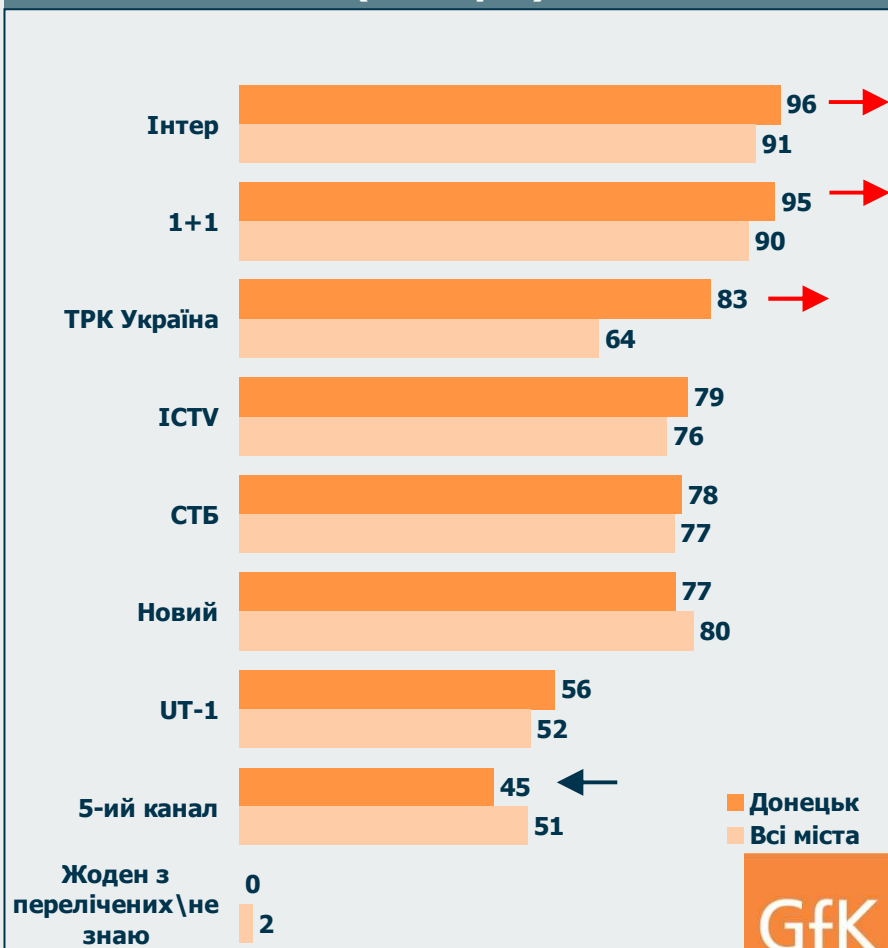
Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2005-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

ПЕРЕГЛЯД В ДОНЕЦЬКУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



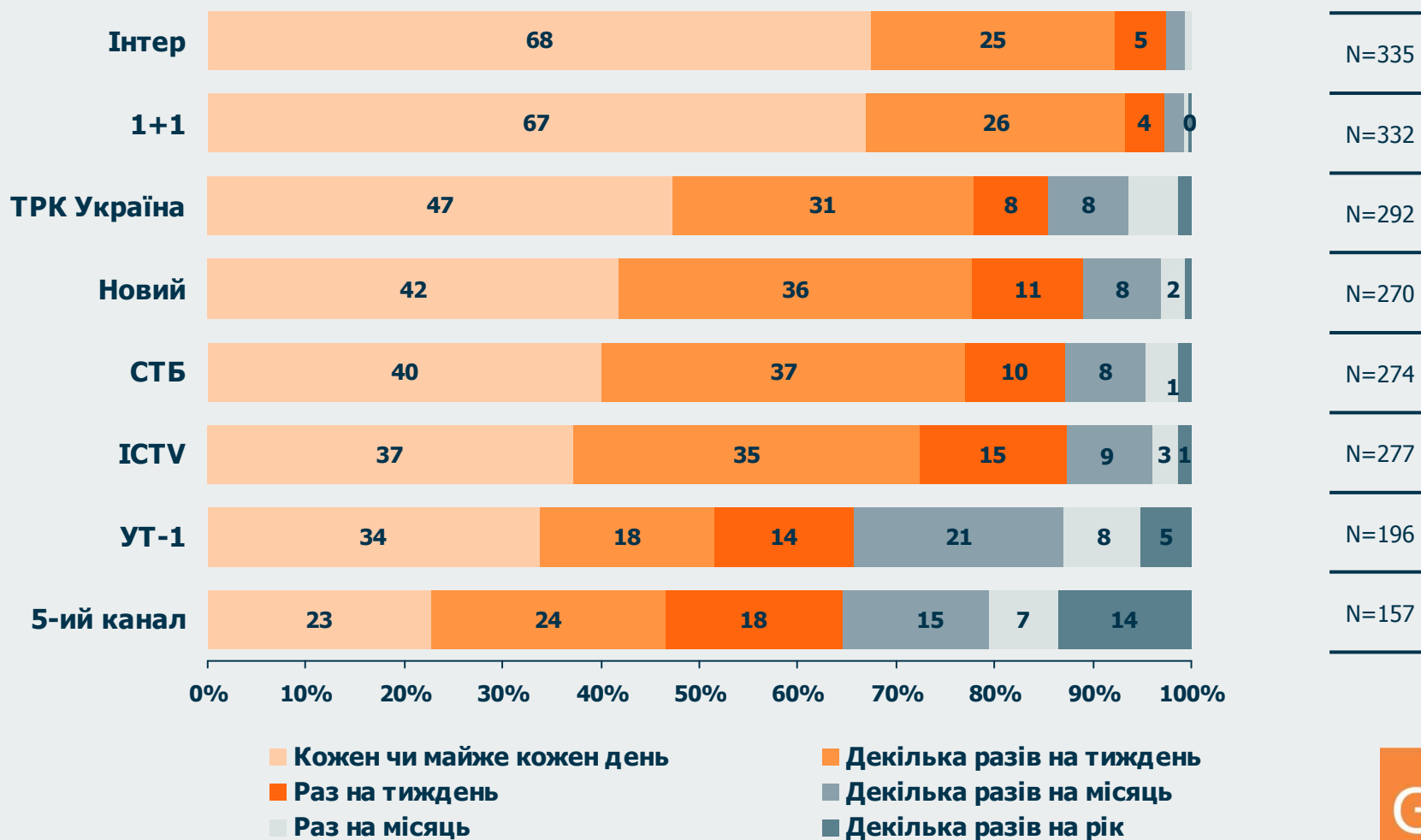
% до всіх респондентів, N(Донецьк)=350, N(всі міста)=4450

GfK

Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців (2008 рік)

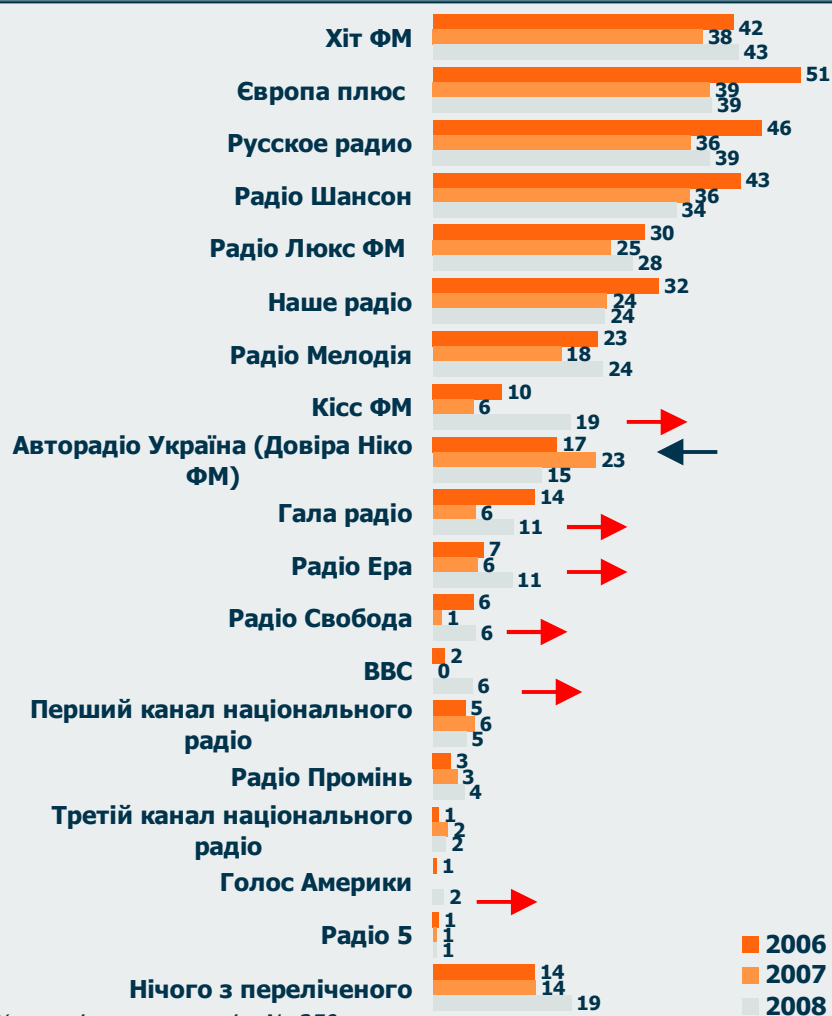
% до глядачів кожного національного каналу

13



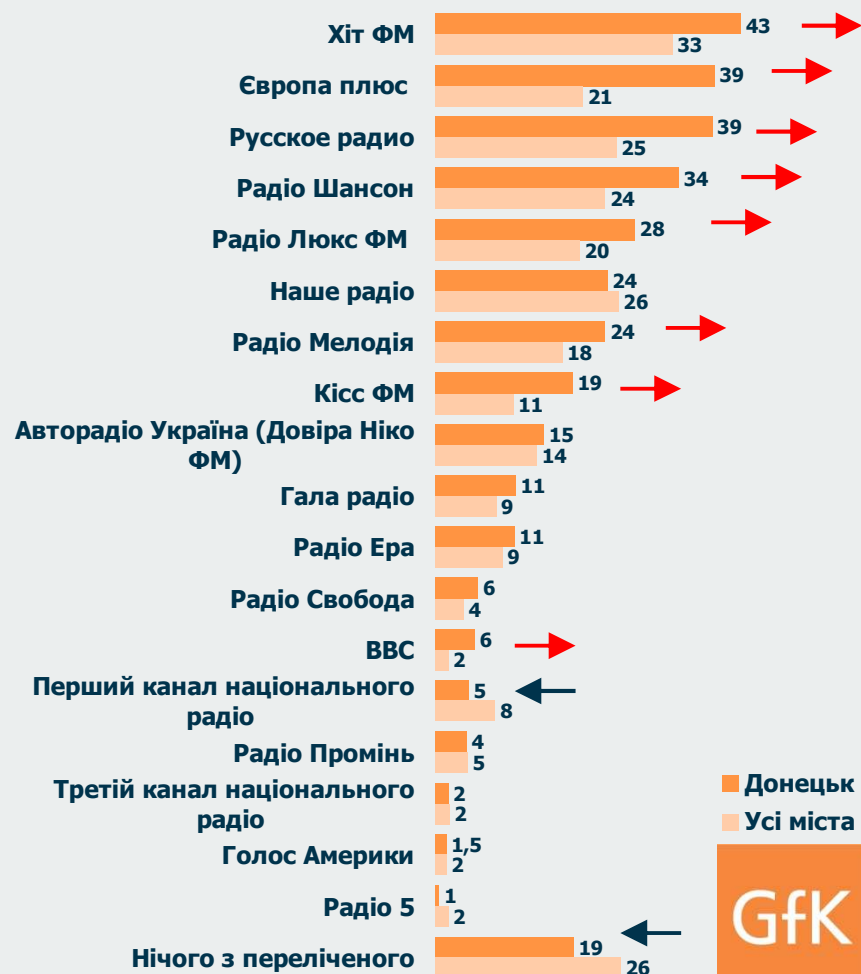
Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙВ 2005-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

СЛУХАННЯ В ДОНЕЦЬКУ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

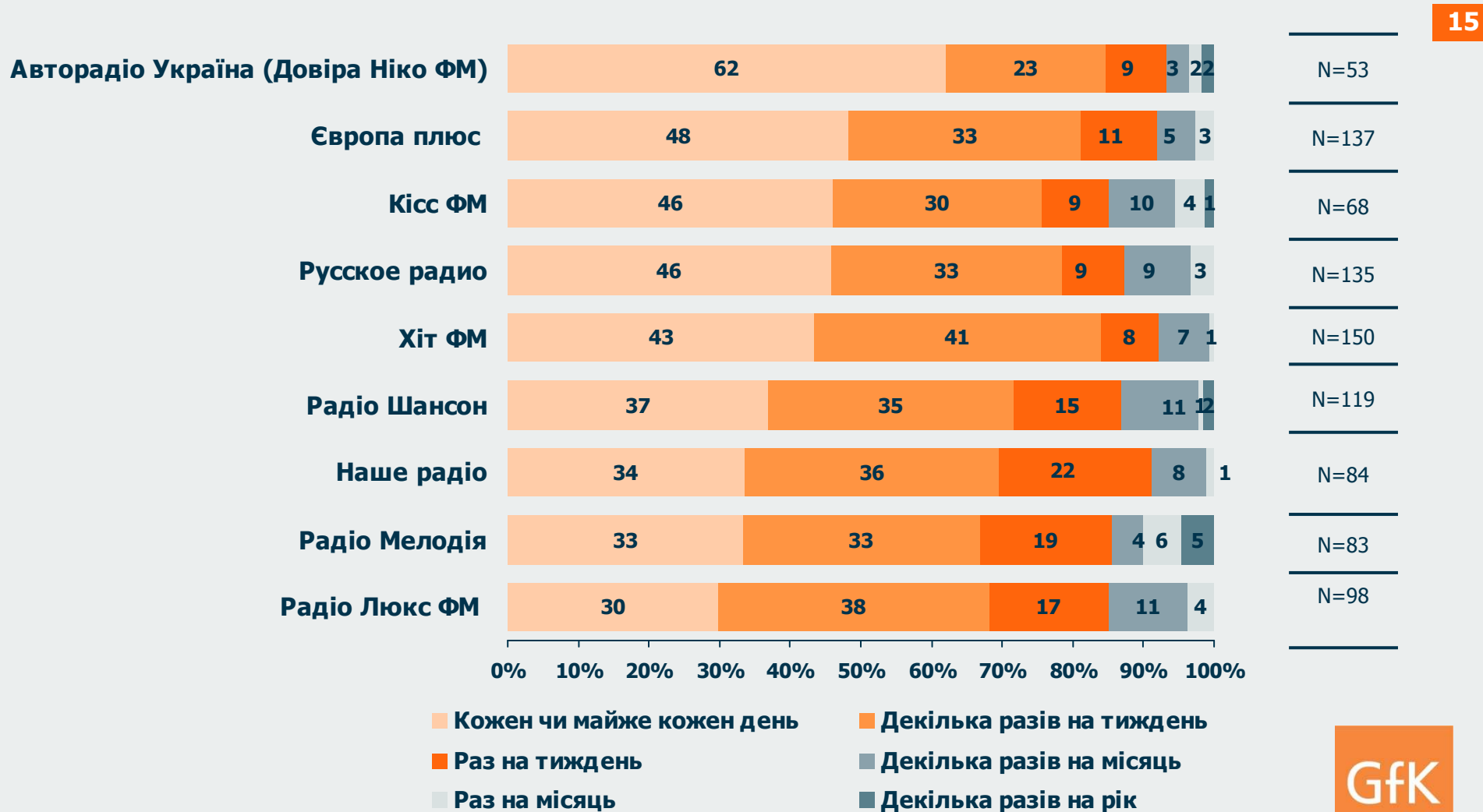


% до всіх респондентів, N(Донецьк)=350, N(всі міста)=4450

GfK

Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008 рік)

% до слухачів кожної національної радіостанції



Примітка: Кількість слухачів решти станцій є замалою для подання детальнішої інформації

4

Основні результати: регіональні періодичні видання

Регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

- Порівняно з 2007 в 2008 роком рівень читання регіональних періодичних видань в Донецьку значимо не змінився (86% в 2007 супроти 88% в 2008).
- Лідерами ринку є "Вечерний Донецк" (29%) і "Панорама" (27%). Кількість читачів газет "Вечерний Донецк", "Алло", "Гид ТВ. Донецкая визитка" та "Жизнь" зменшилася, тоді як аудиторія інших видань зростає. Це в основному стосується "ТВ-плюс" (на 9% більше читачів), "Донбас" (на 4% більше читачів), "Экспресс ТВ" (на 5% більше читачів), "Газета в газете" (на 6% більше читачів) та "Негоціант" (на 4% більше читачів).
- Серед читачів лише 5% читає кожен чи майже кожен номер газети і 18% читають кожен другий номер. Значна більшість (76%) читає місцеву періодику зрідка.

17

Задоволеність регіональною пресою

- Порівняно з 2007 в 2008 році читачі донецьких регіональних видань в цілому менше задоволені ними. Лише задоволеність *Вичерпністю інформації та Об'єктивністю та достовірністю інформації* зростає.
- **Основними перевагами** донецьких регіональних видань порівняно з усіма іншими містами є *Оформлення видань та Вичерпність інформації*.
- До **основних недоліків** належить *Ціна видань та Наявність їх у продажу*.
- **Другорядними перевагами** є *Важливість інформації особисто для читача, Стиль подачі інформації, Об'єктивність та достовірність інформації та Оперативність інформації*.

Місця купівлі регіональних періодичних видань

- У 2008 році зменшилася кількість тих, хто купує регіональну періодику в газетних кіосках з 69% до 60%, проте вони і досі є найпопулярнішими місцями придбання періодику. Збільшилася кількість людей, які купують газети з рук з 4% в 2007 до 12% в 2008.

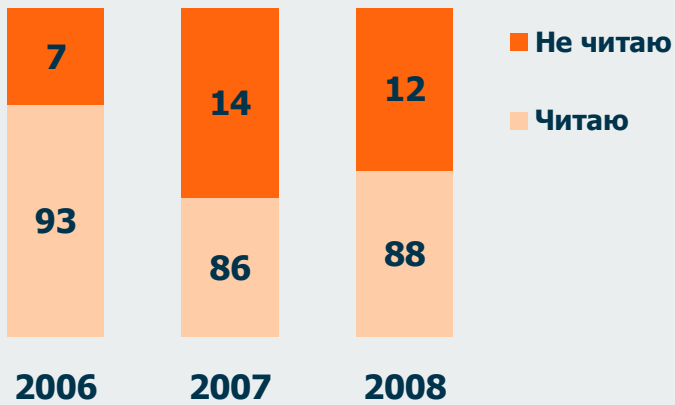
Час і місце читання регіональних періодичних видань

- У 2008 році сталою залишається тенденція збільшення частки респондентів, які читають пресу в будні дні та на роботі. Більшість і надалі читає газети ввечері вдома, хоча кількість тих, хто читає вдома зменшилася з 91% в 2007 році до 78% в 2008 році.

Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ



% до всіх респондентів, N=350

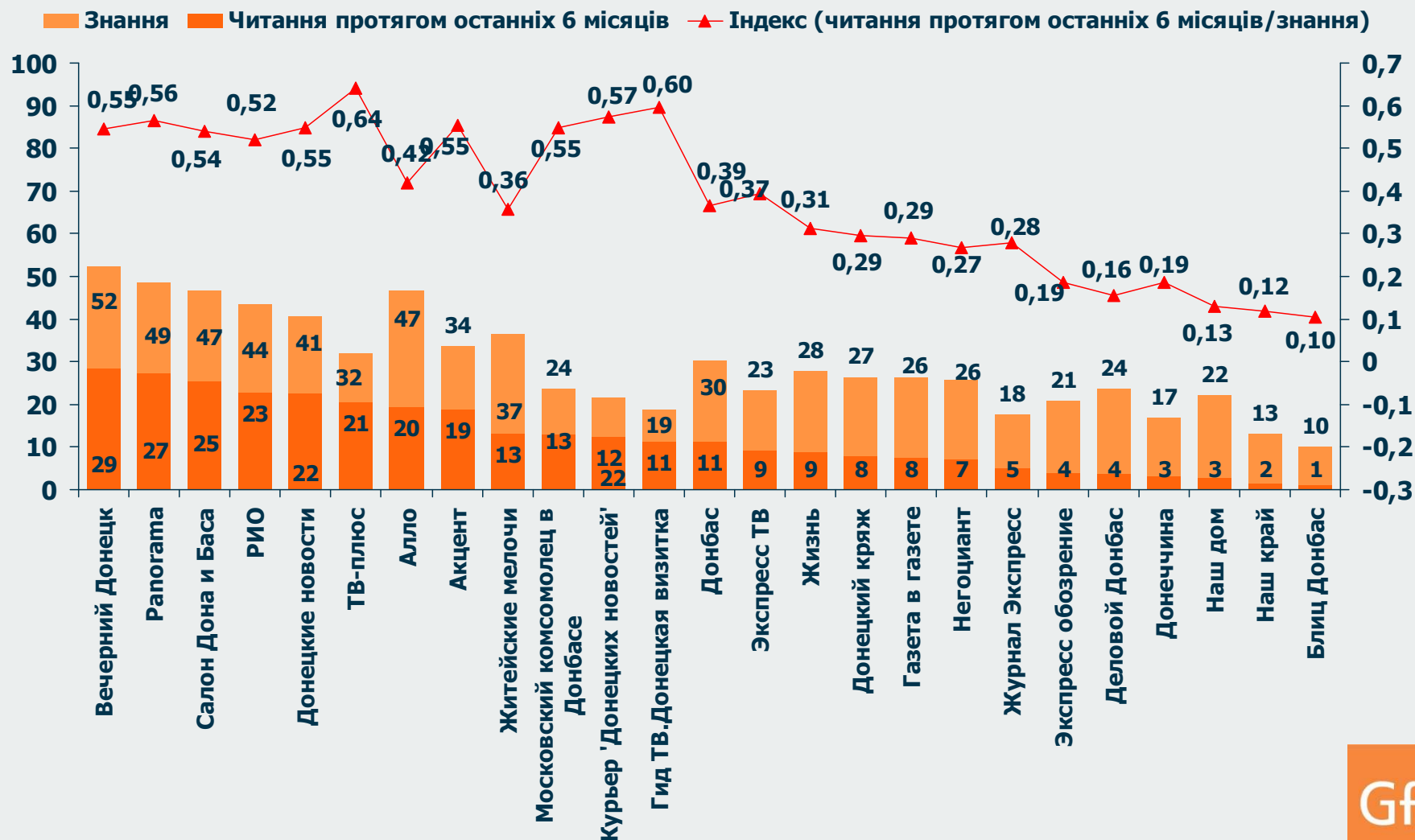
ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



% до всіх читачів регіональної преси, N=307

Знання та читання регіональної періодичної преси (2008 рік)

% до всіх респондентів, N=350



Читання різних видань регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, N=350



20

■ 2006
■ 2007
■ 2008

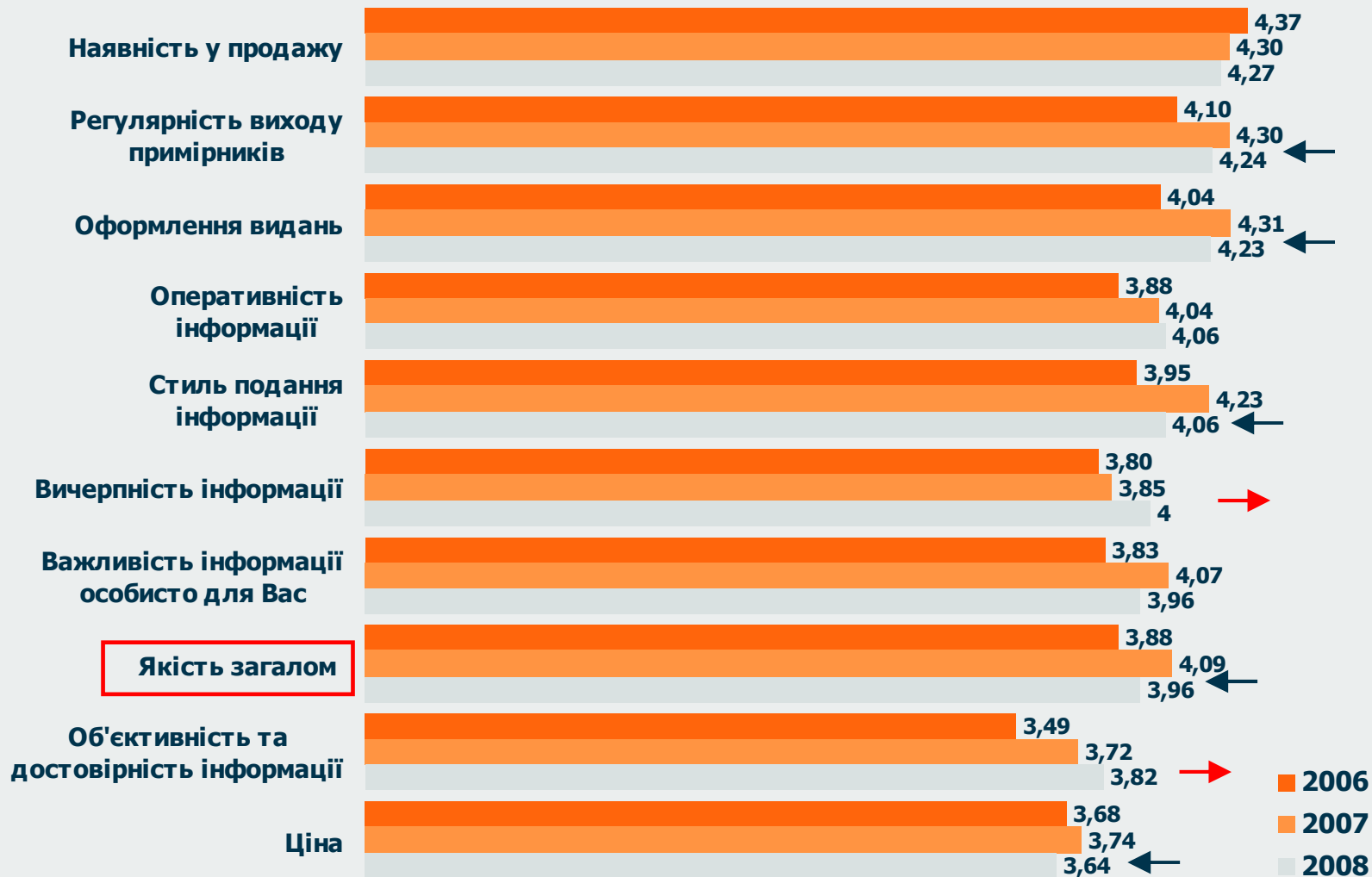
GfK

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

21



GfK

Задоволеність якістю регіональних періодичних видань : Донецьк та всі міста (2008 рік)

Негативна різниця означає, що в Донецьку люди менше задоволені відповідними характеристиками, ніж у всіх містах

22

Основні недоліки

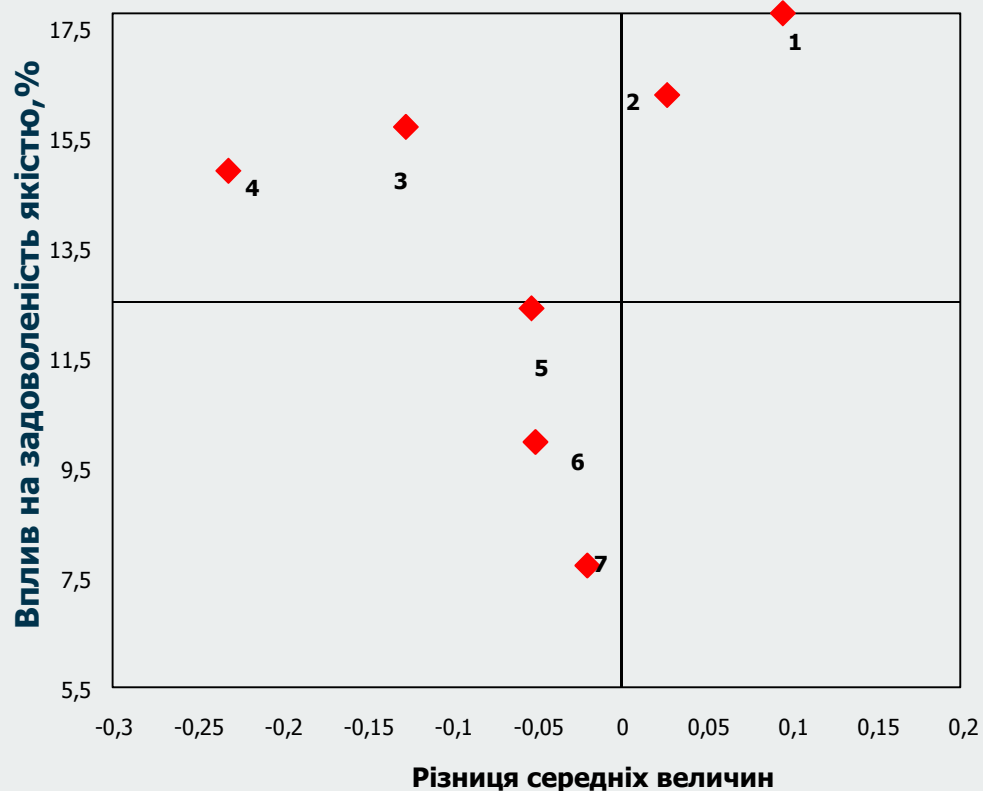
- 3 - Ціна
- 4 - Наявність у продажу

Другорядні переваги

- 5 - Важливість інформації особисто для Вас
- 6 - Стиль подання інформації
- 7 - Об'єктивність та достовірність інформації
- 8 - Оперативність інформації

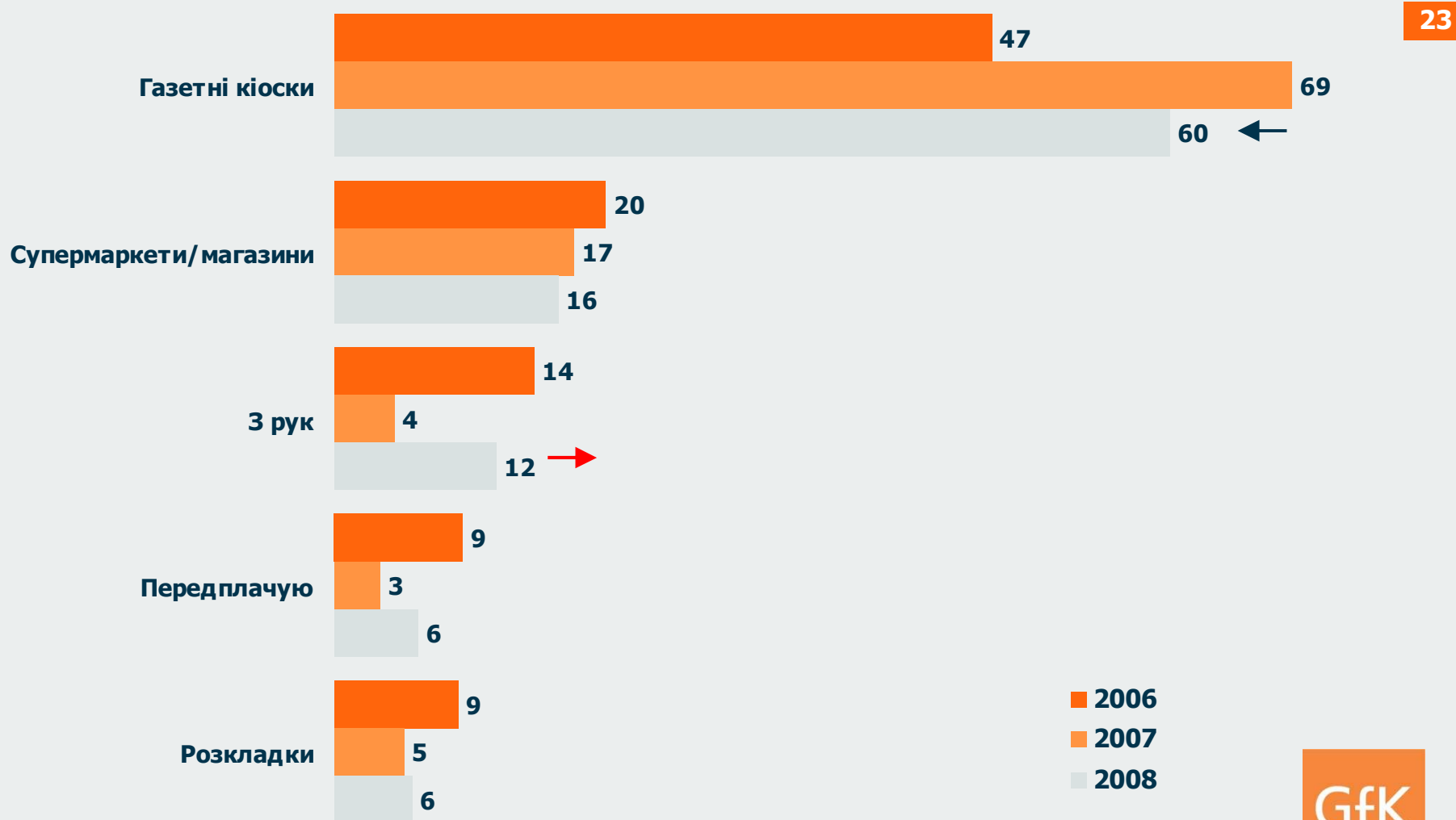
Основні переваги

- 1 - Оформлення видань
- 2 - Вичерпність інформації



Де зазвичай ви купуєте регіональні періодичні видання?

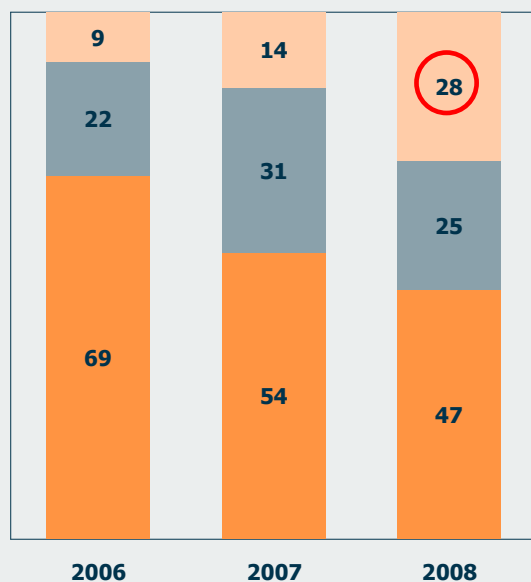
% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=307



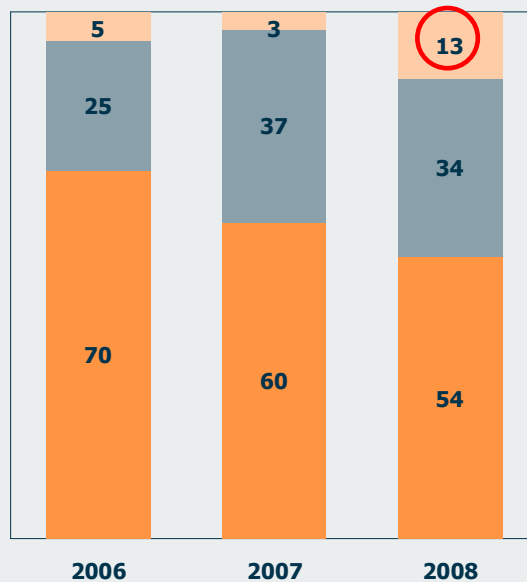
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=307

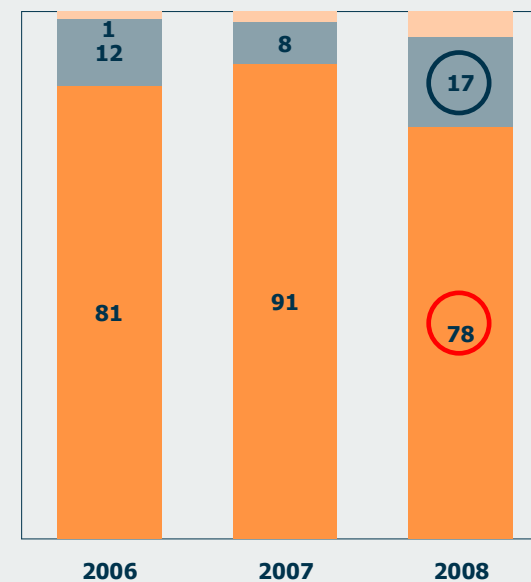
КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В будні

На вихідних

Однаково часто і в будні, і на вихідних

Ввечері

Вдень

Вранці

Вдома

На роботі

В транспорті

5

Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

26

- Порівняно з 2007 в 2008 році відсоток глядачів регіональних телевізійних каналів значно не змінився (84% в 2007 і 86% в 2008).
- Серед регіональних каналів популярнішими стали "Донецька державна телекомпанія" та "Київська Русь ТБ" на 8% та на 22% відповідно. Лідер серед місцевих телеканалів "Перший муніципальний телеканал (12 канал)" втратив 9% глядачів (з 79% в 2007 до 70% в 2008).
- 24% глядачів переглядають регіональні телевізійні канали декілька разів на тиждень і 7%- щодня або майже щодня .

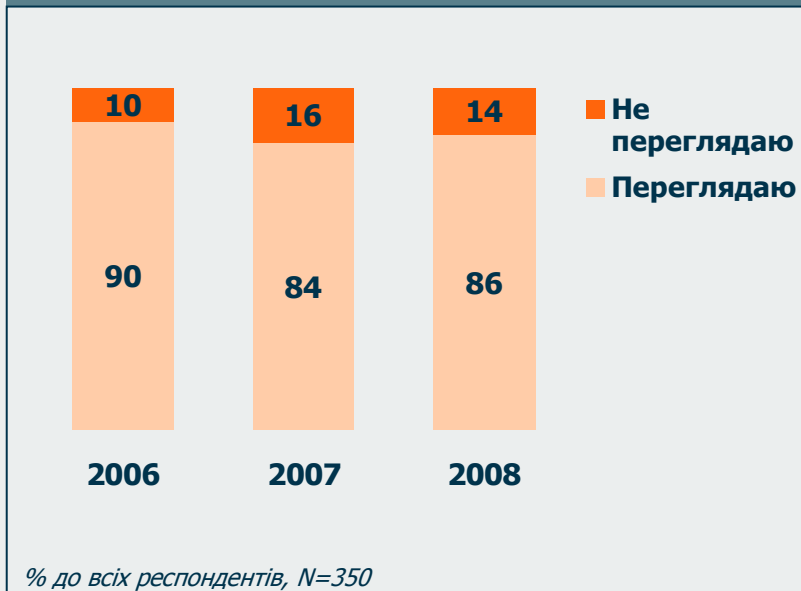
Задоволеність інформаційними програмами регіональних телеканалів

- У 2008 році задоволеність більшістю характеристик регіональних телевізійних каналів значно зменшилася, окрім *Технічної доступності* та *Об'єктивності та достовірності інформації*.
- Порівняно з інформаційними програмами в усіх інших містах **донецькі регіональні інформаційні телепрограми не мають ні основних, ні другорядних переваг.**
- **Головними недоліками** донецьких регіональних інформаційних телепрограм є *Технічна доступність, Оформлення програм, Важливість інформації особисто для глядача.*
- **До другорядних недоліків належать** *Стиль подання інформації, Вичерпність інформації, Оперативність інформації, Час трансляції програм та Об'єктивність та достовірність інформації.*

Перегляд регіонального телебачення

27

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

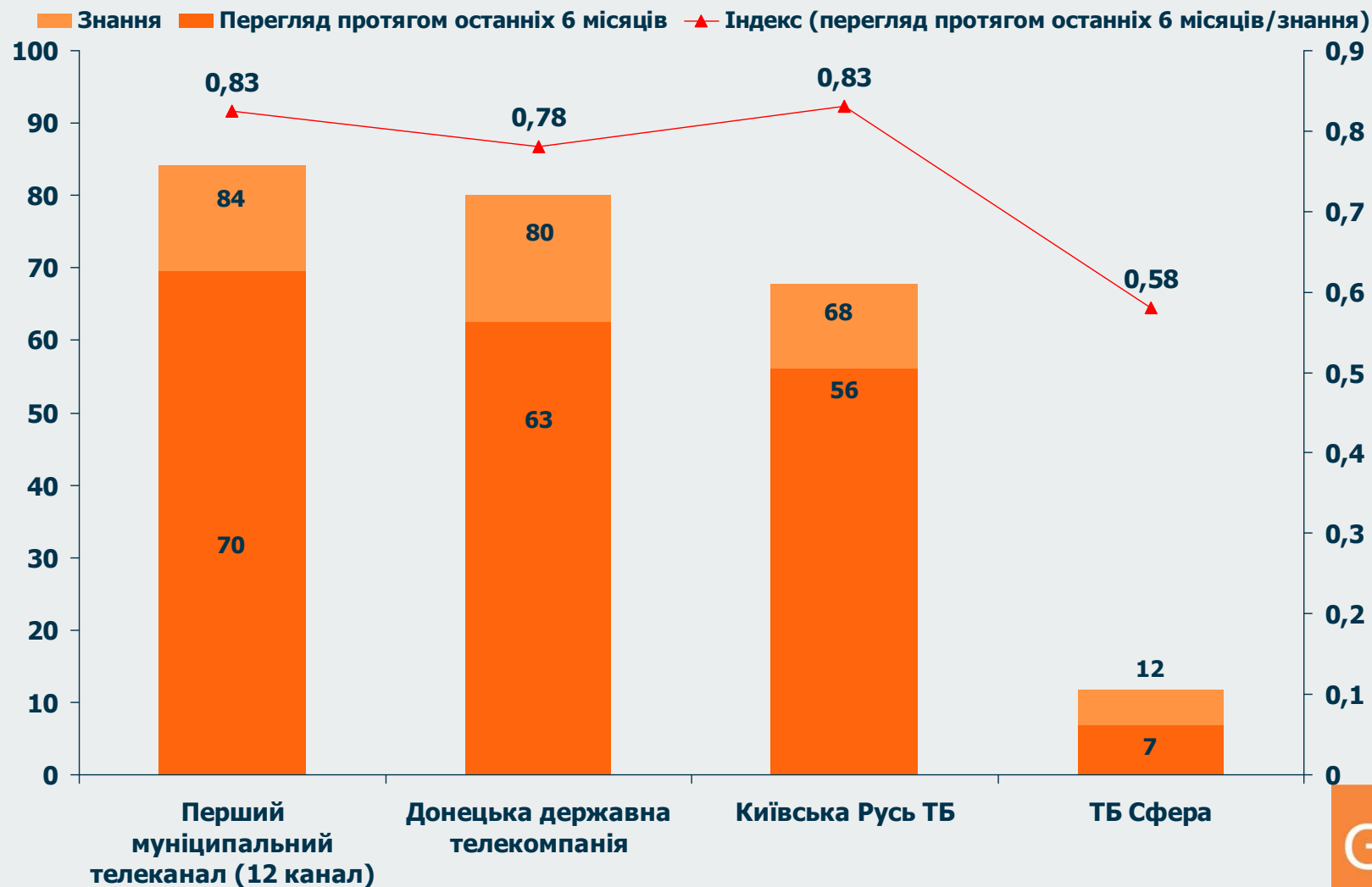


ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

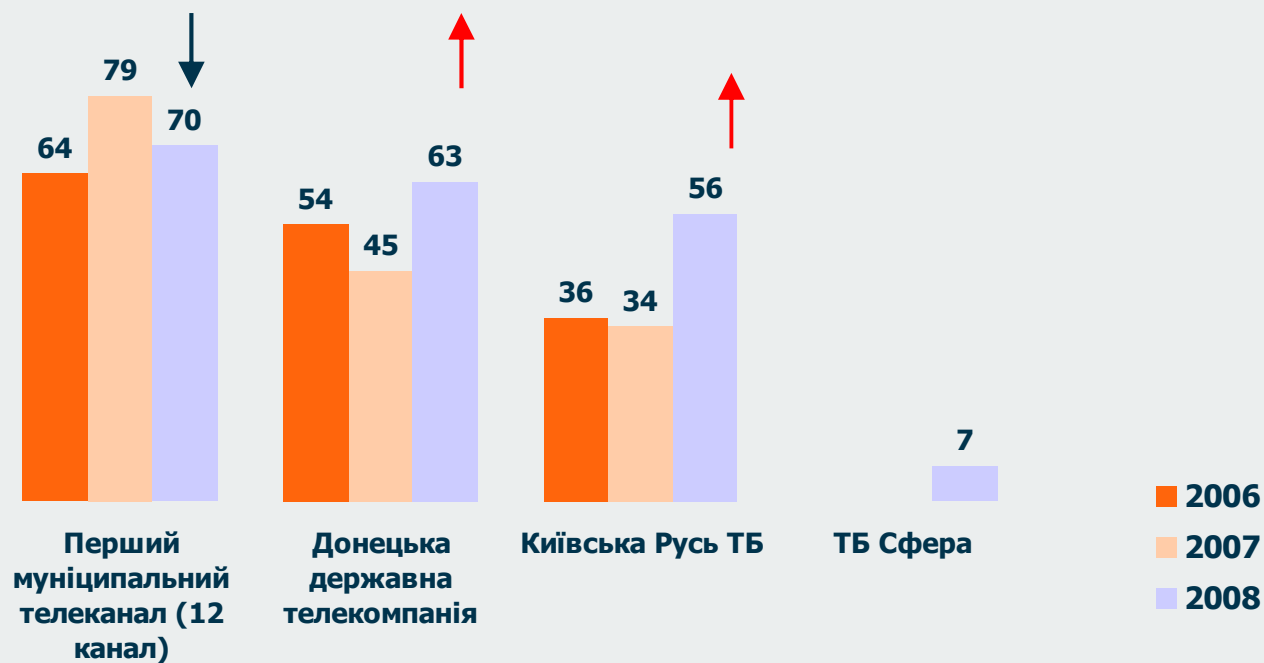
%до всіх респондентів, N=350



Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

%до респондентів, що переглядали регіональні телевізійні канали впродовж останніх 6 місяців, N=302

29

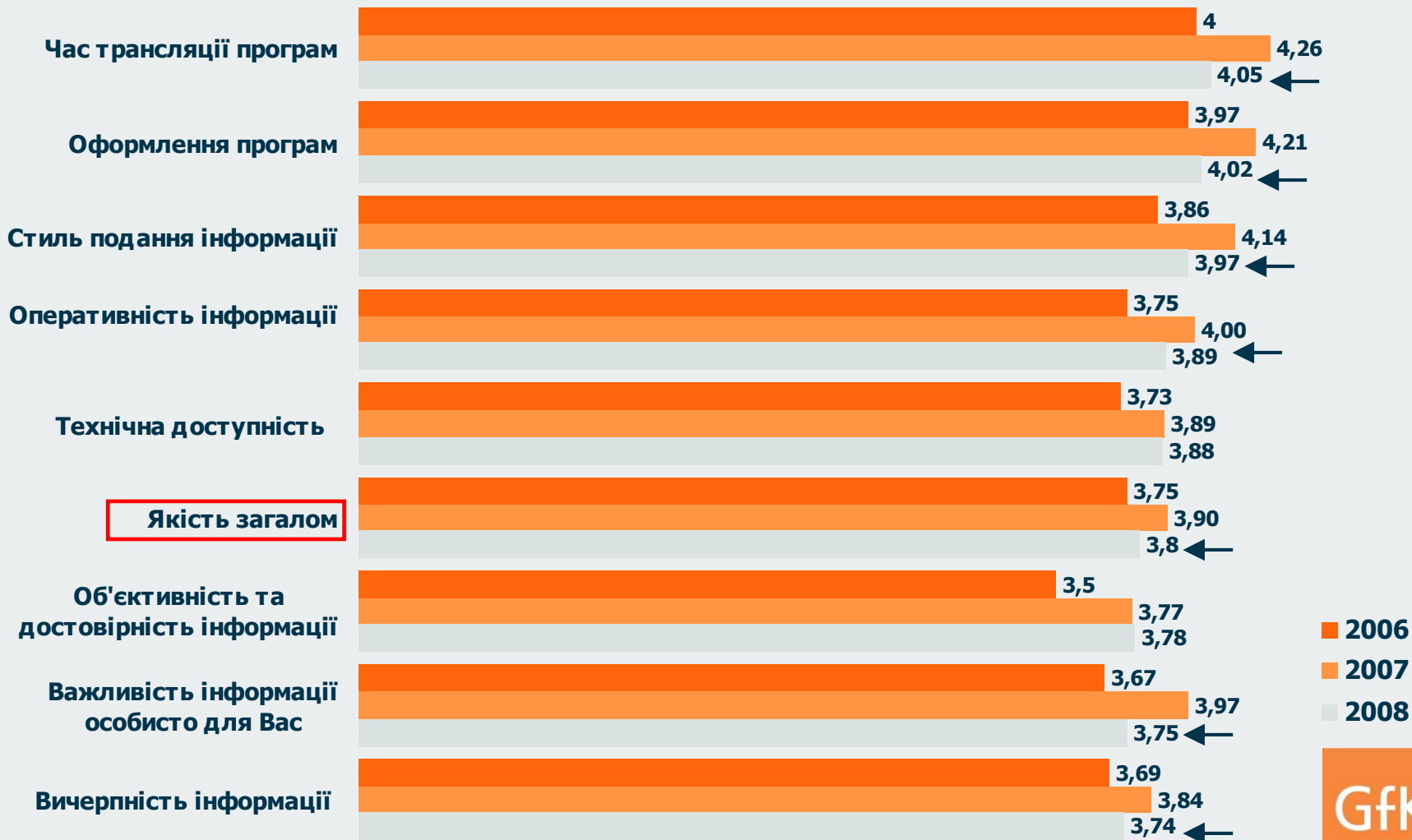


Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

30



Задоволеність якістю регіональних телевізійних програм: Донецьк та всі міста (2008)

Позитивні оцінки позначають, що в Донецьку люди більшою мірою задоволені порівняно з усіма містами

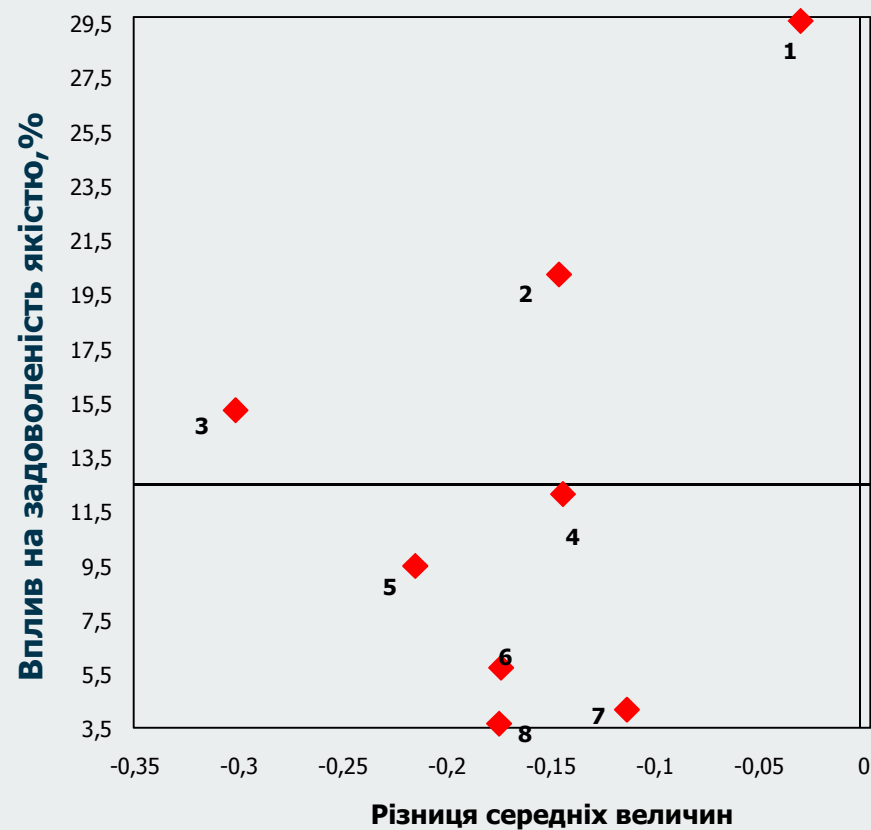
31

Основні недоліки

- 1 – Технічна доступність
- 2 – Оформлення програм
- 3 – Важливість інформації особисто для Вас

Другорядні недоліки

- 4 – Стиль подання інформації
- 5 – Вичерпність інформації
- 6 – Оперативність інформації
- 7 – Час трансляції програм
- 8 – Об'єктивність та достовірність інформації



6 Основні результати: регіональні радіостанції

Регіональні радіостанції

Прослуховування регіональних радіостанцій

- Список регіональних радіостанцій змінювався кожного року, тому що мережа трансляцій деяких станцій стала покривати більше, ніж 5 міст. Відповідно до нашого визначення, регіональними є радіостанції, які транслюються на не більше ніж 5 міст, тому ми уніфікували список станцій в 2006, 2007 та 2008 роках.
- Порівняно з 2007 в 2008 році кількість слухачів регіональних радіо в Донецьку збільшилась на 14% (з 55% в 2007 до 69% в 2008).
- Найбільше зростання аудиторії у 2008 році простежується у станції "Классное радио" на 15% (з 14% в 2007 до 29% в 2008). Аудиторія "Мега Радіо" зросла з 21% до 32%.
- Лідером серед Донецьких регіональних радіостанцій залишається "Радіо точка" (33% слухачів в 2008).
- Через це Мега Радіо втратило перше місце серед регіональних радіо в Донецьку. Радіостанція Юмор FM отримала на 7% слухачів і є третьою найпопулярнішою регіональною радіостанцією в Донецьку.
- 18% слухачів слухають регіональні радіостанції кожен або майже кожен день і 31% слухають їх декілька разів на тиждень.

33

Задоволеність інформаційними програмами регіональних радіостанцій

- Задоволеність більшістю характеристик інформаційних програм на регіональних радіостанціях залишається на тому ж рівні, що в 2007 році. Значно зросла лише задоволеність характеристиками *Оперативність інформації, Актуальність інформації та Вичерпність інформації*. Найвищий рівень задоволеності отримала характеристика *Регулярність трансляцій*, а найнижчий - *Об'єктивність та достовірність інформації*.
- **Головними перевагами** донецьких регіональних інформаційних радіо програм є *Оформлення матеріалу, Вичерпність інформації та Стиль подання інформації*.
- **Другорядними перевагами** є *Оперативність інформації, Об'єктивність та достовірність інформації, Актуальність інформації та Регулярність трансляцій*.
- Порівняно з усіма іншими містами в Донецьку **немає головних чи другорядних недоліків**.

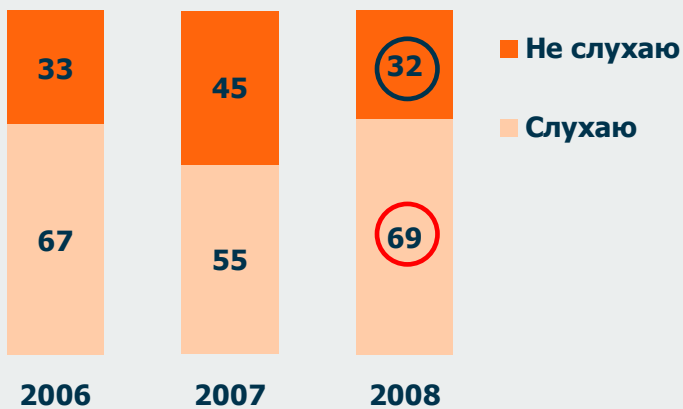
Причини неслухання регіональних радіостанцій

- Основна причина неслухання регіональних радіостанцій для більшості респондентів те, що вони не слухають радіо взагалі (45%) і кількість цих людей значно зросла на 26% з 19% в 2007 до 45% в 2008. Значно зменшилася кількість тих, хто не слухає регіональне радіо через нестачу цікавої для них інформації на 12% з 52% в 2007 до 40% в 2008. І 14% не слухають радіо через погану якість трансляції регіональних радіостанцій.

Прослуховування регіональних радіостанцій

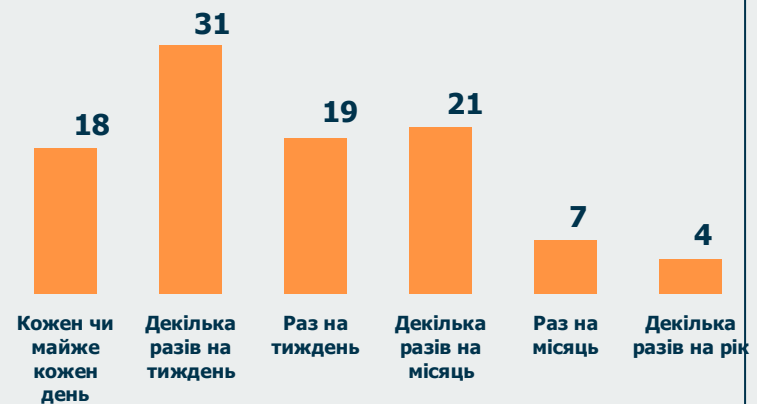
34

ПРОСЛУХОВУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ



% до всіх респондентів, N=350

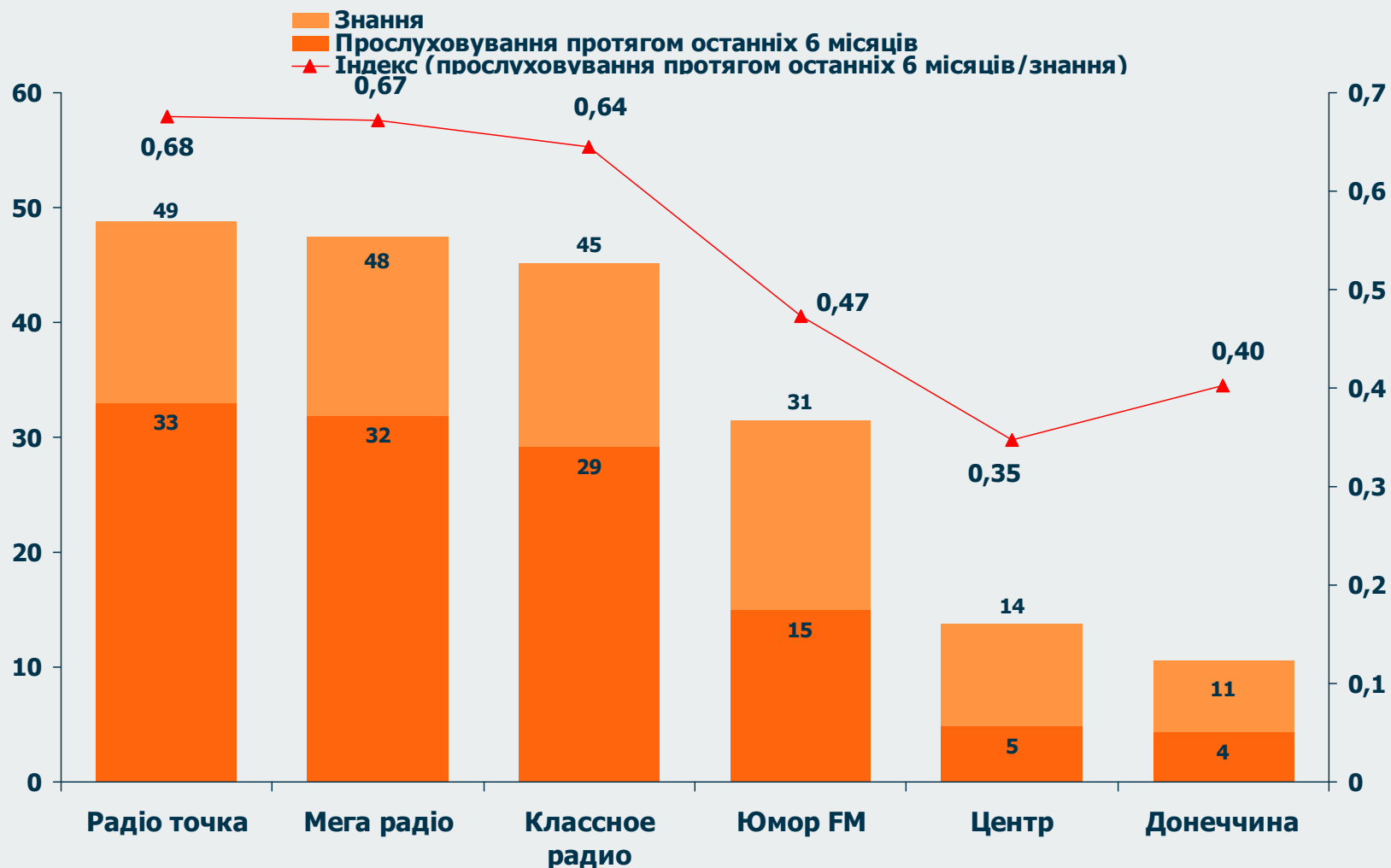
ПРОСЛУХОВУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



% до слухачів регіонального радіо, N=240

Знання та прослуховування регіональних радіостанцій (2008)

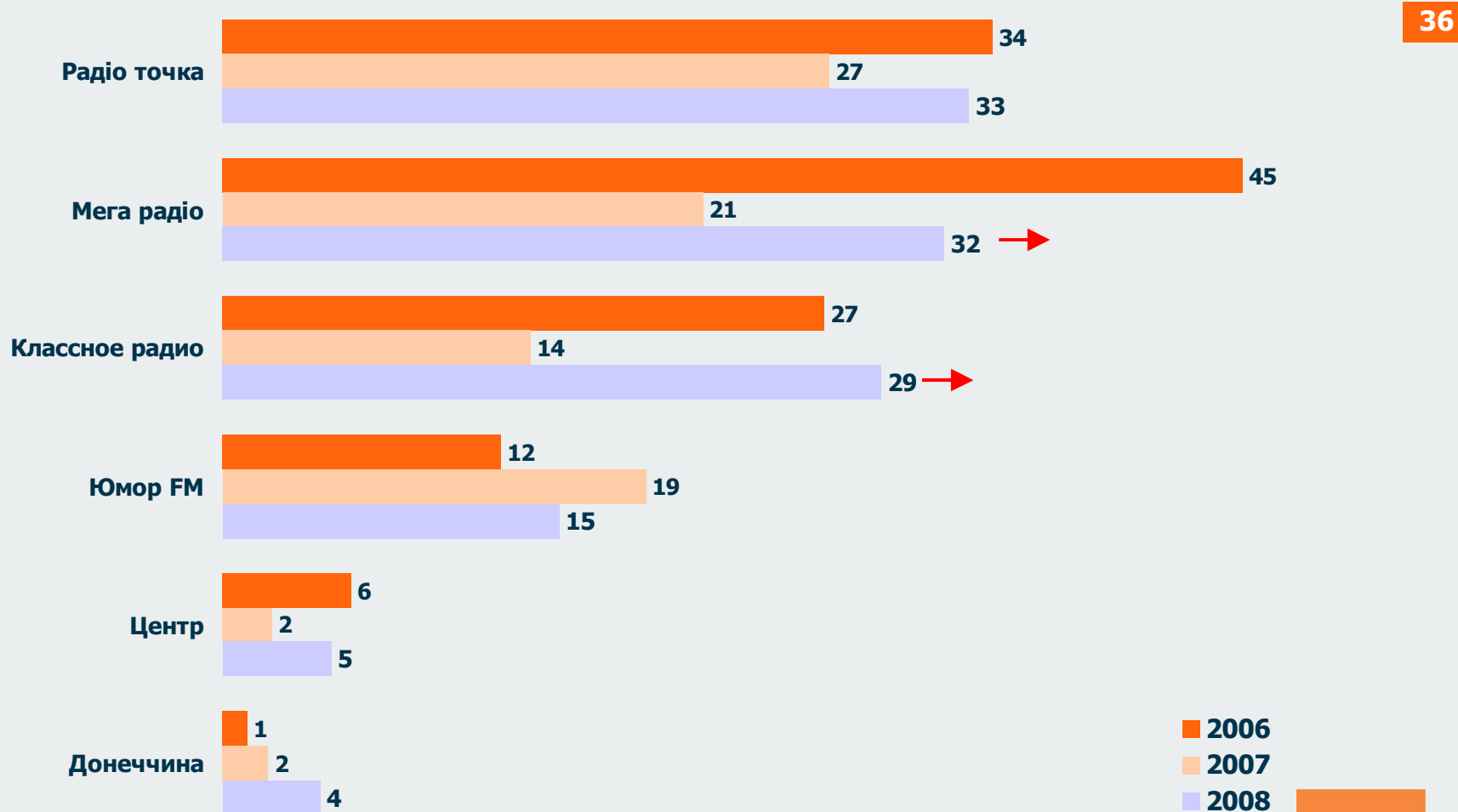
% до всіх респондентів, N=350



35

Прослуховування регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до слухачів регіонального радіо, що слухали його впродовж останніх 6 місяців, N(2008)=240



36

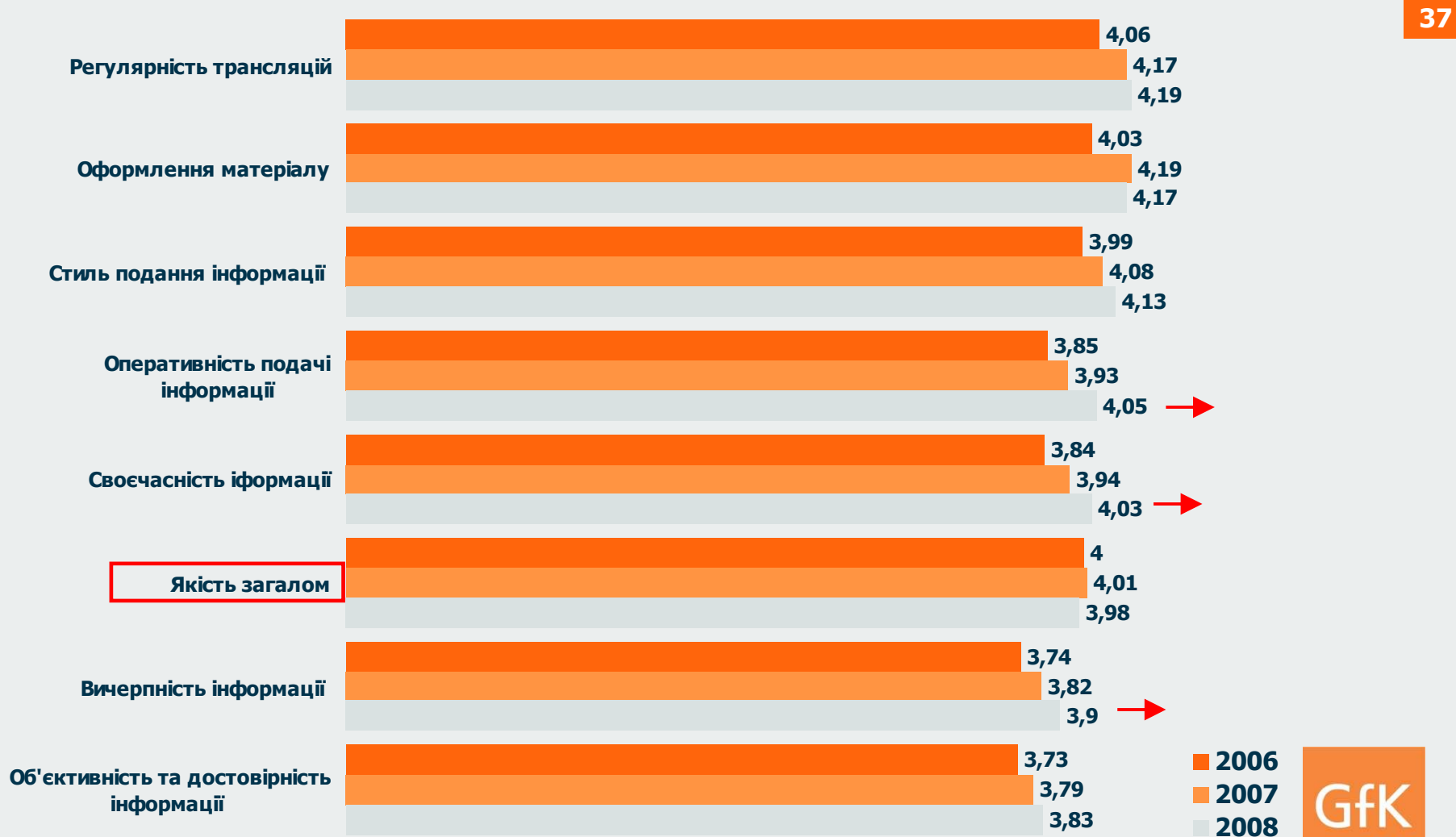
■ 2006
■ 2007
■ 2008

GfK

Задоволеність характеристиками регіональних радіопрограм

Середні значення

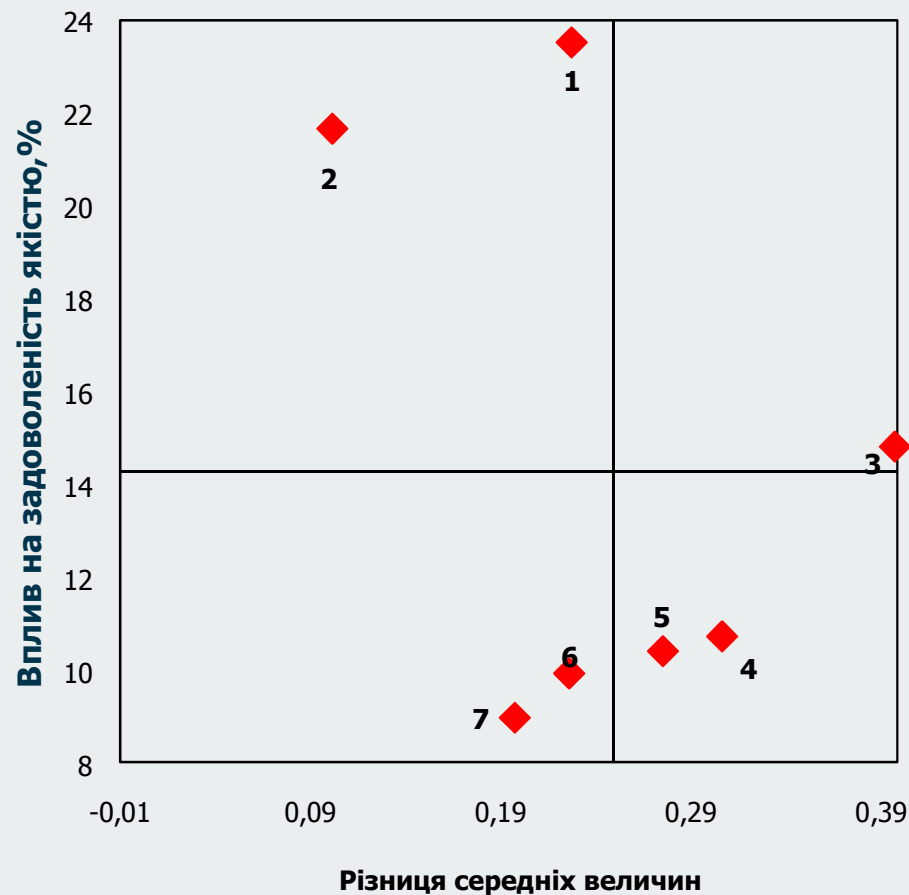
1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



Задоволеність якістю регіональних радіопрограм: Донецьк та всі міста (2008)

Позитивні оцінки позначають, що в Донецьку люди більш задоволені порівняно з усіма містами

38



Основні переваги

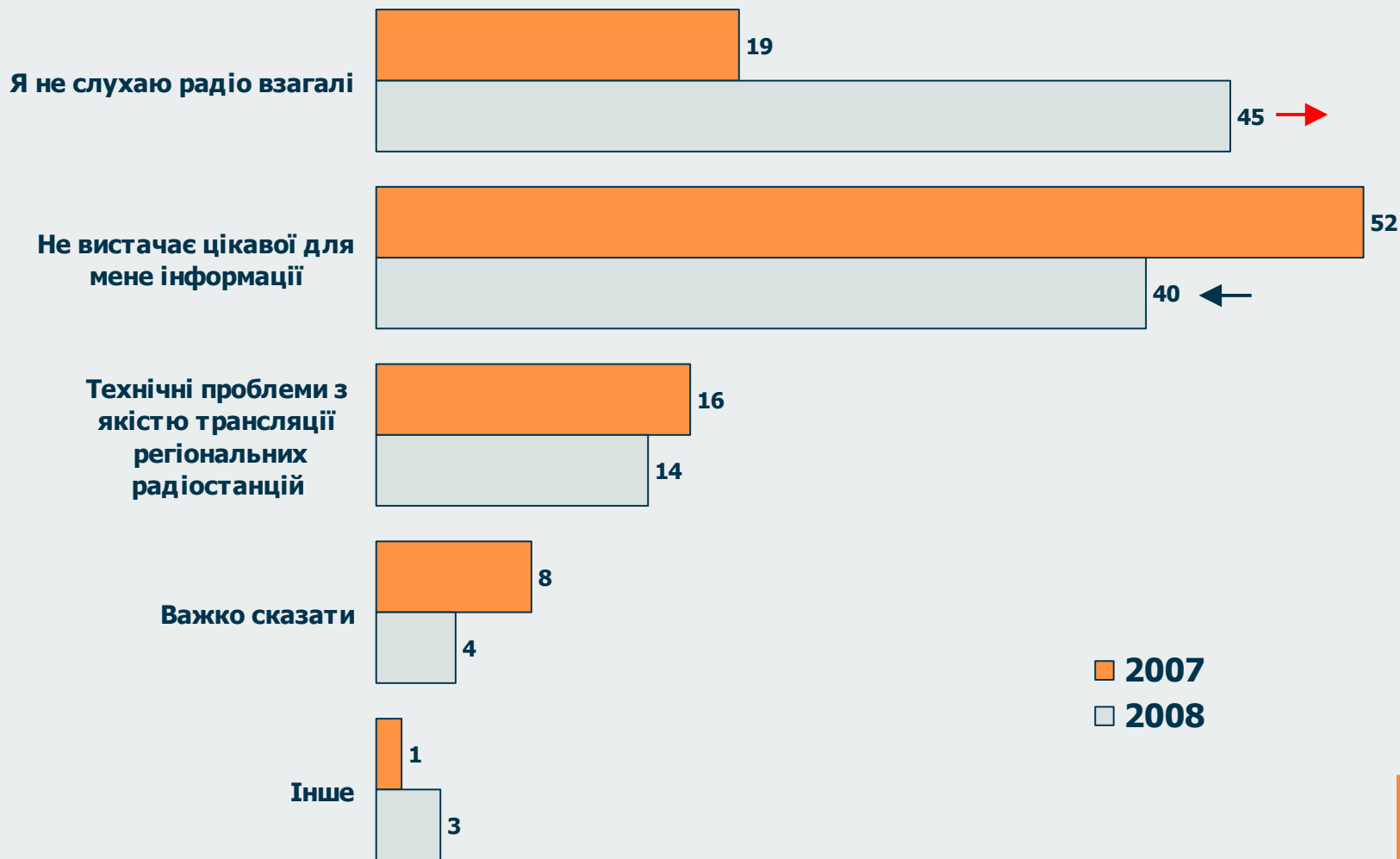
- 1 – Оформлення матеріалу
- 2 – Вичерпність інформації
- 3 – Стиль подання інформації

Другорядні переваги

- 4 – Оперативність інформації
- 5 – Об'єктивність та достовірність інформації
- 6 – Своєчасність інформації
- 7 – Регулярність трансляцій

Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

%до всіх неслухачів регіонального радіо, N(2008)=110



39

7

Основні результати: Теми висвітлені в регіональній пресі

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

Матриця оцінки пріоритетів

41

Нестача інформації

A <u>Другорядні типи інформації</u> можна заощадити на другорядній інформації	B <u>Основні типи інформації</u> потребують постійної підтримки на високому рівні
C <u>Ніші</u> потребують найменшої уваги	D <u>Розриви</u> потрібно негайно збільшити кількість такої інформації

Зацікавленість в типах інформації

Оцінка типів інформації

Шкала *достатньо інформації/брак інформації* показує середні значення між 1 – Я бажаю отримувати набагато більше інформації, ніж це можливо на даний момент; 5 – Я не відчуваю нестачі інформації

Шкала *нецікава/цікава інформація* показує середні значення між 1 – Я ніколи не читаю цієї інформації; 5 – Я в будь-якому разі читаю цю інформацію.

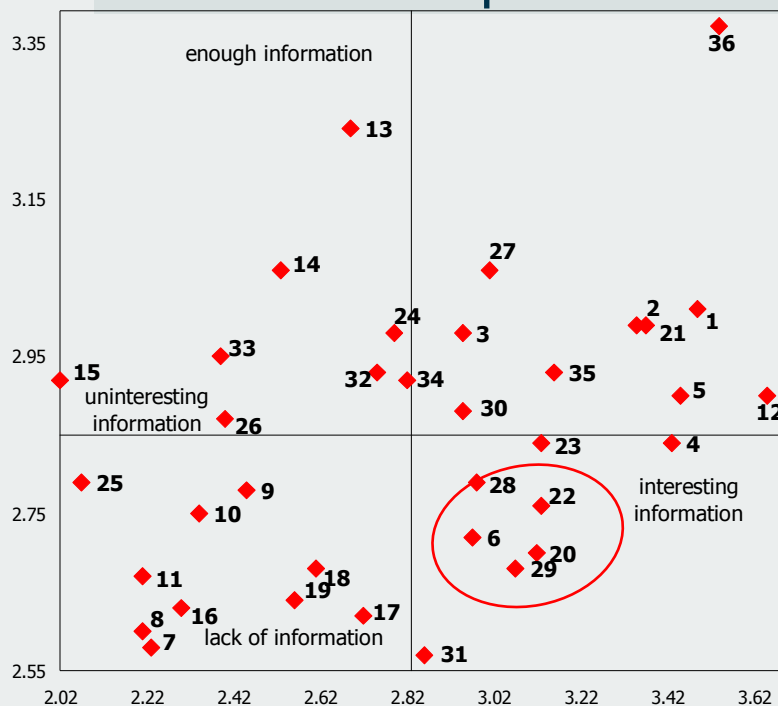
- 1 - Економічна ситуація в вашій області/місті
- 2 - Економічна ситуація в Україні
- 3 - Економічна ситуація у світі
- 4 - Політична ситуація в вашій області/місті
- 5 - Політична ситуація в Україні
- 6 - Політична ситуація у світі
- 7 - Оподаткування
- 8 - Банки / Страхування
- 9 - Аналіз нових законів
- 10 - Інформація про різні галузі промисловості
- 11 - Проблеми сільського господарства
- 12 - Обласні/міські новини
- 13 - Торгівля в вашій області/місті (нові магазини, розпродажі)

- 14 - Транспорт і комунальне господарство області/міста
- 15 - Проблеми армії / Військова справа
- 16 - Робота правоохоронних органів
- 17 - Соціальний захист / Пенсійне забезпечення
- 18 - Листи / думки читачів/слухачів/глядачів
- 19 - Історія області/міста
- 20 - Здоров'я
- 21 - Неймовірні події/факти
- 22 - Світська хроніка/розважальна інформація
- 23 - Інтерв'ю з цікавими особистостями
- 24 - Сім'я / діти
- 25 - Церква / релігія
- 26 - Освіта

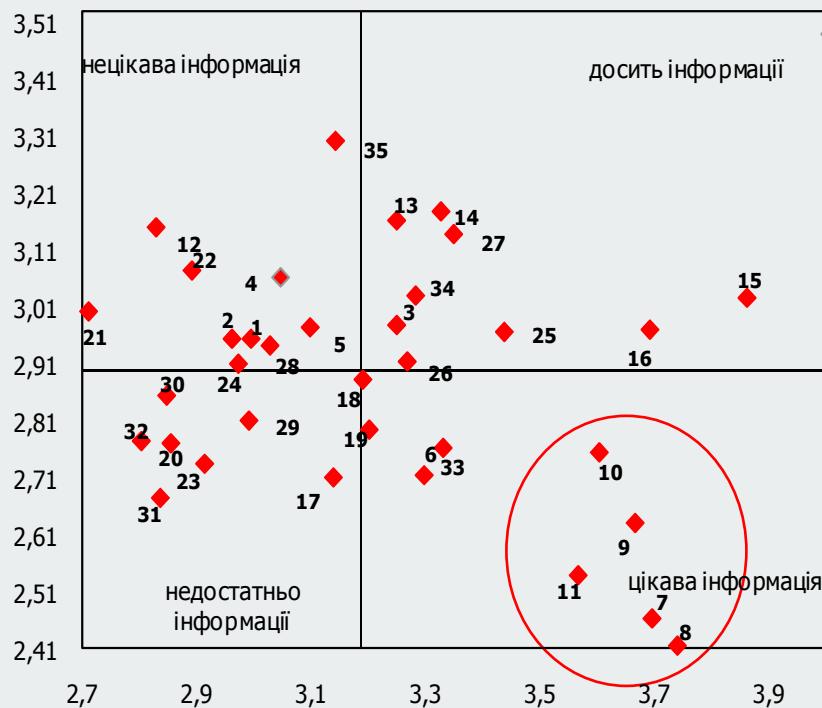
- 27 - Кримінальні історії, події
- 28 - Культурне життя
- 29 - Відпочинок/Мандри
- 30 - Природа/ Світ тварин
- 31 - Екологія/проблеми довкілля
- 32 - Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт
- 33 - Наука та техніка
- 34 - Новини спорту
- 35 - Кросворди/гороскопи/анекдоти
- 36 - Прогнози погоди

42

2007 рік



2008 рік



◆ Означає, що ні зацікавленість темою, ані кількість інформації не змінились в 2008 порівняно з 2007

◆ Означає, що зацікавленість темою або кількість інформації змінились в 2008 порівняно з 2007





Користування інтернетом

Користування Інтернетом

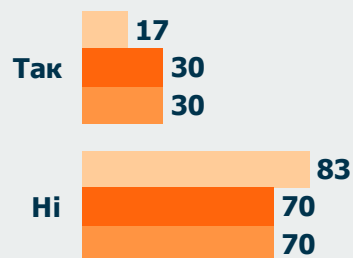
44

- В 2008 році кількість користувачів Інтернетом в Донецьку не змінилася і залишається 30%.
- Частота користування Інтернетом змінилася. На 24% менше Інтернет користувачів заходять в мережу кілька разів на тиждень і на 11% більше заходять рідше, ніж раз на місяць.
- Відсоток людей, які користуються Інтернетом в різних місцях значно не змінився. Найчастіше заходять в Інтернет й надалі з дому (44%) та на роботі (31%).
- Частота користування Інтернетом в громадських місцях зменшилась вдвічі з 30% до 15%.
- Вподобання донецьких Інтернет користувачів щодо друкованих або Інтернет версій газет та журналів зсунулися на користь Інтернет-версій. Близько 38% користувачів з більшою ймовірністю читали б друковані версії, а 62% читали б Інтернет версії.

Користування Інтернетом

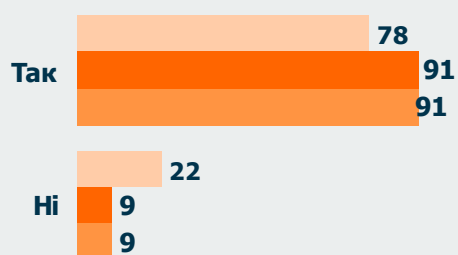
45

ЧИ ВИ КОРИСТУЄТЕСЬ ІНТЕРНЕТОМ?



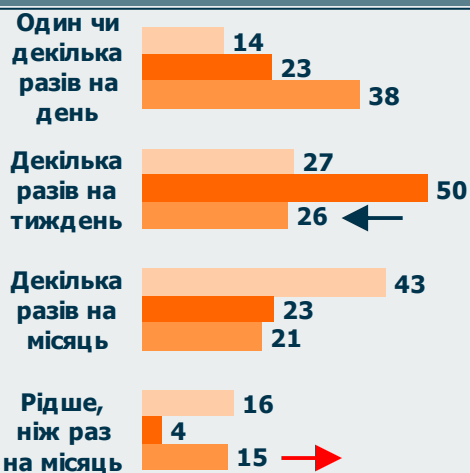
% до усіх респондентів, N=350

ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до усіх Інтернет користувачів. N=104

ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



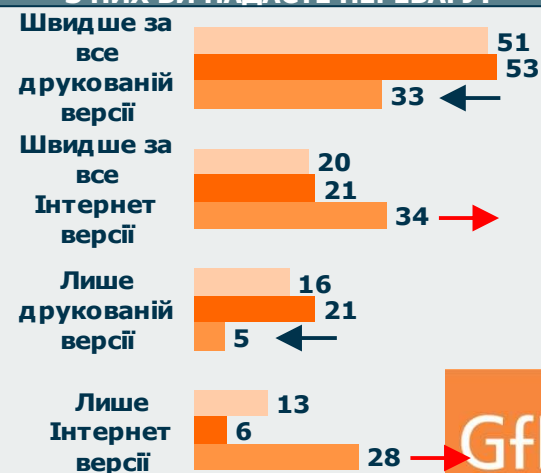
% до усіх Інтернет користувачів. N=104

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до усіх Інтернет користувачів.. N=104

ЯКЩО ГАЗЕТА ЧИ ЖУРНАЛ МАЮТЬ ДРУКОВАНУ ТА ІНТЕРНЕТ ВЕРСІЮ, ЯКІЙ З НИХ ВИ НАДАСТЕ ПЕРЕВАГУ?



% до усіх Інтернет користувачів.. N=104

GfK

2 Опис вибірки

Демографія: пояснення

Категорії освіти

Категорії освіти, які використовувалися в дослідженні, інтерпретуються таким чином:

- **Незакінчена середня освіта:** люди, які закінчили тільки неповну середню школу (8-9 років) чи на даний час навчаються в 10-11 класах середньої школи або професійно-технічного училища.
- **Середня освіта:** респонденти, які закінчили середню школу (10-11 років) або професійно-технічне училище.
- **Середня спеціальна освіта:** люди, які отримали звання молодшого спеціаліста, пройшли професійну технічну підготовку.
- **Незакінчена вища освіта:** люди, які подолали половину з усього періоду навчання в університеті
- **Вища освіта:** респонденти, які закінчили університет та отримали кваліфікацію спеціаліста, бакалавра або магістра.

47

Метод оцінки рівня добробуту

Як показує наш досвід, прямі запитання щодо рівня доходу респондентів не дозволяють отримати оцінку, яка б відповідала дійсності, оскільки люди не бажають давати інформацію про свої справжні доходи. Тому ми застосовуємо непрямий метод оцінки добробуту, який базується на оцінці інтегрального показника добробуту.

Інтегральний показник добробуту підраховувався на основі таких питань:

- Як би оцінили рівень доходу Вашої родини?
- Який середньомісячний дохід на душу населення у гривнях вважається середнім, вище середнього, нижче середнього, низьким, високим у вашому місті?
- Оберіть категорію, яка відповідає місячному доходу Вашої родини протягом останнього місяця

На основі відповідей респондентів на ці питання за допомогою факторного аналізу ми побудували інтегральний показник добробуту. Хоча він і не дозволяє визначити рівень добробуту респондентів у грошовому вимірі, але відображає рівень їхнього добробуту і дозволяє робити порівняння. Підрахувавши показник, ми розподілили респондентів на 5 груп відповідно до рівня їх добробуту.

Демографія (2008 рік)

% до всіх респондентів, N=350

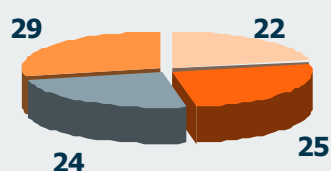
48

СТАТЬ



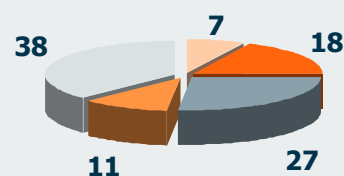
■ Чоловіки ■ Жінки

ВІК



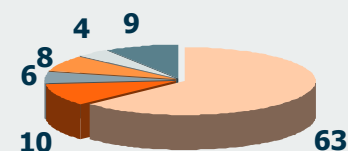
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



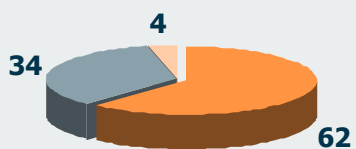
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Початкова вища
■ Незакінчена вища
■ Вища освітп

ЗАЙНЯТІСТЬ



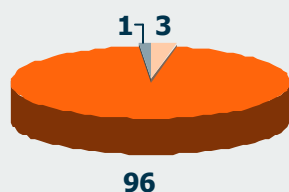
■ Зайнятий
■ Самозайнятий
■ Тимчасово непрацюючий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент/учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



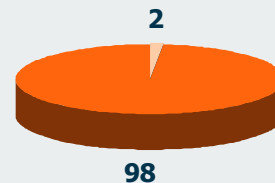
■ Українська ■ Російська
■ Інша

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



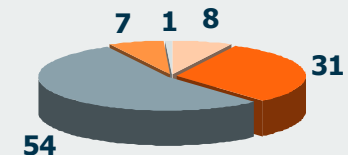
■ Українська ■ Російська
■ Не працює

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



■ Низький
■ Нижче середнього
■ Середній
■ Вище середнього
■ Високий

GfK