

Регіональні ЗМІ в Україні: 2008—Київ

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

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



U-Media Project
Internews Network in Ukraine



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

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 та читання регіональних періодичних видань

Читання різних видань регіональної преси протягом 6 останніх місяців

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

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

Місця купівлі регіональних періодичних видань

Час та місце читання регіональних періодичних видань

5. Основні результати: регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів

Перегляд регіонального телебачення протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм новин

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

6. Основні результати: регіональні радіостанції

Слухання регіональних радіостанцій

Знання та слухання регіонального радіо

Слухання регіонального радіо протягом останніх 6 місяців

Задоволеність характеристиками програмами новин регіонального радіо

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

Причини не слухання регіонального радіо

7. Тематика регіональних ЗМІ

8. Користування Інтернетом

9. Опис вибірки



1 **Методологія**

Методологія

- **Вибірка:** в кожній хвилині 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 Києві: основні результати

Читання/перегляд/слухання ЗМІ в 2008

6

- У 2008 році не відбулося значних змін на національному ринку засобів масової інформації, проте зміни відбулися на регіональному рівні. У порівнянні з 2007 роком **найбільшою зміною є 14% зростання аудиторії регіонального радіо** – з 42% до 56%. Кількість слухачів національного радіо не змінилася.
- **Кількість глядачів місцевого телебачення збільшився на 10% з 69% до 79%.**

Рівень задоволеності регіональними ЗМІ в 2008

- В 2008 році порівняно з 2007 **загальний рівень задоволеності якістю всіх видів регіональних медіа продуктів зменшився.**
- Загалом, **основними перевагами** київських засобів масової інформації є *Оформлення та Оперативність подання інформації*, а **основним недоліком** - *Вичерпність інформації*.

Тематика регіональних ЗМІ в 2008 році

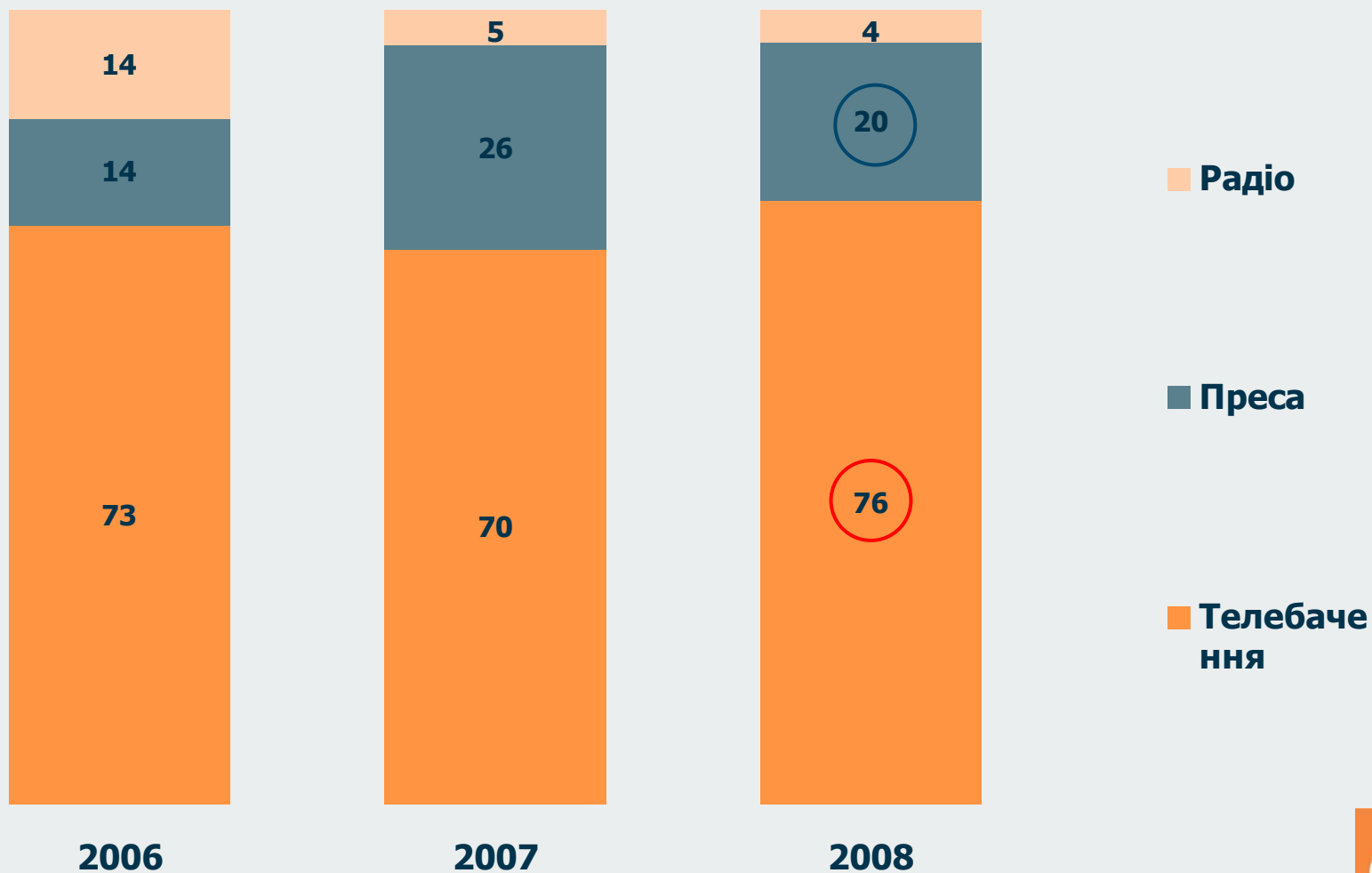
- Оцінка тем, які висвітлюються місцевими ЗМІ засвідчила, що місцеві медіа задовольняють попит на інформацію в рубриках *Здоров'я та Неймовірні події*, але ці теми стали менш цікавими в 2008 році у порівнянні з 2007. **Нові теми, попит на які не задовольняється**, стали **цікавими** для київських глядачів, слухачів, читачів. А саме: *Відпочинок/Мандри; Дім, інтер'єр, будівництво, ремонт; Історія області/міста; Освіта.*

Преференції певних типів інформаційних джерел в 2008

- Відсоток респондентів, що надають перевагу отриманню інформації з преси, зменшився через зростання частки тих, що хотіли б отримувати її з телебачення.

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

% до всіх респондентів, N=350



7

3 Національні ЗМІ

Національні ЗМІ

Найпопулярніші національні щоденні видання

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень читання національних періодичних видань в Києві значно не змінився (89% в 2007 і 86% в 2008).
- Найпопулярнішими щоденними виданнями залишились "Сегодня", "Факты и комментарии" і "Киевские ведомости", але простежуються незначна тенденція зменшення аудиторії цих трьох лідерів. В 2008 році газета "Сегодня" втратила 6% читачів у порівнянні з 2007 (70% в 2007 супроти 64% в 2008). "Експрес об'ява" здобула на 6% більше читачів, ніж вона мала у 2007 (10% в 2007 супроти 16% в 2008). "День", "Труд", "Робітнича газета" покращили свою популярність на 4%, 3% і 2% відповідно. Всі інші видання значно не змінили свій рейтинг.
- В Києві на 29% більше читачів національної преси, ніж у всіх містах. Більш популярними в Києві, ніж в усіх містах, є видання "Сегодня" (на 44% більше читачів), "Факты и комментарии" (на 23% більше) "Киевские ведомости" (на 17% більше) і "Вечерние вести" (на 15% більше). Такі газети, як "Комсомольская правда в Украине", "Експрес об'ява", "Команда", "Український футбол", "День", "Труд", "Сільські вісті", "Робітнича газета", теж більше читають у Києві, ніж у всіх містах.

Найпопулярніші національні телевізійні канали

- Порівняно з 2007 у 2008 році рівень перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів не змінився. В Києві лідерами серед національних телеканалів є "1+1", "Інтер" і "СТБ". У 2008 році канал "СТБ" збільшив частку глядачів з 85% до 90%, витіснивши цим "Новий" канал з третього місця.
- В Києві, порівняно з усіма містами, більшу популярність мають "Новий", "СТБ", "ICTV", "ТРК Україна", "5 Канал" та "УТ-1".
- Серед усіх національних каналів найчастіше дивляться "Інтер" та "1+1". Близько 97% респондентів переглядають ці телеканали щодня або майже щодня. Найрідше дивляться УТ-1 (лише 68% глядачів дивляться його кожен або майже кожен день).

Найпопулярніші національні радіостанції

- В 2008 році кількість слухачів найбільш популярних національних радіостанцій не змінилася і стабільно залишається 80%.
- "Русское радио" слухачів втратило 9% своєї аудиторії (39% в 2007 супроти 30% в 2008) і передало лідерство "Хіт ФМ" та "Радіо Шансон", які поділяють між собою перше місце. "Європа Плюс" (32%) та "Наше радіо" (31%) посідають відповідно друге і третє місце.
- Значне збільшення аудиторії помітно в "1 каналу Національного радіо" (з 7% до 15%) і "Голосу Америки" (з 1% до 3%).
- Київ має більше радіослухачів, ніж всі міста. Найбільший розрив спостерігається в таких радіостанціях як "Гала радіо" (на 17% більше слухачів), "Радіо Шансон" (на 13% більше), "Кісс ФМ" (на 12% більше), "Європа Плюс" (на 11% більше), "1 канал Національного радіо", "Радіо Ера", "Радіо промінь" (на 7% більше у кожного), "Русское радио", "Радіо Люкс ФМ" і "Радіо свобода" (на 5% більше в кожного).
- Найбільш регулярно слухають "Кісс ФМ" та "Авторадіо Україна (Довіра Ніко ФМ)", відповідно 55% і 50% слухачів слухають їх щодня. Найрідше слухають радіостанції "Хіт ФМ", "Наше радіо", "Радіо Люкс ФМ" та "Гала радіо" (33% слухачів, які слухають щодня).

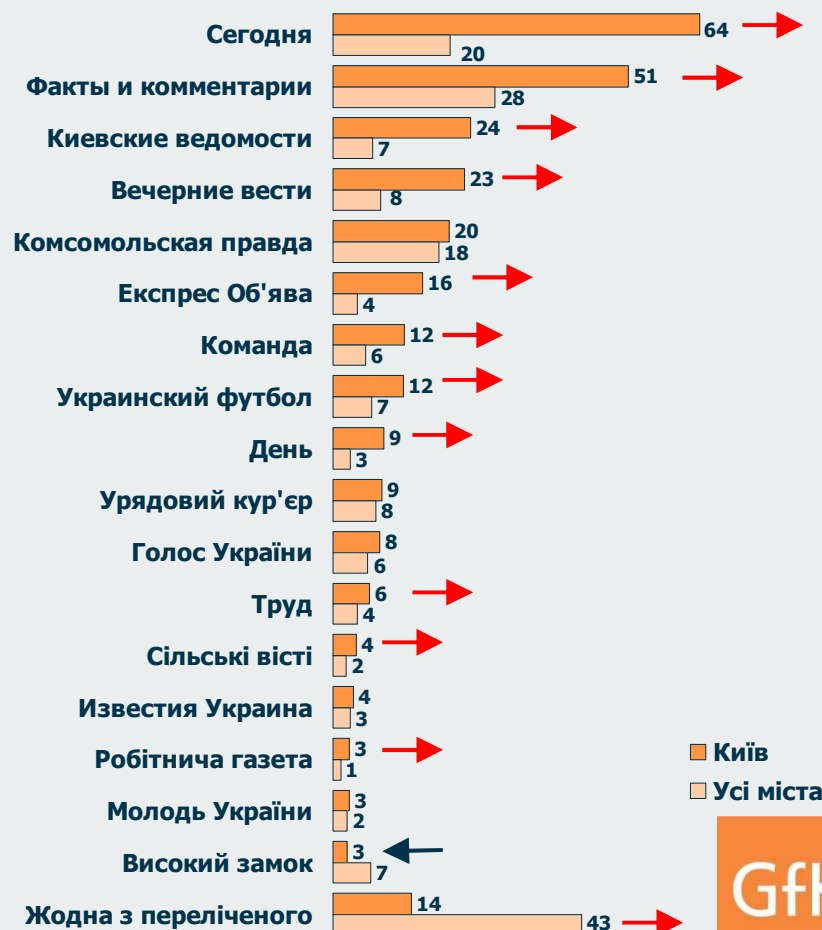
Читання найпопулярніших національних газет протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ЧИТАННЯ ВИДАНЬ У 2006-2008 РОКАХ



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

ЧИТАННЯ В КИЄВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

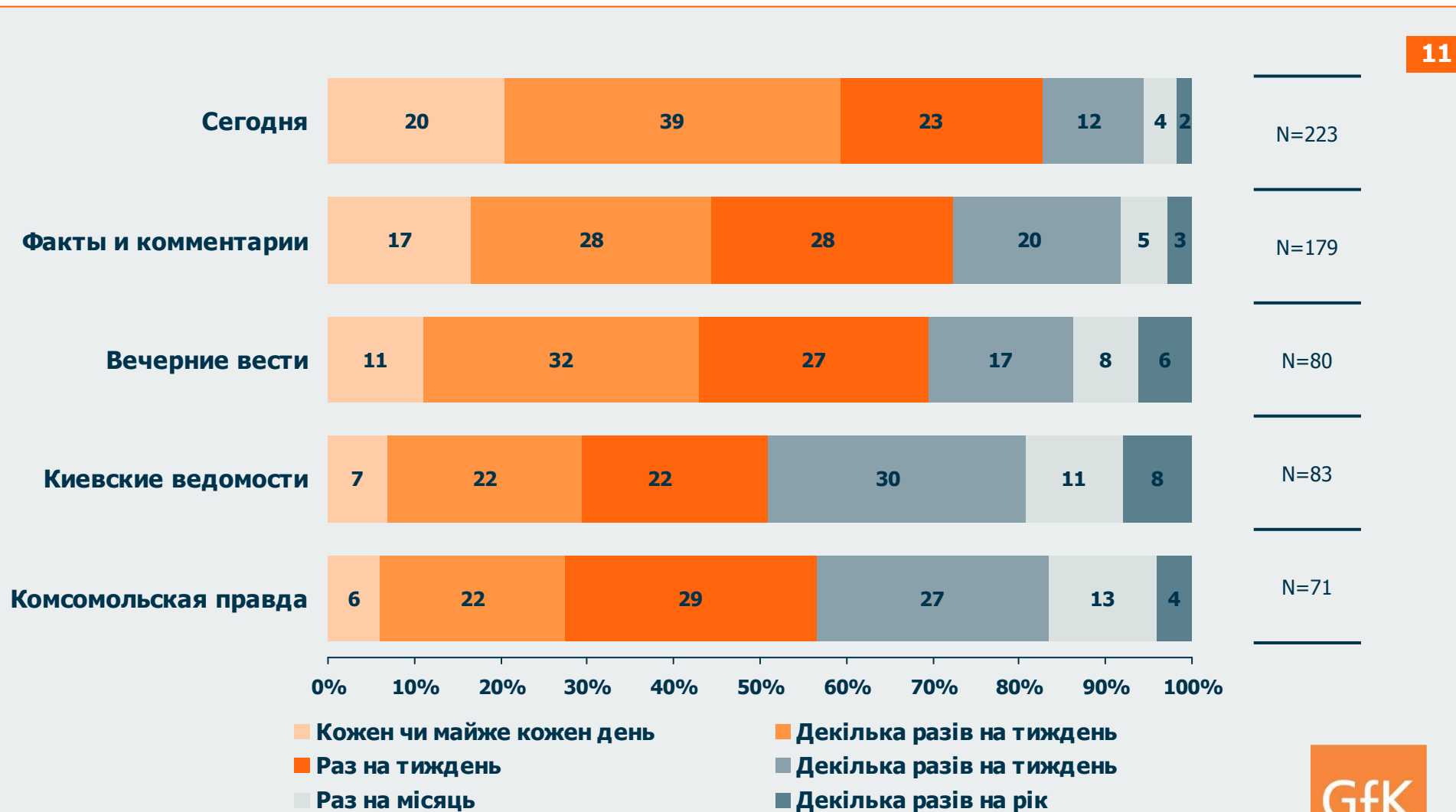


% до всіх респондентів, N(Київ)=350, N(усі міста)=4450

GfK

Частота читання найпопулярніших національних газет (2008)

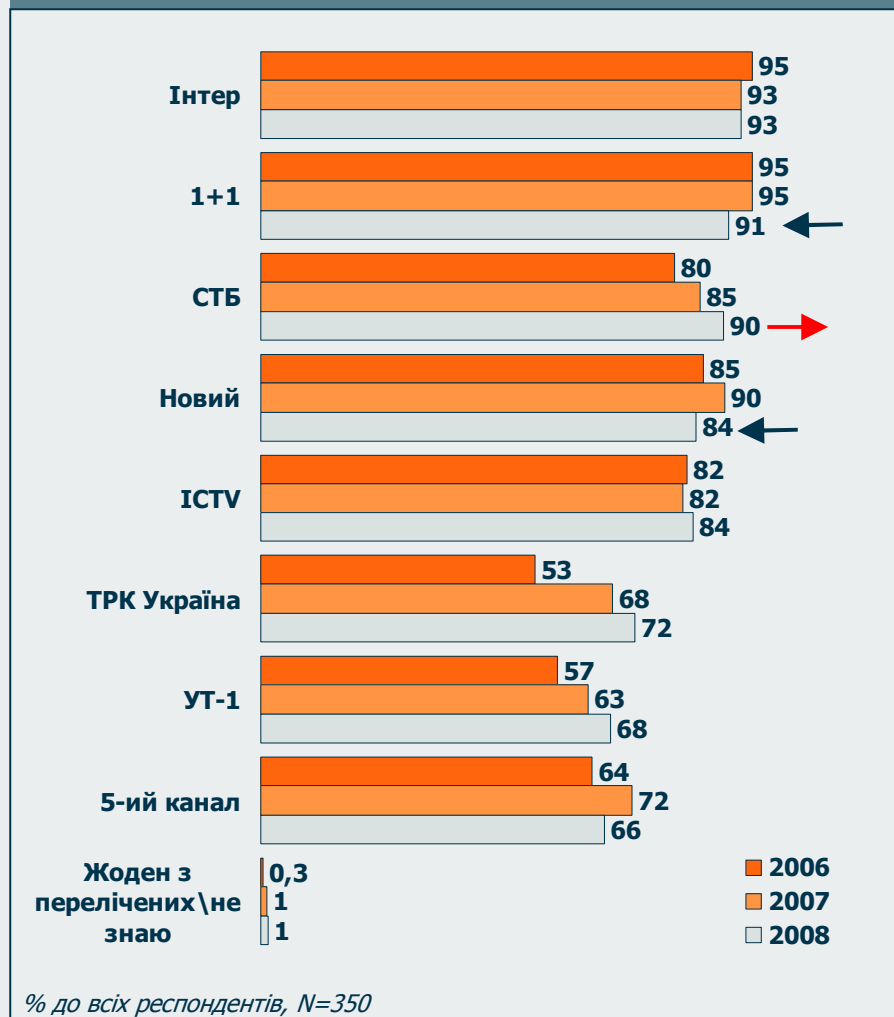
% до читачів кожного національного видання



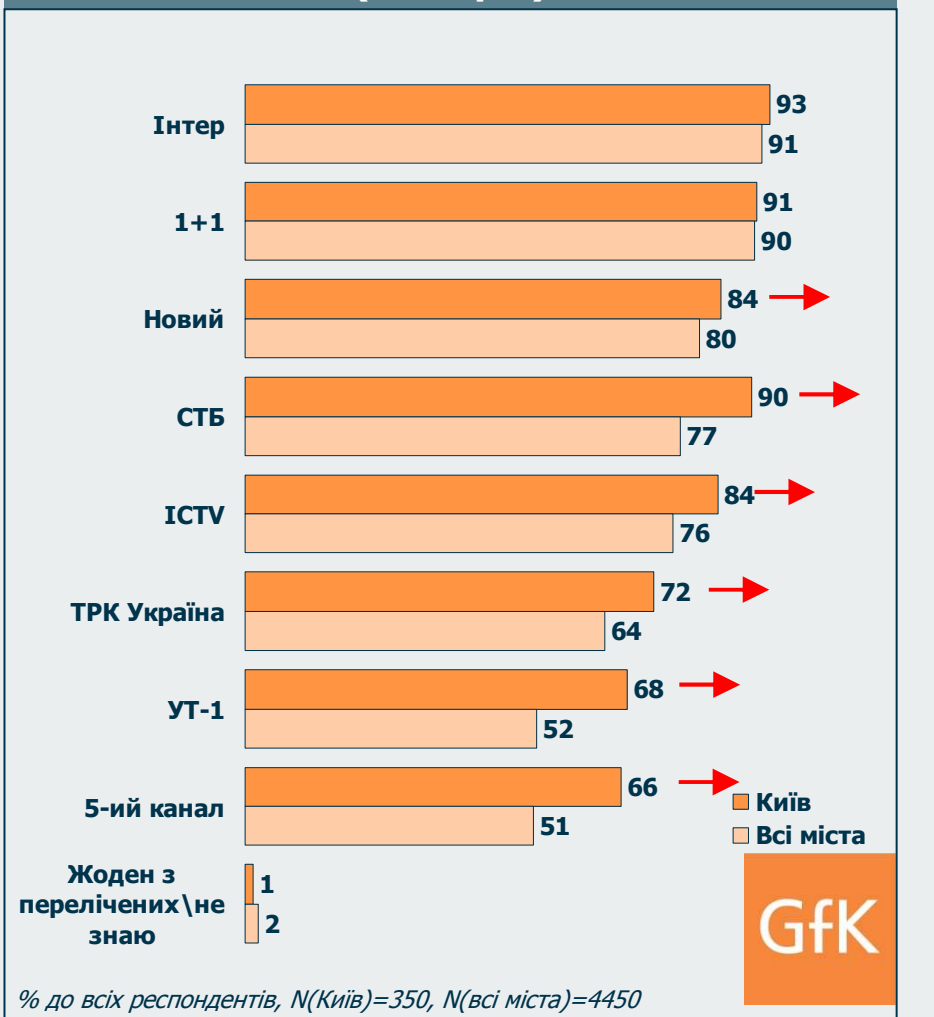
Примітка: Кількість читачів решти видань є замалою для подання детальнішої інформації

Перегляд найпопулярніших національних телевізійних каналів протягом останніх 6 місяців

ДИНАМІКА ПЕРЕГЛЯДУ ТЕЛЕКАНАЛІВ В 2006-2008 РОКАХ

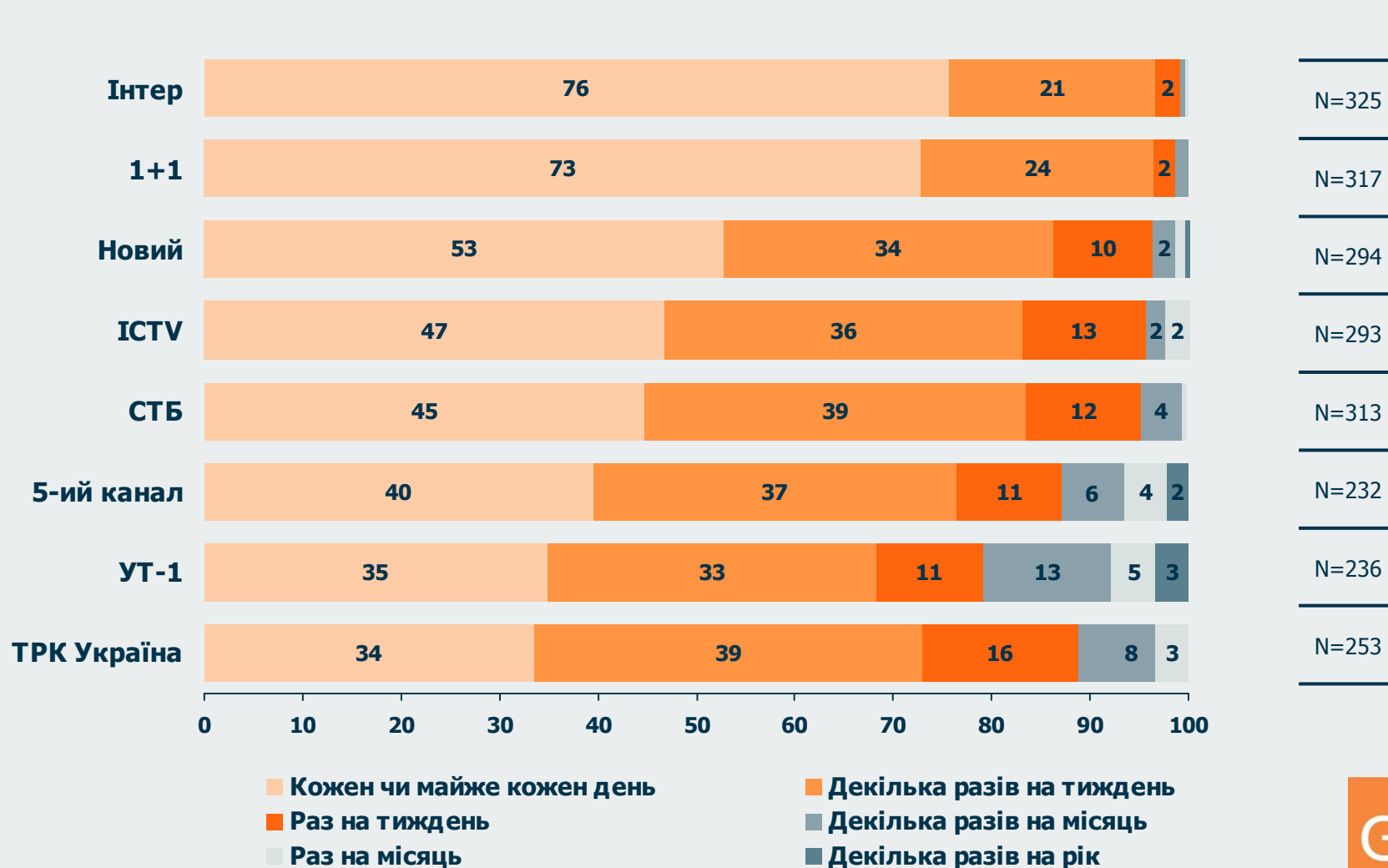


ПЕРЕГЛЯД В КИЄВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)



Частота перегляду найпопулярніших національних телевізійних каналів (2008)

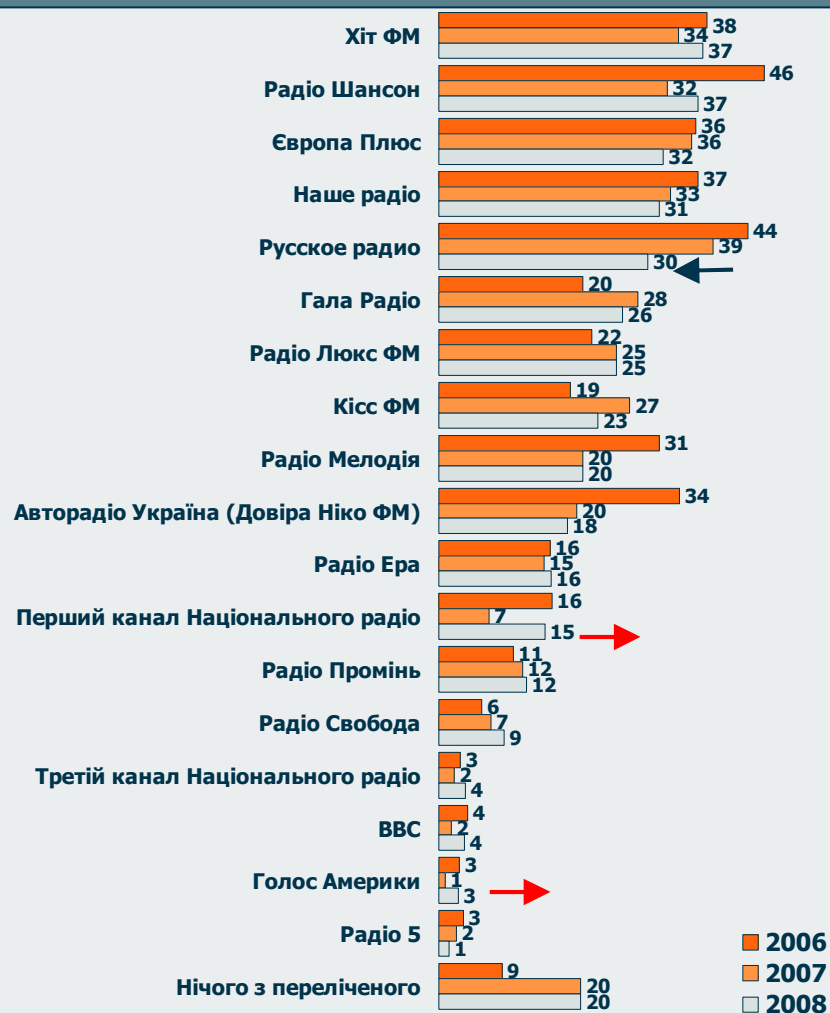
% до глядачів кожного національного каналу



Слухання найпопулярніших національних радіостанцій протягом останніх 6 місяців

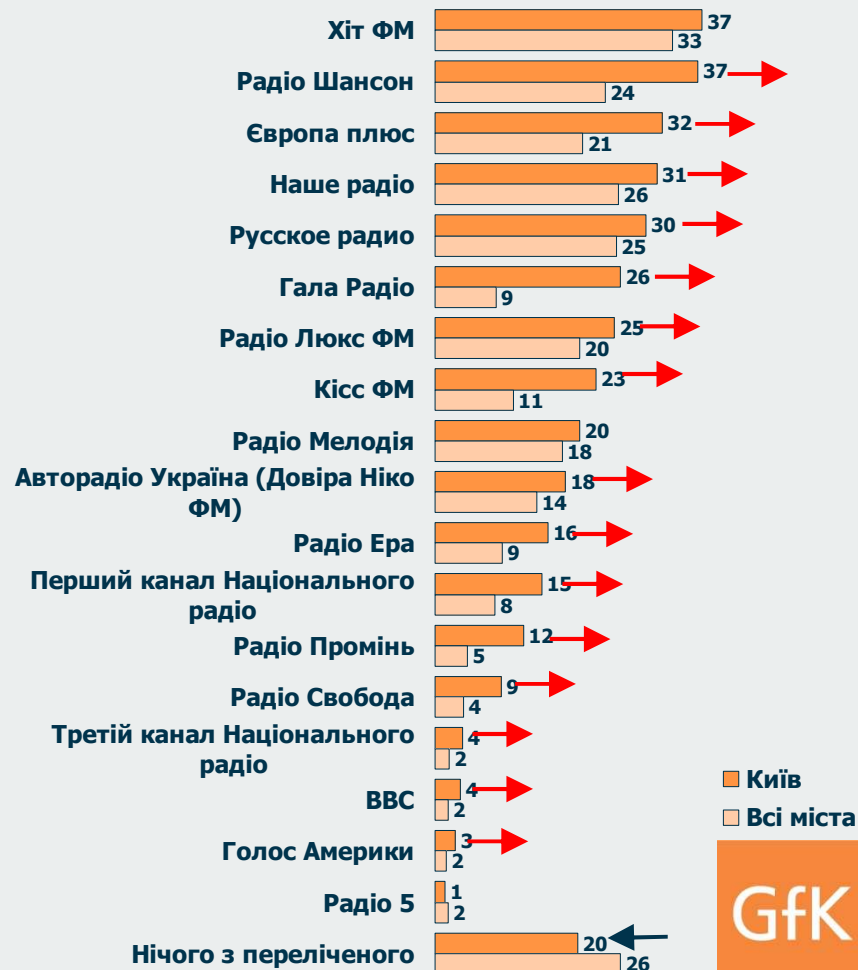
% до всіх респондентів

ДИНАМІКА СЛУХАННЯ РАДІОСТАНЦІЙ В 2006-2008 РОКАХ



% до всіх респондентів, N=350

СЛУХАННЯ В КИЄВІ ТА ВСІХ МІСТАХ (2008 рік)

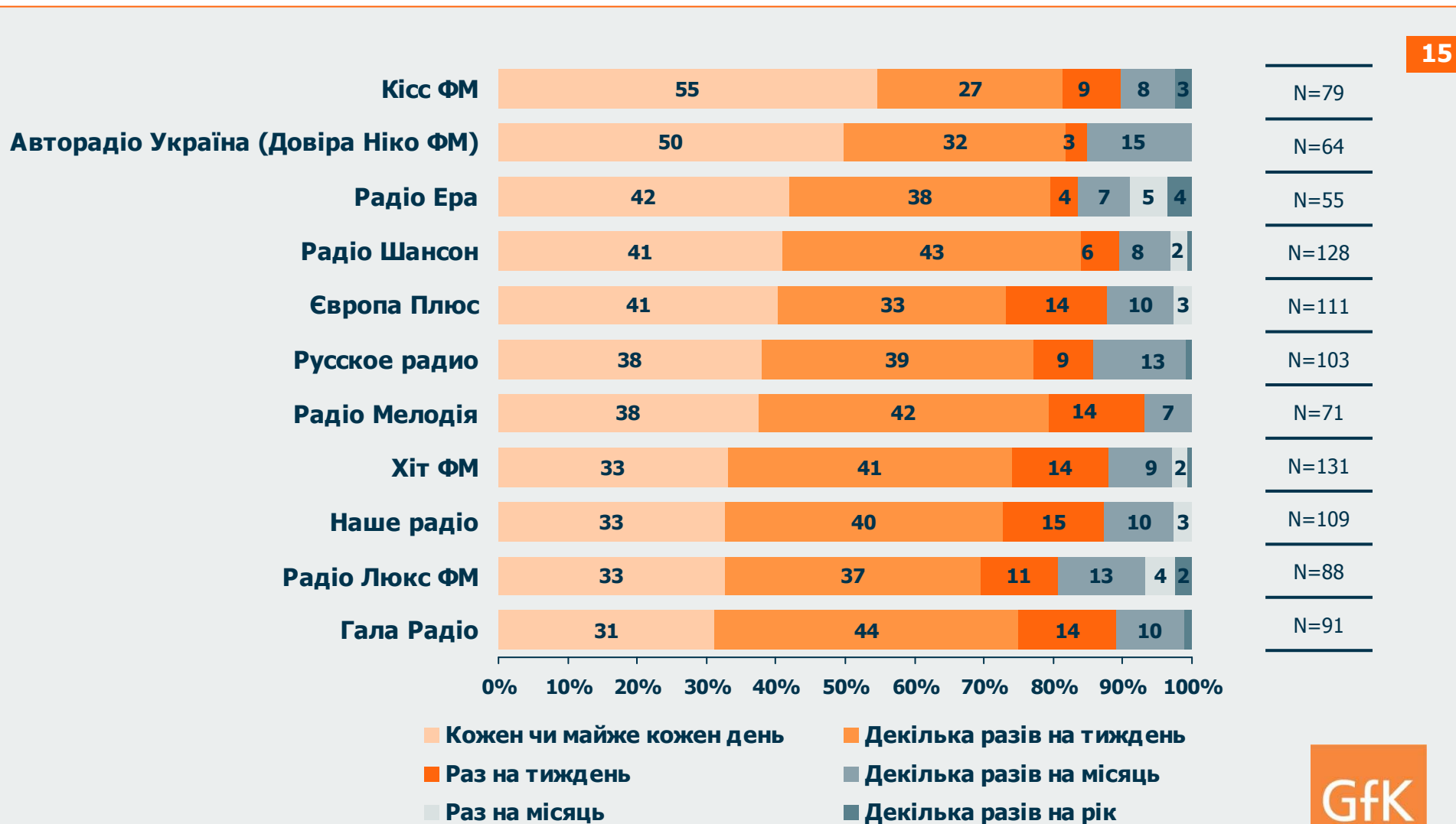


% до всіх респондентів, N(Київ)=350, N(всі міста)=4450

GfK

Частота слухання найпопулярніших національних радіостанцій (2008)

% до слухачів кожної національної радіостанції



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



Основні результати: регіональні періодичні видання

Регіональні періодичні видання

Читання регіональних періодичних видань

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень читання регіональних періодичних видань в Києві значно не змінився (74% в 2007 супроти 78% в 2008).
- Безкоштовна щоденна газета "15 минут" залишається найбільш популярною і має 51% читачів. Іншим популярним місцевим виданням є безкоштовна газета "Обзор" (30%). "Газета по-київськи" користується найбільшою популярністю серед видань, які респонденти купують, рівень читання цієї газети покращився у порівнянні з 2007 роком з 26% до 30%. "Київ на долонях" втратив частину своєї аудиторію з 37% в 2007 році до 29% в 2008 році і поділяє 3 місце з газетою "Вечерний Киев", який став на 4% популярніший. В 2008 році значно покращилося читання газет "Хрещатик" та "Київська правда".

17

Задоволеність регіональною пресою

- Порівняно з 2007 в 2008 році рівень задоволеності більшістю характеристик київських регіональних видань зменшився, окрім задоволеності *Регулярністю виходу примірників*, рівень якої не змінився.
- **Основними перевагами** київських регіональних видань є їх *Ціна та Оформлення*. До **другорядних переваг** належить *Оперативність інформації*. **Головними недоліками** порівняно з виданнями всіх міст є *Вичерпність інформації та Наявність газет у продажу*.

Місця купівлі регіональних періодичних видань

- В 2008 році кількість читачів, що купують регіональні періодичні видання в газетних кіосках, зменшилася з 55% відсотків у 2007 році до 49% в 2008. Відсоток тих, хто передплачує регіональні періодичні видання, не змінився. Значно збільшилася кількість людей, які купують регіональну пресу на розкладках в переходах та метро (з 34% в 2007 до 42% в 2008).

Час і місце читання регіональних періодичних видань

- У 2008 році на 9% зросла кількість людей, що читають на вихідних (9% в 2007 супроти 18% в 2008), і на 13% зросла кількість респондентів, що читають вдень (27% в 2007 році супроти 40% в 2008). У 2008 році зберігається тенденція до зниження частки респондентів, що читають ввечері. У порівнянні з 2007 роком рівень читання вранці знизився на 7% (з 34% до 27%).
- У 2008 більше респондентів читають пресу на роботі (20% в 2007 супроти 41% в 2008).

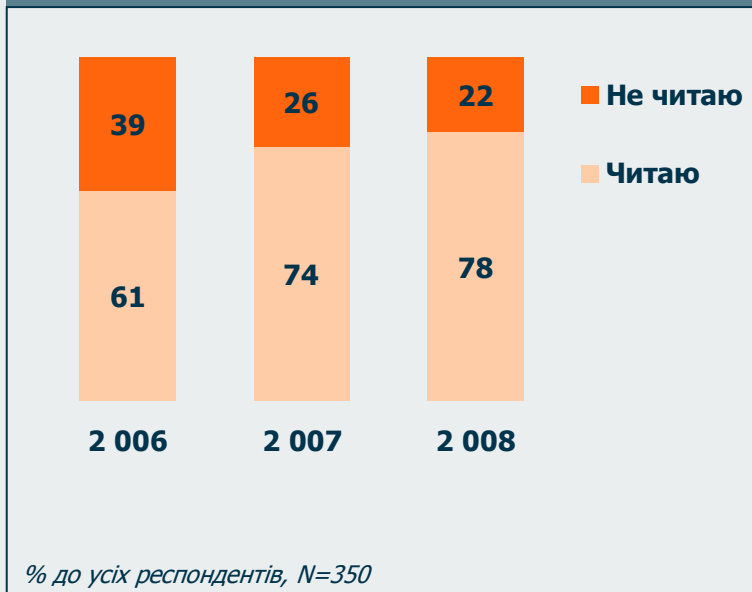
Причини не читання регіональних періодичних видань

- Основна причина не читання регіональної преси для більшості респондентів – це нестача цікавої для них інформації (65%).

Читання регіональних періодичних видань

18

ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

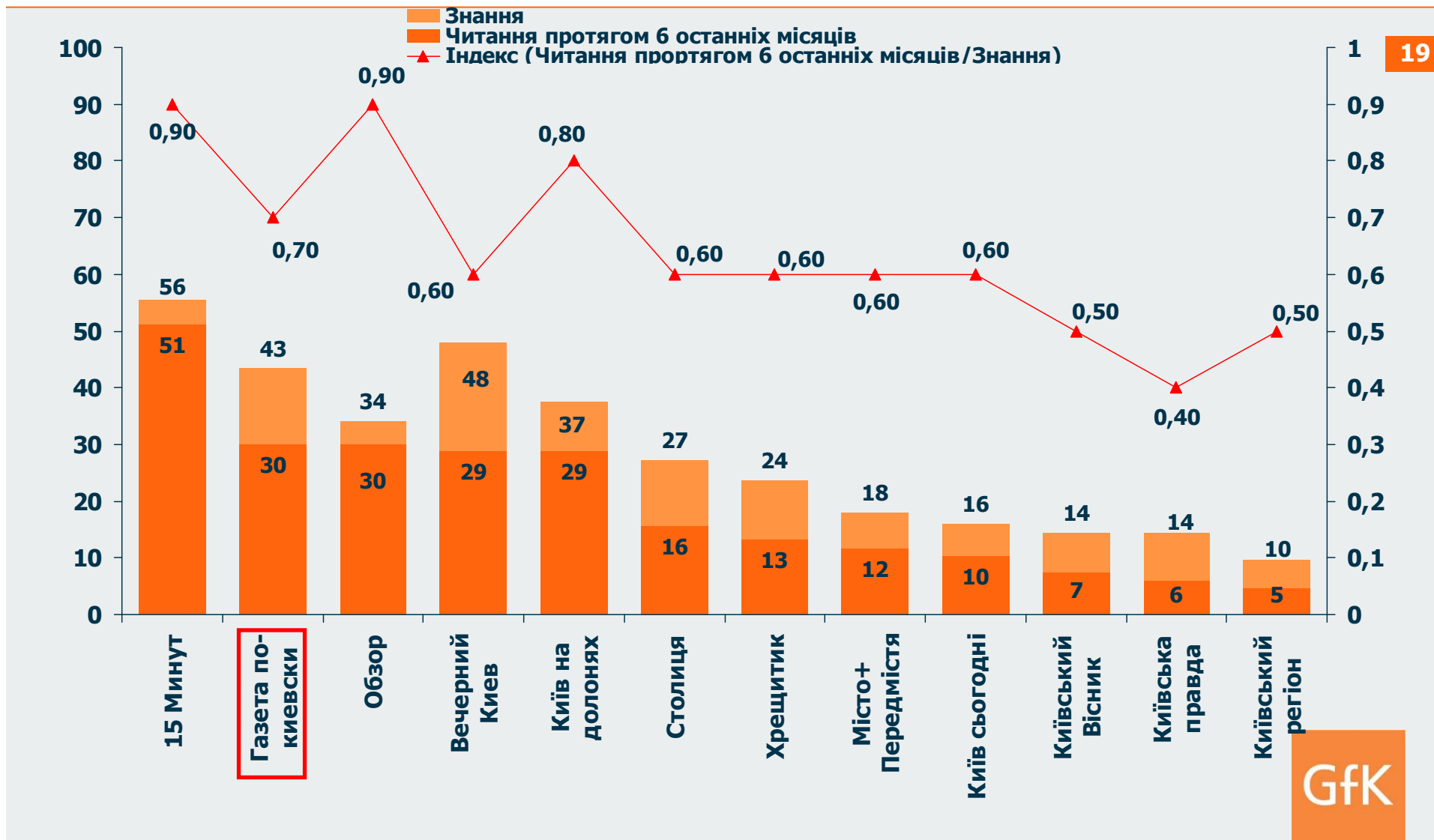


ЧАСТОТА ЧИТАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ (2008 рік)



Знання та читання регіональної періодичної преси (2008)

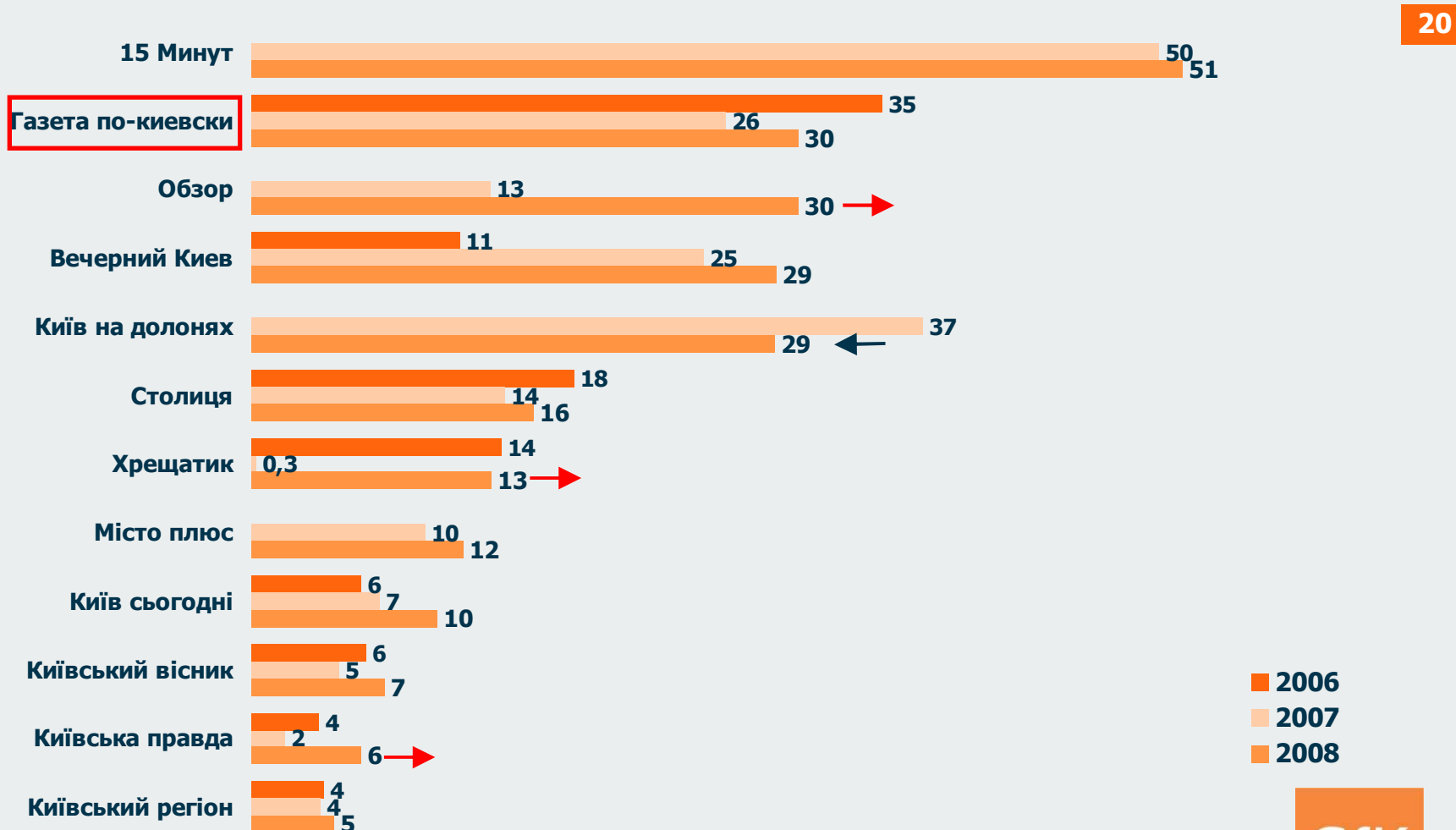
% до всіх респондентів, N=350



Примітка: Видання, які є партнерами Інтерньюз, відмічено червоною рамкою

Читання різних видань регіональної преси протягом останніх 6 місяців

% до всіх респондентів, які читали періодику останні 6 місяців, N(2008)=350

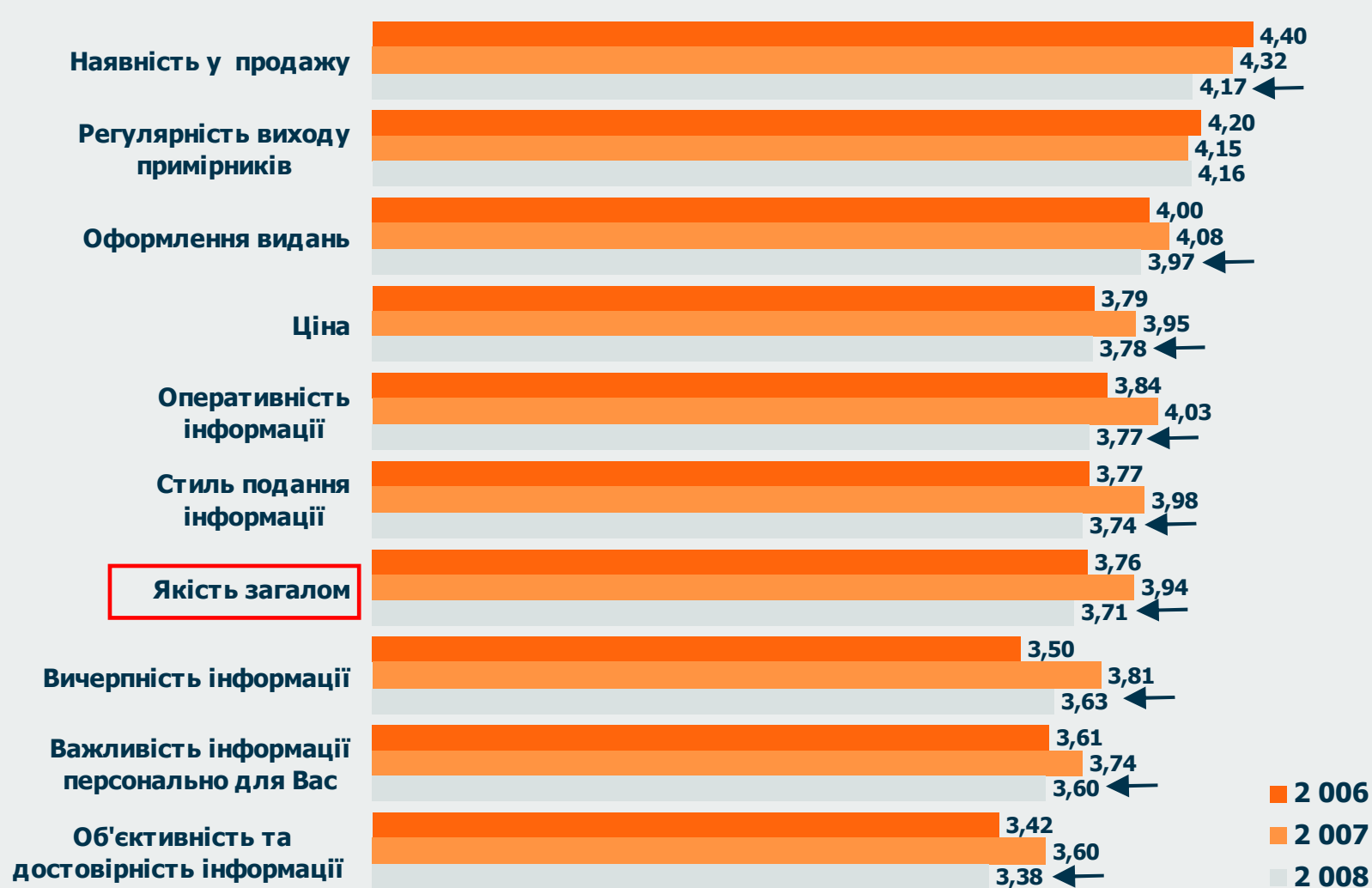


Примітка: Видання, які є партнерами Інтерньюз, відмічено червоною рамкою

Задоволеність характеристиками регіональних періодичних видань

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений



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

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

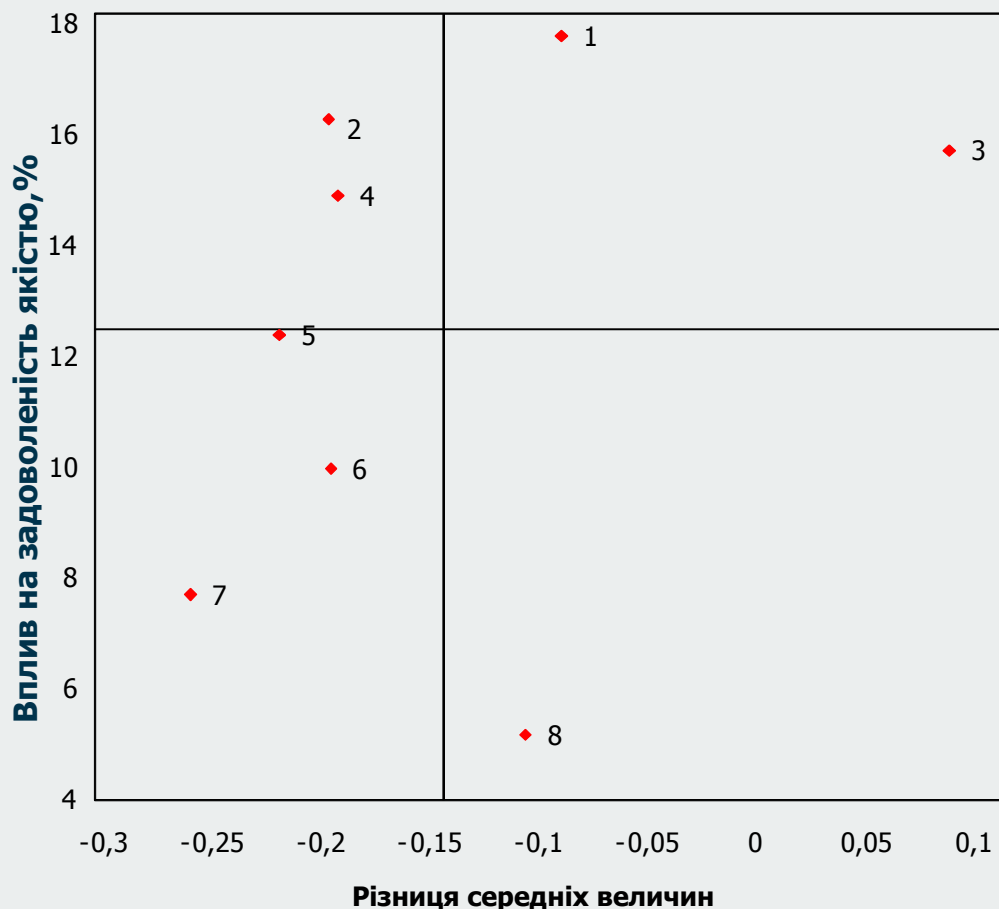
22

Головні недоліки

- 2 – Вичерпність інформації
- 4 – Наявність у продажу

Другорядні недоліки

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



Основні переваги

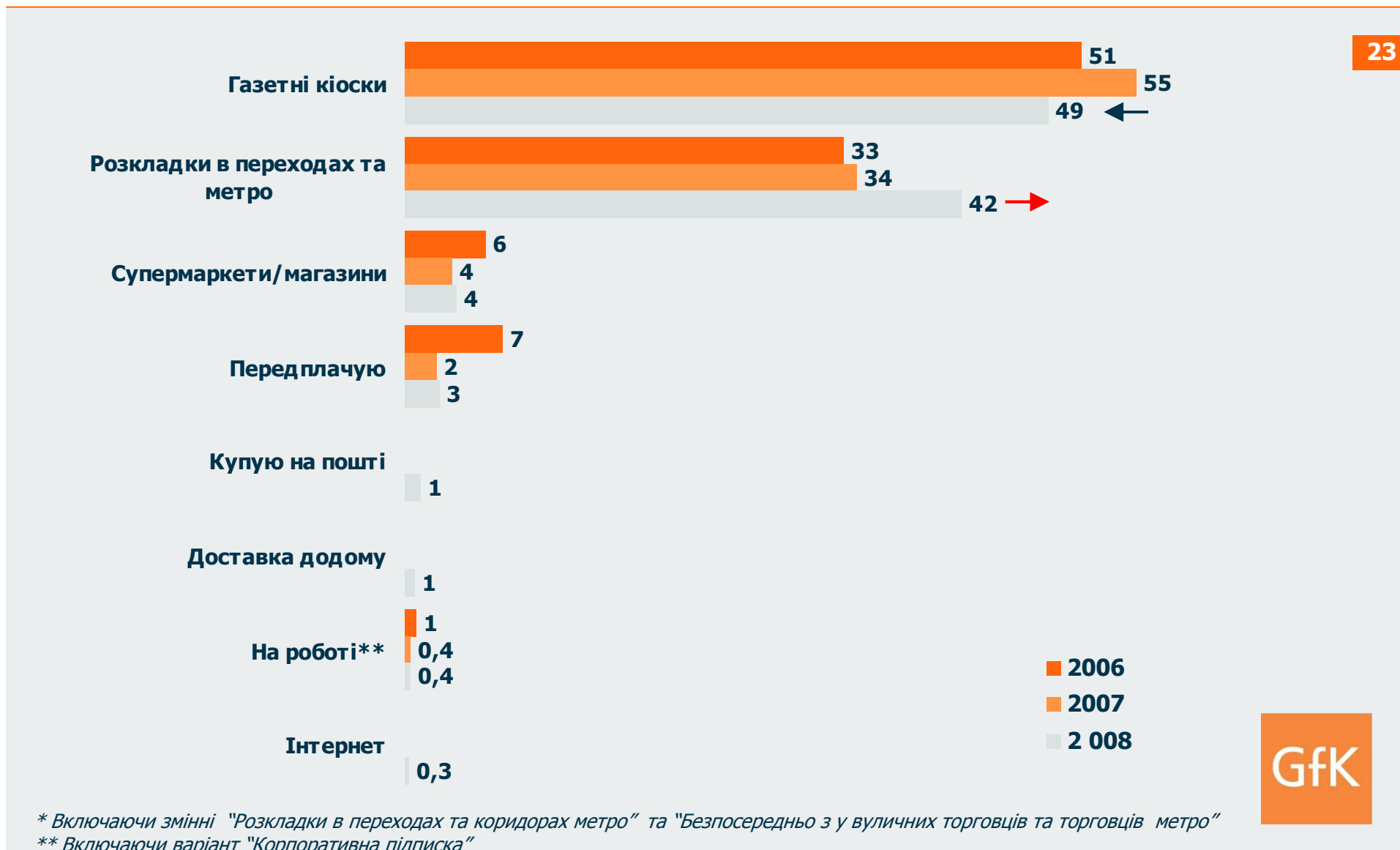
- 1 – Оформлення видань
- 3 – Ціна

Другорядні переваги

- 8 – Оперативність інформації

Де Ви зазвичай купуєте регіональні періодичні видання?

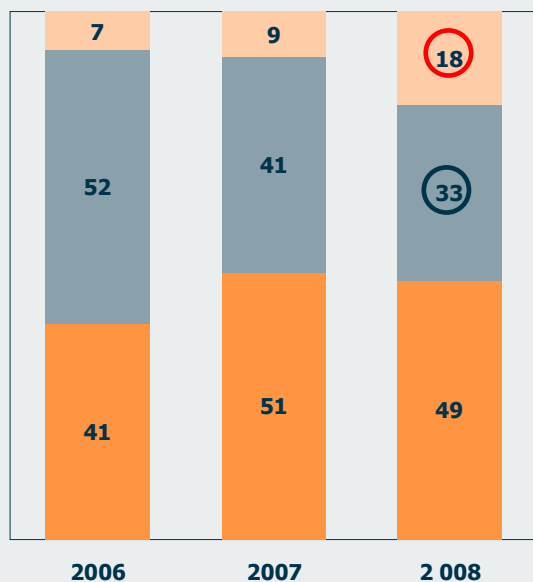
% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=274



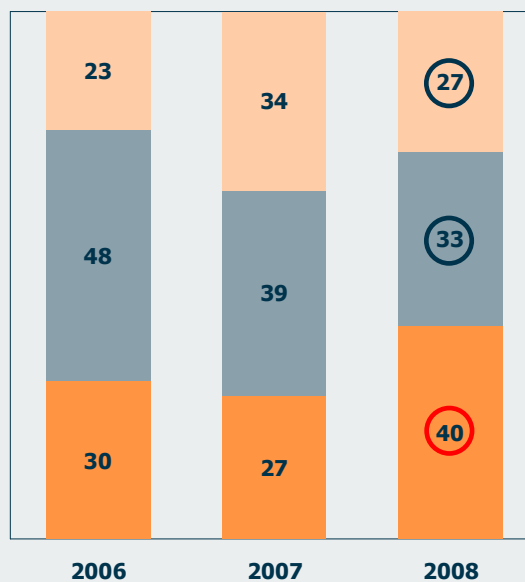
Час і місце читання регіональних періодичних видань

% до всіх читачів регіональних періодичних видань, N=274

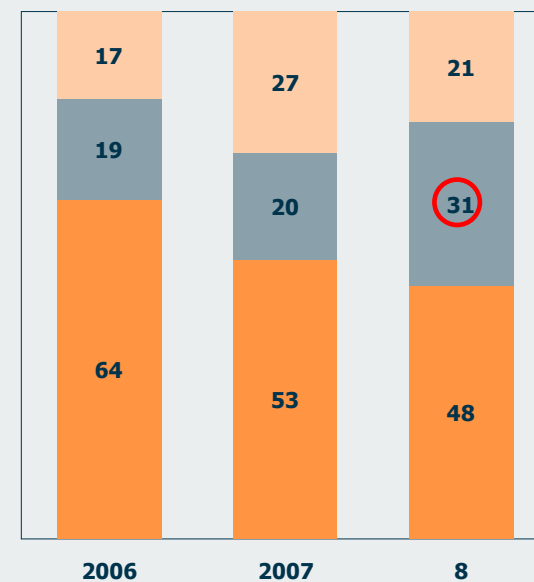
КОЛИ ВИ НАЙЧАСТІШЕ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



В ЯКИЙ ПЕРІОД ДНЯ ВИ
ЧИТАЄТЕ РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ ЧИТАЄТЕ
РЕГІОНАЛЬНУ ПРЕСУ?



■ В будні

■ Однаково часто і на вихідних, і в будні

■ На вихідних

■ Вдень

■ Ввечері

■ Вранці

■ Вдома

■ На роботі

■ В транспорті

Чому ви не читаєте регіональну періодику?(2008)

% до всіх не читачів регіональної періодици, N=76

Не вистачає цікавої мені інформації

65

Не читаю пресу взагалі

9

Інше

5

У мене немає часу

5

Нема у продажу

1

Дуже висока ціна

1

Важко сказати

14

25

GfK

5 Основні результати: Регіональні телевізійні канали

Регіональні телевізійні канали

Перегляд регіональних телевізійних каналів

27

- Порівняно з 2007 у 2008 році відсоток глядачів регіональних телевізійних каналів значно зріс на 10% (з 69% в 2007 до 79% в 2008).
- Серед двох київських регіональних телеканалів тільки у "ТРК Київ" зросла популярність з 53% до 69%, а "City" має приблизно таку ж кількість глядачів (52% в 2007 році і 56% у 2008 році).
- 31% глядачів переглядають регіональні телеканали декілька разів на тиждень і тільки 16% глядачів дивляться їх кожен чи майже кожен день.

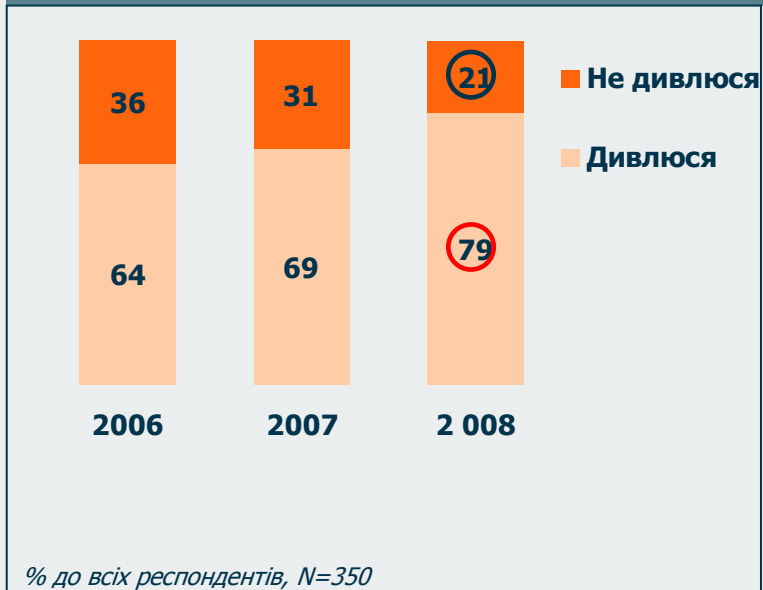
Задоволеність інформаційними програмами регіональних телеканалів

- У 2008 році задоволеність усіма характеристиками регіональних телевізійних каналів у анкеті значно знизилася. Особливо це стосується таких характеристик, як *Оформлення програм, Час трансляції програми, Оперативність інформації та Стиль подання інформації*.
- **Основною перевагою** київських регіональних інформаційних телепрограм надалі є *Оформлення програм та Технічна доступність*.
- **Другорядними перевагами** є *Оперативність інформації та Час трансляції програм*.
- Порівняно з інформаційними програмами в усіх інших містах київські регіональні інформаційні телепрограми мають один основний недолік. Це - *Важливість інформації особисто для глядача*.
- Ті характеристики, які були в 2007 році другорядними перевагами, стали **другорядними недоліками** в 2008. А саме: *Стиль подання інформації, Об'єктивність та достовірність інформації, Вичерпність інформації*.
- Порівняно з усіма містами, кияни найбільш невдоволені *Об'єктивність та достовірність інформації*, але цей фактор має найменший вплив на загальний рівень задоволеності якістю регіонального телебачення.

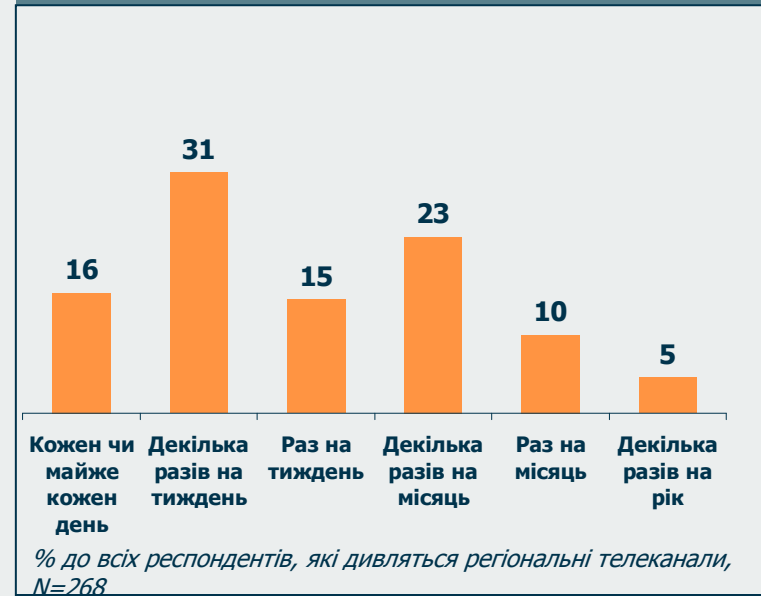
Перегляд регіонального телебачення

28

ПЕРЕГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

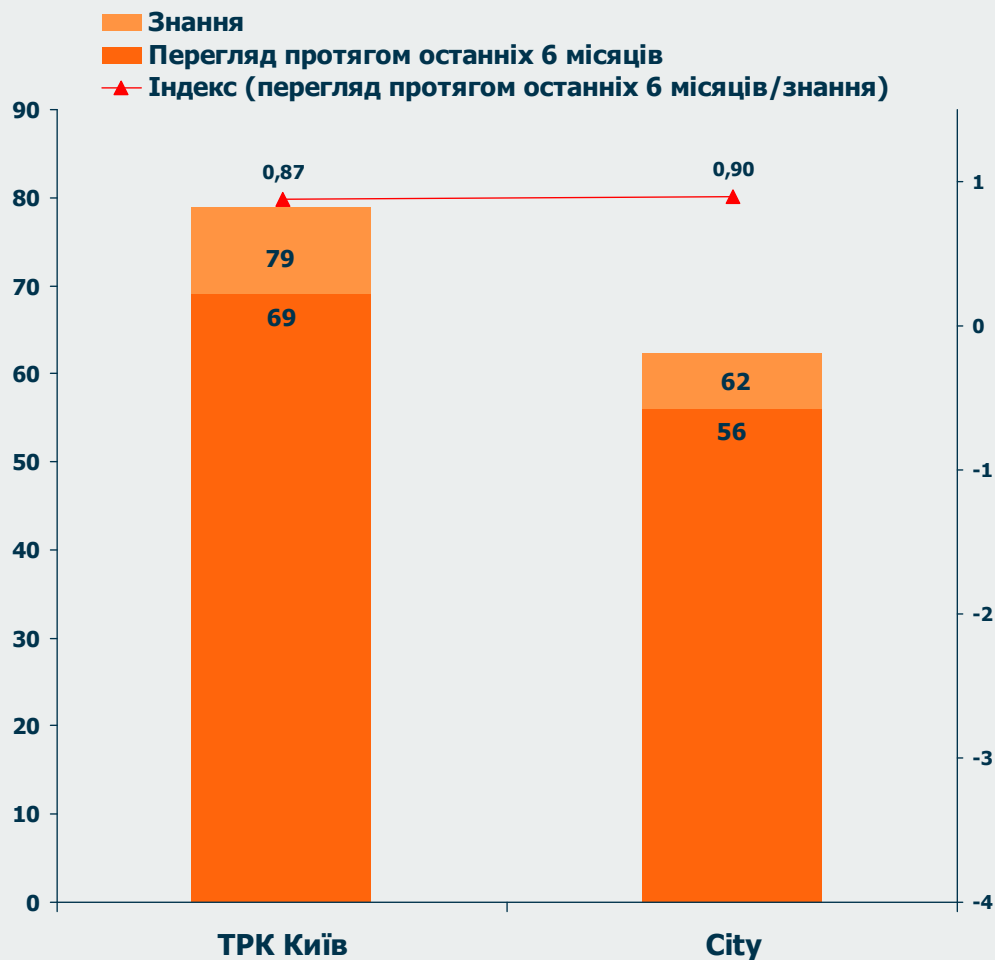


ЧАСТОТА ПЕРЕГЛЯДУ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ (2008)



Знання та перегляд регіональних телевізійних каналів (2008)

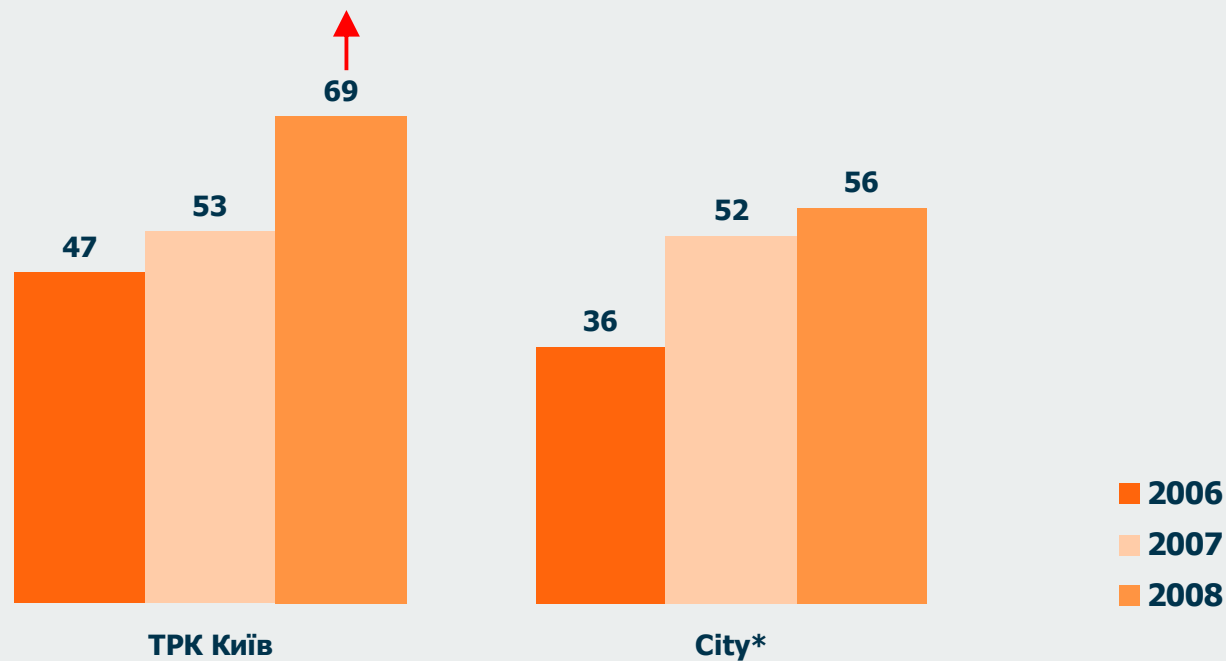
% до всіх респондентів, N=350



Перегляд регіональних телевізійних каналів впродовж останніх 6 місяців

% до респондентів, які дивляться регіональні телеканали останні 6 місяців, N=350

30



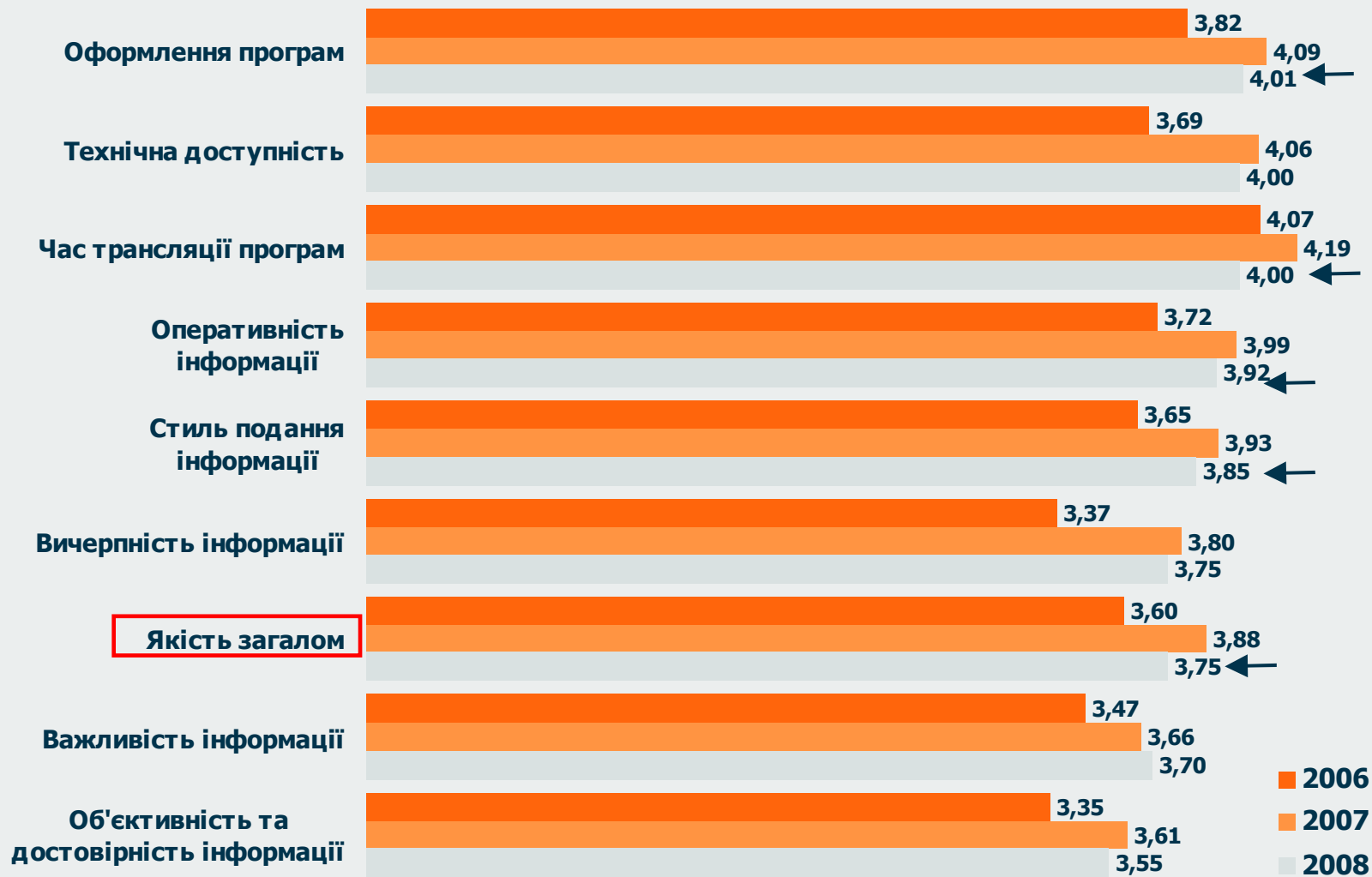
*розпочав трансляцію 1 грудня, 2006

Задоволеність характеристиками регіональних телевізійних програм

Середні величини

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

31



2006

2007

2008

GfK

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

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

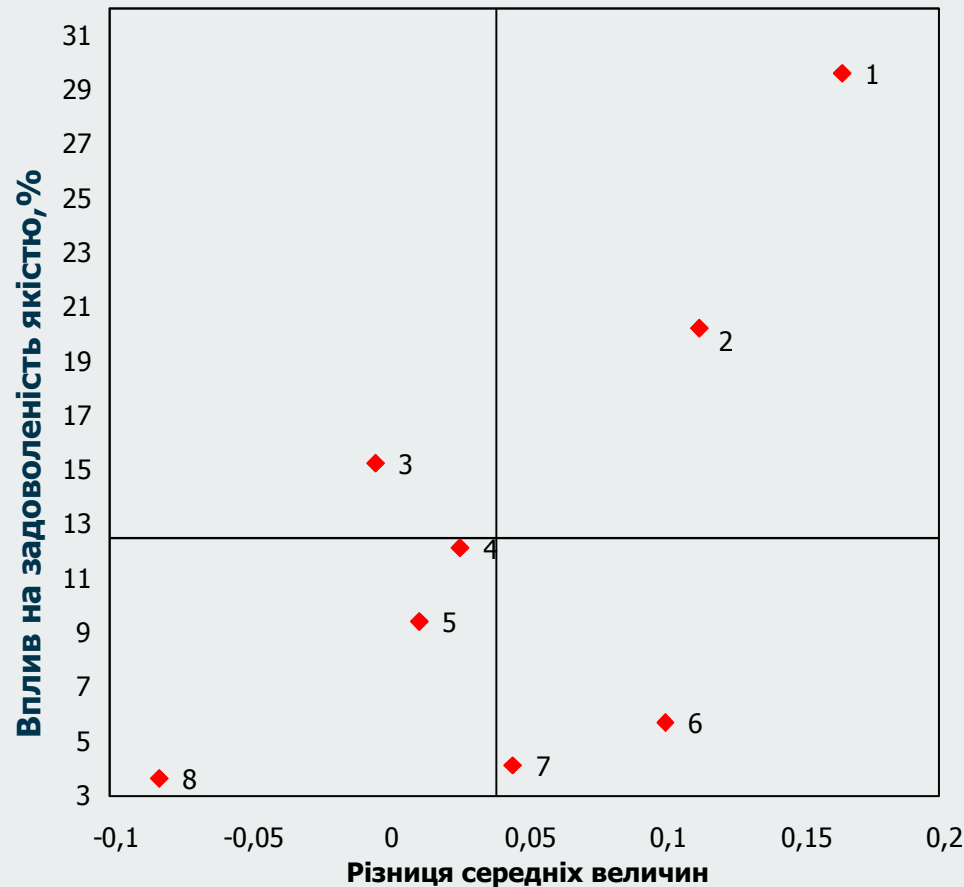
32

Головні недоліки

3 – Важливість інформації особисто для Вас

Другорядні недоліки

4 – Стиль подання інформації
5 – Важливість інформації
8 – Об'єктивність та достовірність подання інформації



Головні переваги

1 – Технічна доступність
2 – Оформлення програм

Другорядні переваги

6 – Швидкість подання інформації
7 – Час трансляції програм

6 Основні результати: регіональні радіостанції

Регіональні радіостанції

Слухання 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 у 2008 році кількість слухачів регіональних радіо в Києві зросла на 14% (з 42% в 2007 до 56% у 2008), хоча кількість людей, які б хотіли отримувати інформацію з радіо не змінилася в 2008 році.
- Трьома лідерами серед регіональних радіостанцій Києва є "Народне радіо" 100,5 FM (21% слухачів), "Перець FM" (19%) та NRJ (16%). Найсуттєвіше зростання аудиторії у 2008 має "Перець FM" на 7% (з 11% до 19%). Радіостанції "Київ" та "Континент" покращили свою популярність на 5% та на 4% відповідно.
- У 2008 році тільки 8% слухачів слухають регіональні радіостанції кожен або майже кожен день і 27% слухають їх декілька разів на тиждень.

34

Задоволеність інформаційними програмами регіональних радіостанцій

- Задоволеність більшістю характеристик інформаційних програм на регіональних радіостанціях зменшилася у 2008 році, окрім *Оперативності інформації*, котра залишилася на тому ж рівні.
- **Основною перевагою** київських регіональних інформаційних радіопрограм є *Стиль подання інформації*.
- **Другорядними перевагами** є *Оперативність інформації* та *Регулярність трансляцій*.
- Порівняно з усіма містами київські регіональні радіостанції мають такі **основні недоліки**: *Оформлення матеріалів та Вичерпність інформації*; а до **другорядних недоліків** належать *Об'єктивність та достовірність інформації* та *Своєчасність інформації*.

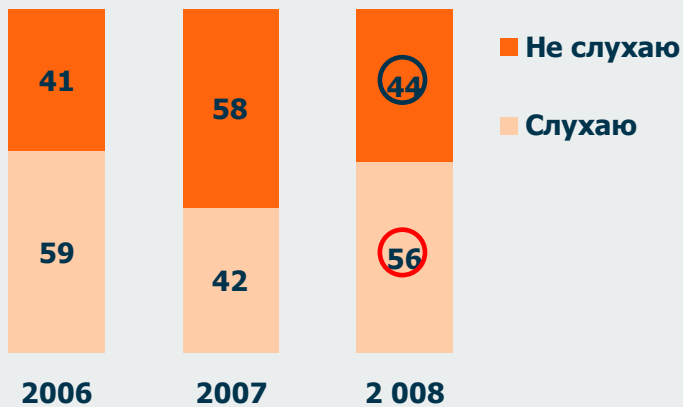
Причини не слухання регіональних радіостанцій

- Основна причина не слухання регіональних радіостанцій для більшості респондентів – це нестача цікавої для них інформації (52%).

Слухання регіональних радіостанцій

35

СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ



% до всіх респондентів, N=350

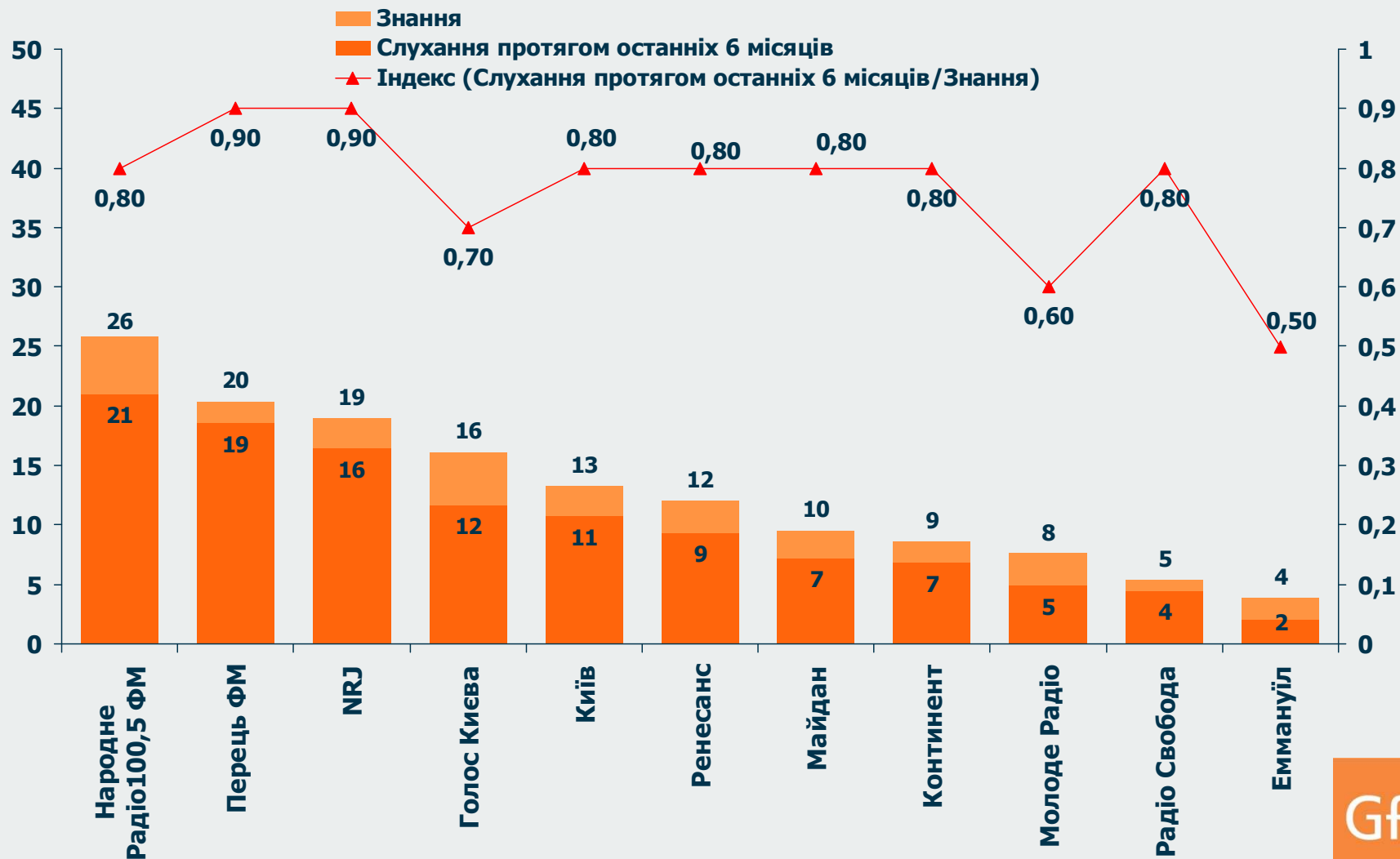
СЛУХАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РАДІОСТАНЦІЙ (2008 РІК)



% до всіх слухачів регіонального радіо, N=195

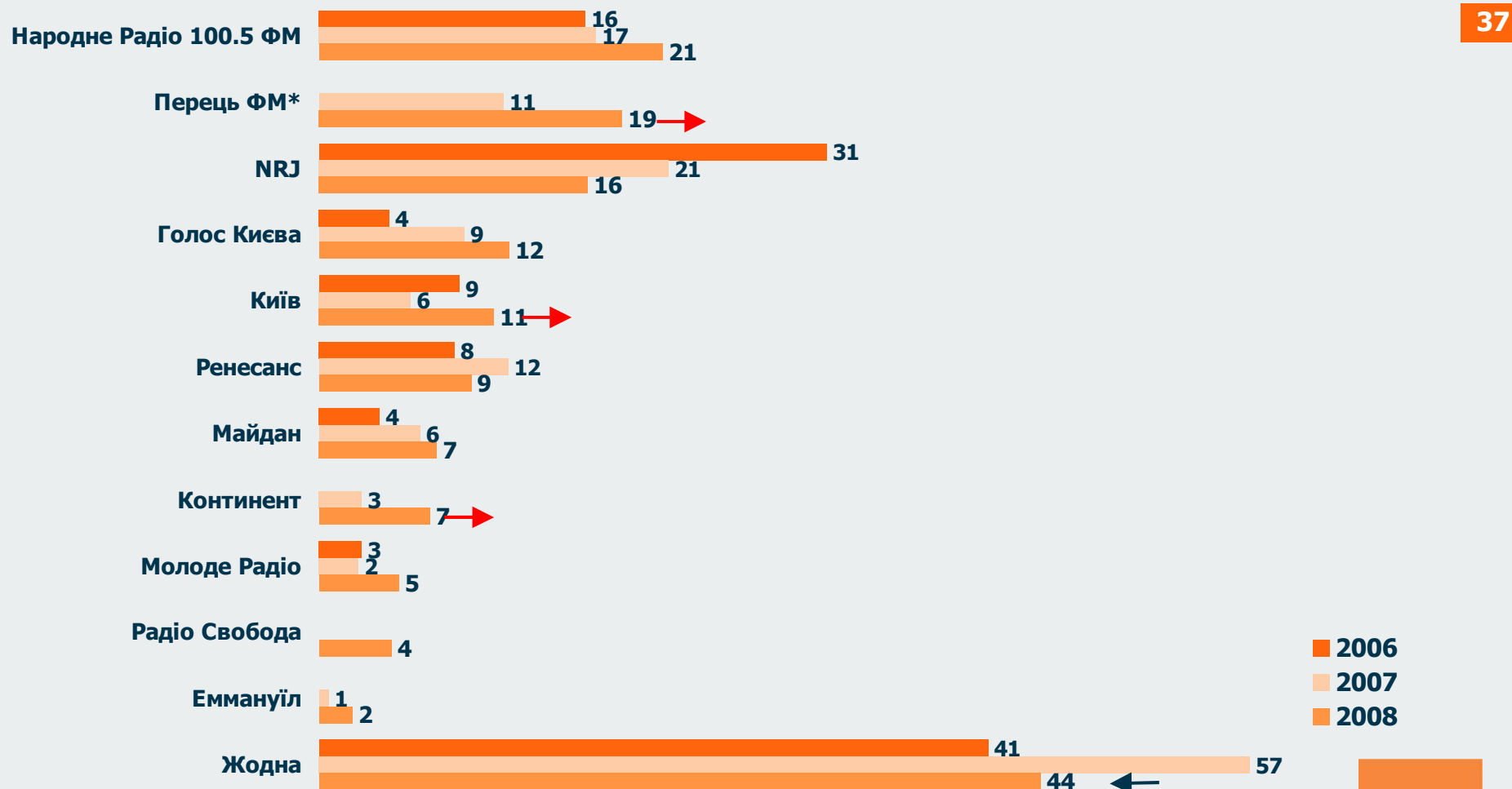
Знання та слухання регіональних радіостанцій (2008)

% до всіх респондентів, N=350



Слухання регіональних радіостанцій впродовж останніх 6 місяців

% до слухачів регіональних радіостанцій за останні 6 місяців, N(2008)=280



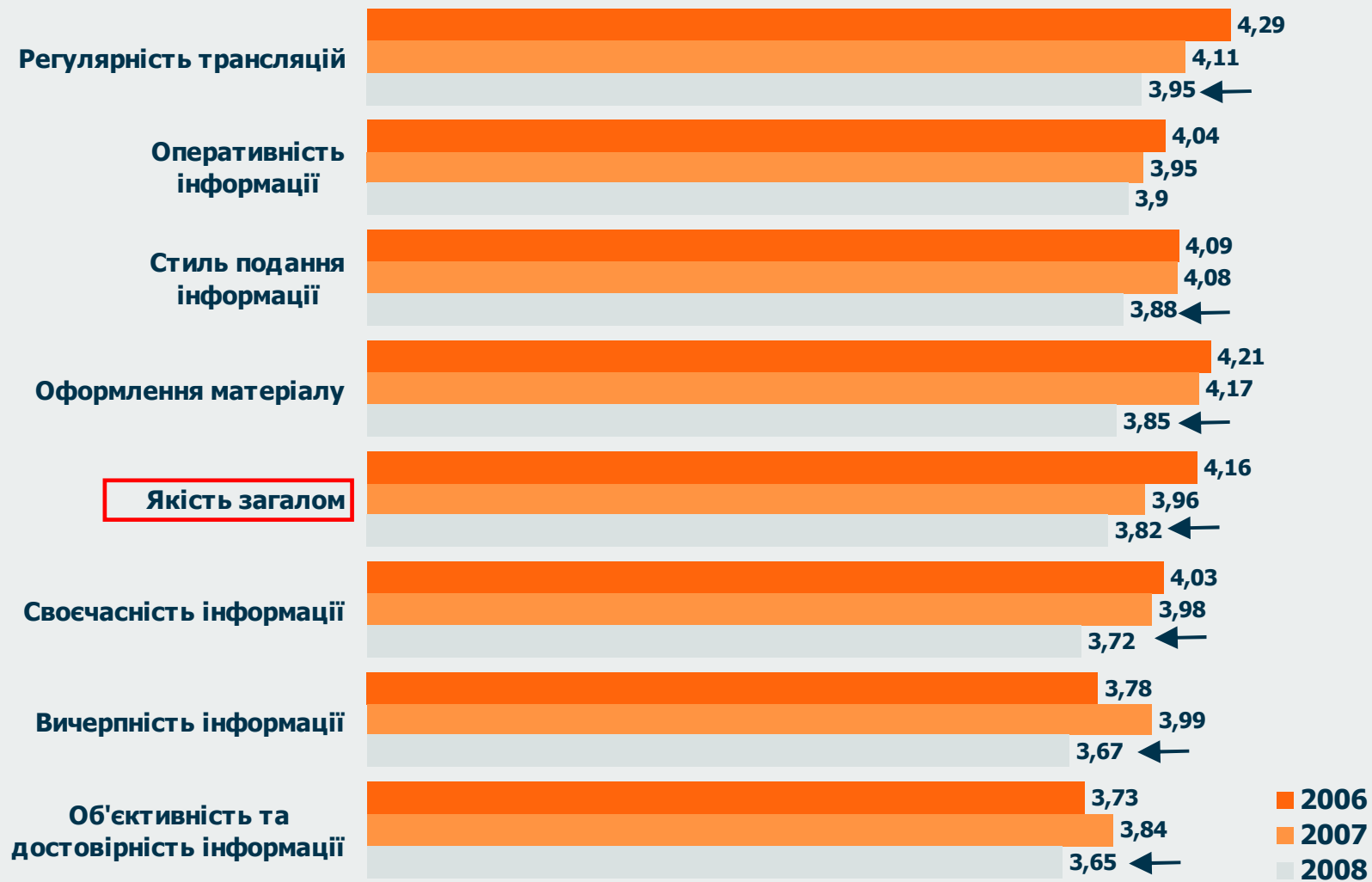
*розпочало трансляцію 1 квітня, 2007 року

Задоволеність характеристиками регіональних інформаційних радіопрограм

Середні значення

1 – Повністю незадоволений 5 – Повністю задоволений

38



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

Позитивна різниця означає, що в Києві люди більше задоволені відповідними характеристиками, ніж у інших містах

39

Головні недоліки

- 1 – Оформлення матеріалу
- 2 – Вичерпність інформації

Другорядні недоліки

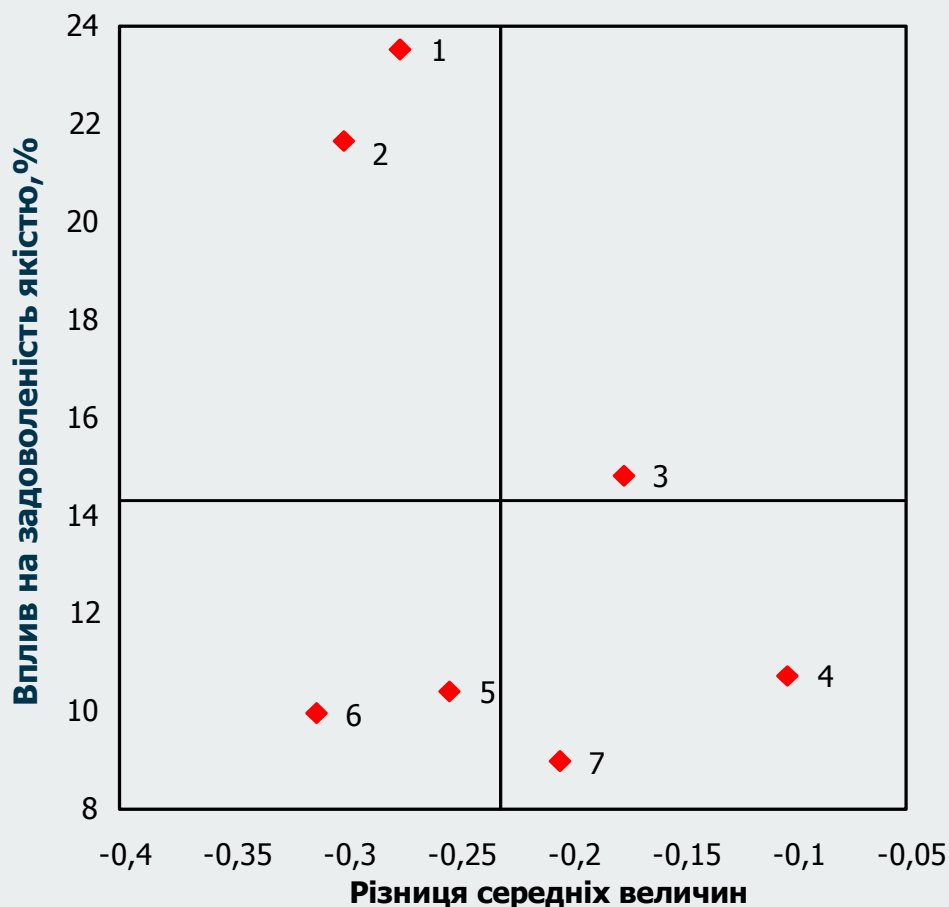
- 5 – Об'єктивність та достовірність інформації
- 6 – Своєчасність інформації

Головні переваги

- 3 – Стиль подання інформації

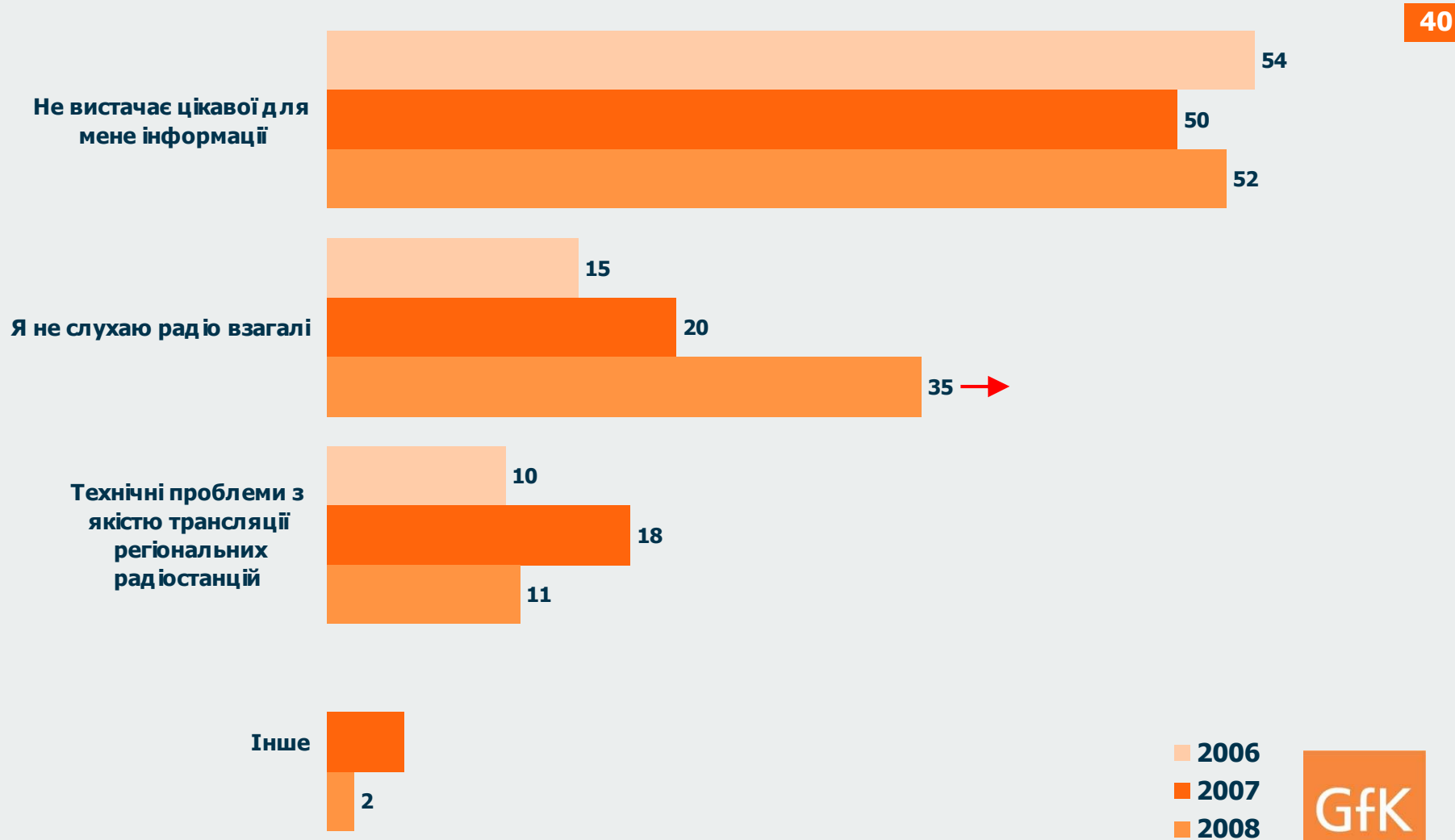
Другорядні переваги

- 4 – Оперативність інформації
- 7 – Регулярність трансляцій



Чому Ви не слухаєте регіональне радіо?

% до всіх не слухачів регіонального радіо (N (2008)=155)



7

Основні результати: Теми, висвітлені в регіональній пресі

Оцінка типів інформації: пояснення матриці

Матриця оцінки пріоритетів

42

Нестача інформації	A <i>Другорядні типи інформації</i> можна заощадити на другорядній інформації	B <i>Основні типи інформації</i> потребують постійної підтримки на високому рівні
	C <i>Ніші</i> потребують найменшої уваги	D <i>Розриви</i> 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.

43

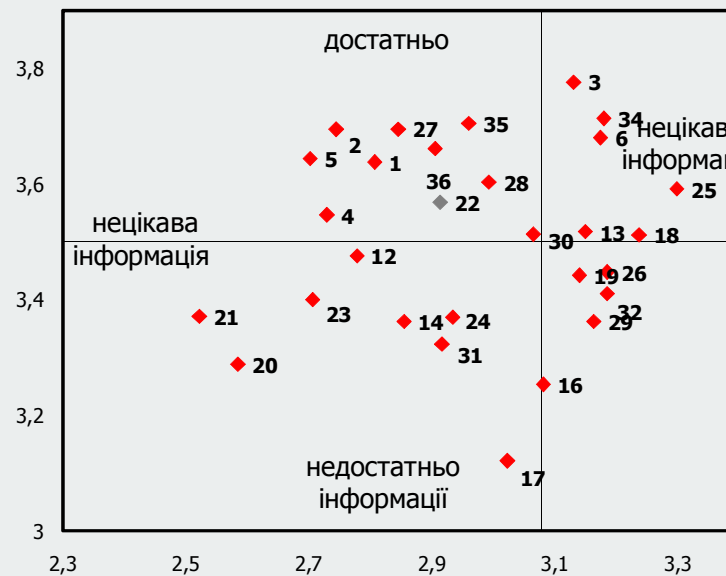
- 1 - Економічна ситуація в вашій області/місті
- 2 - Економічна ситуація в Україні
- 3 - Економічна ситуація у світі
- 4 - Політична ситуація в вашій області/місті
- 5 - Політична ситуація в Україні
- 6 - Політична ситуація у світі
- 7 - Оподаткування
- 8 - Банки / Страхування
- 9 - Аналіз нових законів
- 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 - Історія
- 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

2007



2008



◆ 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

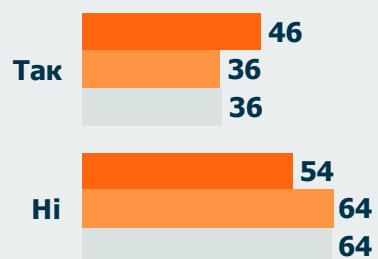
45

- В 2008 році кількість користувачів Інтернетом в Києві значно не змінилася.
- Кількість людей, що користувалися Інтернетом впродовж останніх чотирьох тижнів, залишилася на тому ж рівні - 96%.
- Значно збільшилася (на 11%) кількість людей, що користуються Інтернетом раз або кілька разів на день, а відсоток тих, хто користується Інтернетом кілька разів на місяць, впав до 9%.
- Порівняно з 2007 роком у 2008 році кількість людей, які користуються Інтернетом вдома, значно зросла до 61%.
- 53% користувачів Інтернетом в 2008 році надають перевагу лише або швидше за все Інтернет-версіям газет та журналів і 47% - друкованим версіям. Кількість тих, хто читає лише друковані версії зменшилася з 14% в 2007 до 7% у 2008.

Користування Інтернетом

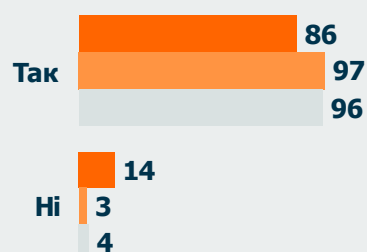
46

ЧИ КОРИСТУЄТЕСЬ ВИ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх респондентів, N=350

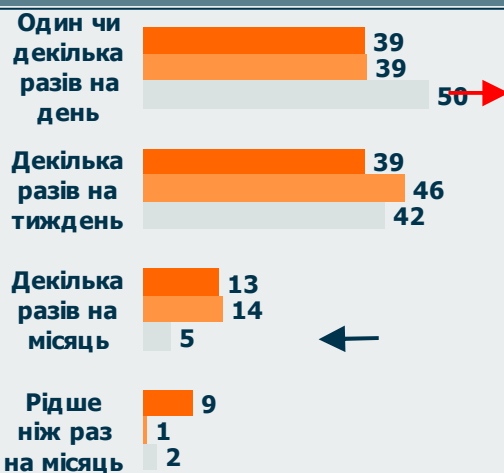
ЧИ КОРИСТУВАЛИСЯ ВИ ІНТЕРНЕТОМ ХОЧА Б ОДИН РАЗ ВПРОДОВЖ ОСТАННІХ 4 ТИЖНІВ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=125



ЯК ЧАСТО ОСОБИСТО ВИ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=125

ДЕ ВИ НАЙЧАСТІШЕ КОРИСТУЄТЕСЯ ІНТЕРНЕТОМ?



% до всіх користувачів Інтернет. N=125

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



% до всіх користувачів Інтернет. N=125

GfK



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.

48

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)

% до всіх респондентів N=350

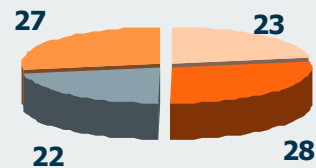
49

СТАТЬ



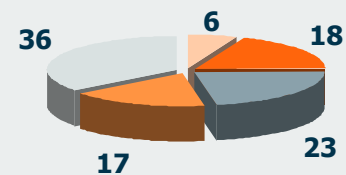
■ Чоловіча ■ Жіноча

ВІК



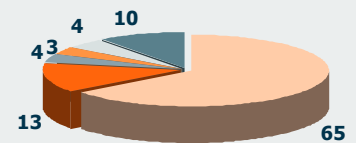
■ 18-24 ■ 25-34
■ 35-44 ■ 45-55

ОСВІТА



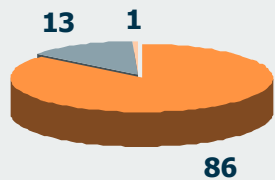
■ Незакінчена середня освіта
■ Середня освіта
■ Середня спеціальна освіта
■ Незакінчена вища
■ Вища освіта

ЗАЙНЯТІСТЬ



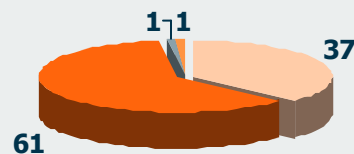
■ Зайнятий
■ Самозайнятий
■ Тимчасово незайнятий
■ Пенсіонер
■ Займається домогосподарством
■ Студент/учень

НАЦІОНАЛЬНІСТЬ



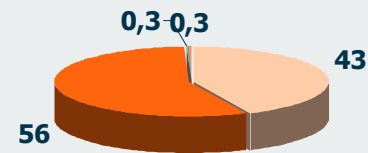
■ Українська ■ Російська
■ Інше

МОВА СПІЛКУВАННЯ НА РОБОТІ



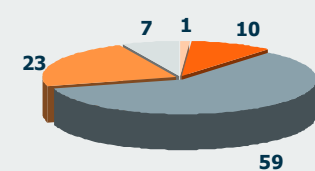
■ Українська ■ Російська
■ Інша ■ Не працюю

МОВА СПІЛКУВАННЯ ВДОМА



■ Українська ■ Російська
■ Суржик ■ Інша

РІВЕНЬ ДОБРОБУТУ



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

GfK