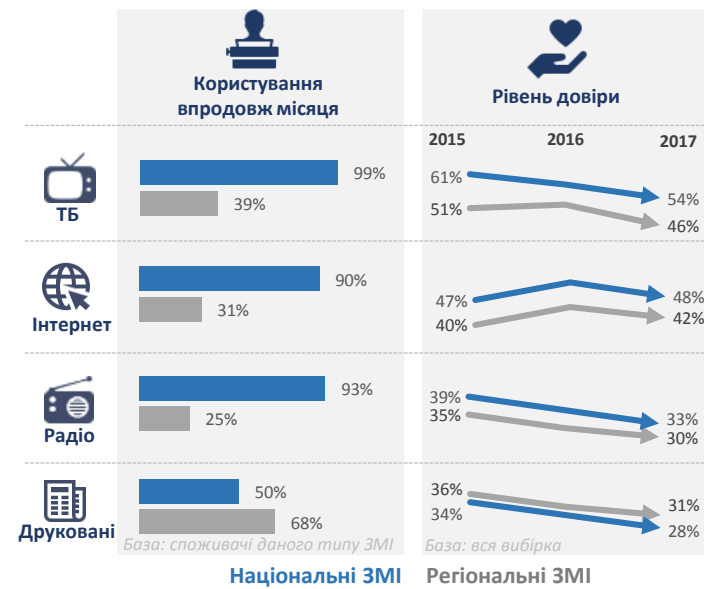


За результатами нового соціологічного опитування «**Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ**», українці критичніше ставляться до ЗМІ і вимагають від журналістів якісного, достовірного контенту.

МЕДІАСПОЖИВАННЯ ТА ДОВІРА ДО ЗМІ

- ✓ Понад 50% читачів в усіх областях надають перевагу регіональним друкованим ЗМІ. Це стабільна преференція над загальнодержавними друкованими ЗМІ.
- ✓ Знижується рівень довіри до найпопулярніших українських ЗМІ – ТБ та Інтернет.

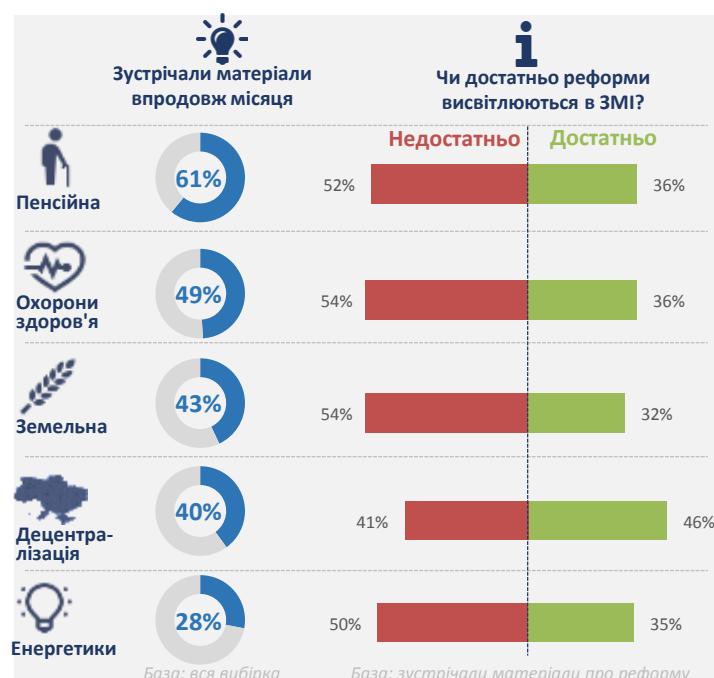


- ✓ Українці досить активно користуються інтернетом – 77% бувають онлайн щодня. Дещо менше – лише на півночі країни. Молодша аудиторія користується інтернетом найчастіше. Отримуючи новини із «глобальної мережі» споживачі найчастіше надають перевагу агрегаторам новин. Це стабільний тренд останніх трьох років.



ВИСВІТЛЕННЯ РЕФОРМ

- ✓ Респонденти зауважують потребу в подальшому висвітленні реалізації реформ в країні: Типовим є поверхнєві знання щодо суті реформ та понад 50% респондентів вважають інформацію, яку отримують про виконання ключових реформ, «недостатньою».
- ✓ Загалом, представники вікової категорії в 46-65 років більш схильні вважати себе «поінформованими» про реформи, ніж українці у віці 18-35 років.

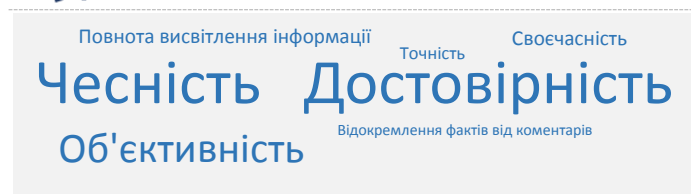


МЕДІАГРАМОТНІСТЬ

- ✓ Чесність та достовірність – найважливіші критерії, що визначають довіру до ЗМІ.

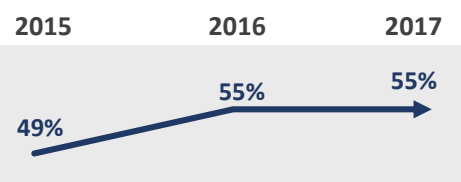


Яким вимогам мають відповідати новини?



- ✓ На рівні самооцінки українці, добре обізнані про існування замовних матеріалів, або «джинси», у ЗМІ та почали краще їх розпізнавати.

Знають про існування замовних матеріалів



Вміють відрізнити замовні матеріали

