

Свобода слова, медіаграмотність: результати всеукраїнського опитування

Інститут соціології НАН України, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення

д.соц.н. Сергій Дембіцький

Параметри дослідження

- Інструментарій дослідження розроблений Сергієм Дембіцьким (Інститутом соціології НАН України) у співпраці з Дмитром Швидченком (Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення).
- Результати опитування репрезентують доросле населення України (від 18 років і старше), за виключенням АР Крим і тимчасово окупованих територій Півдня та Сходу України.
- Опитування здійснювалося методом телефонних інтерв'ю з використанням комп'ютера (computer-assisted telephone interviews, CATI) за випадковою вибіркою мобільних номерів.
- Польовий етап дослідження тривав з 27 жовтня по 7 листопада 2025 року.
- Статистична похибка вибірки обсягом 1007 респондентів при довірчій імовірності 95% та дизайн ефекті 1.1 не перевищує 3.2%.
- Параметри вибірки
 - Середній вік: 49.6 роки
 - Стать: чоловіки — 46.3% жінки — 53.7%
 - Тип населеного пункту: обласний центр — 42.8% інше місто — 31.9% село — 25.3%
 - Освіта: середня загальна або нижче — 15.2% середня спеціальна — 33.6% вища — 51.1%
 - Міграція в середині країні: не було — 74.9% переїхали і повернулися — 13.2% переїхали — 12.0%



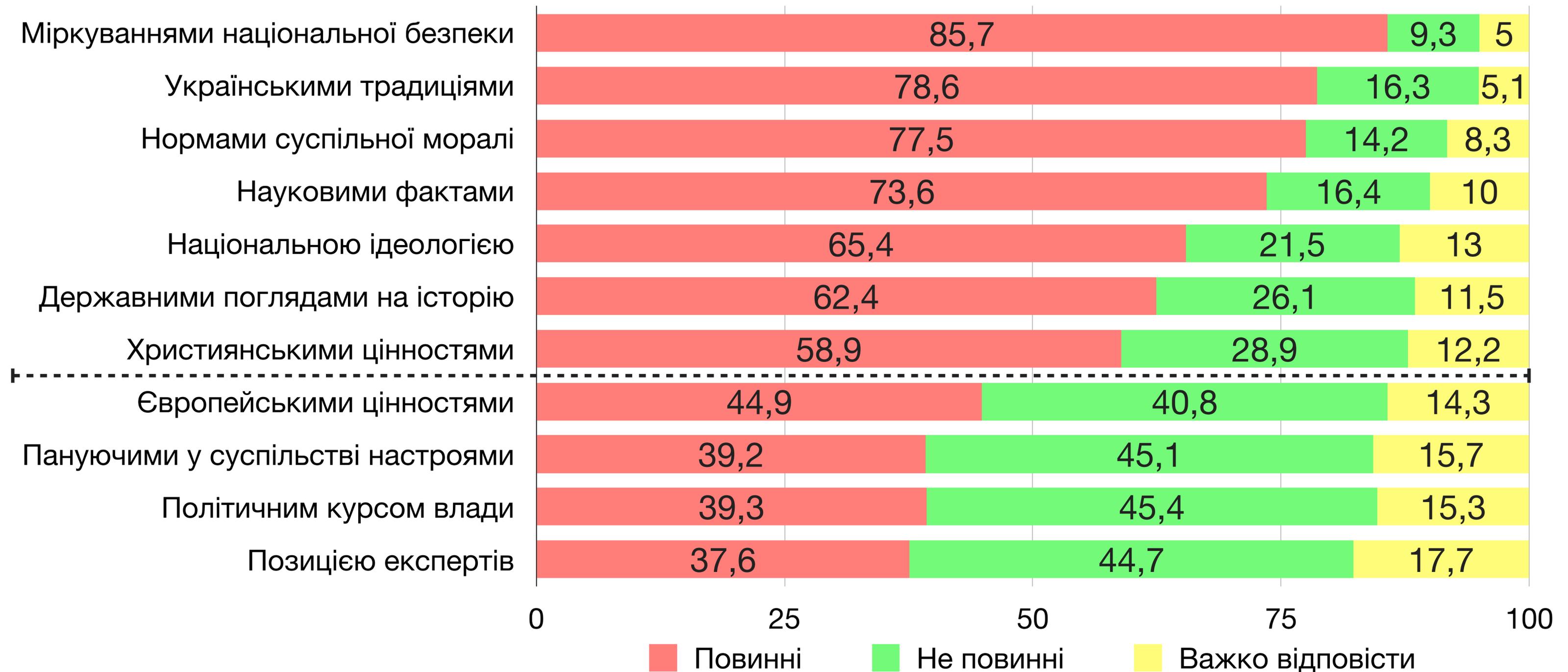
RESEARCH.UA

Донори, виконавці та партнери

- Дослідження виконано в межах партнерської співпраці між Інститутом соціології НАН України та Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення (меморандум про співпрацю від 10.10.2024).
- Презентацію підготовлено заступником директору Інституту соціології НАН України, д.соц.н.Сергієм Дембіцьким.
- Опитування, результати якого лягли в основу цього звіту, було проведене САТІ-студією Інституту соціології НАН України у перебігу реалізації науково-дослідного проєкту "Національна стійкість України під час російсько-української війни: суспільні конфігурації". Фінансування отримано від Національної академії наук України за напрямом використання бюджетних коштів «Підтримка пріоритетних для держави наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) розробок» бюджетної програми КПКВК 6541230.
- Технічну підтримку (доступ до IP-телефонії) було надано партнером Інституту соціології НАН України дослідницькою агенцією «Research UA».

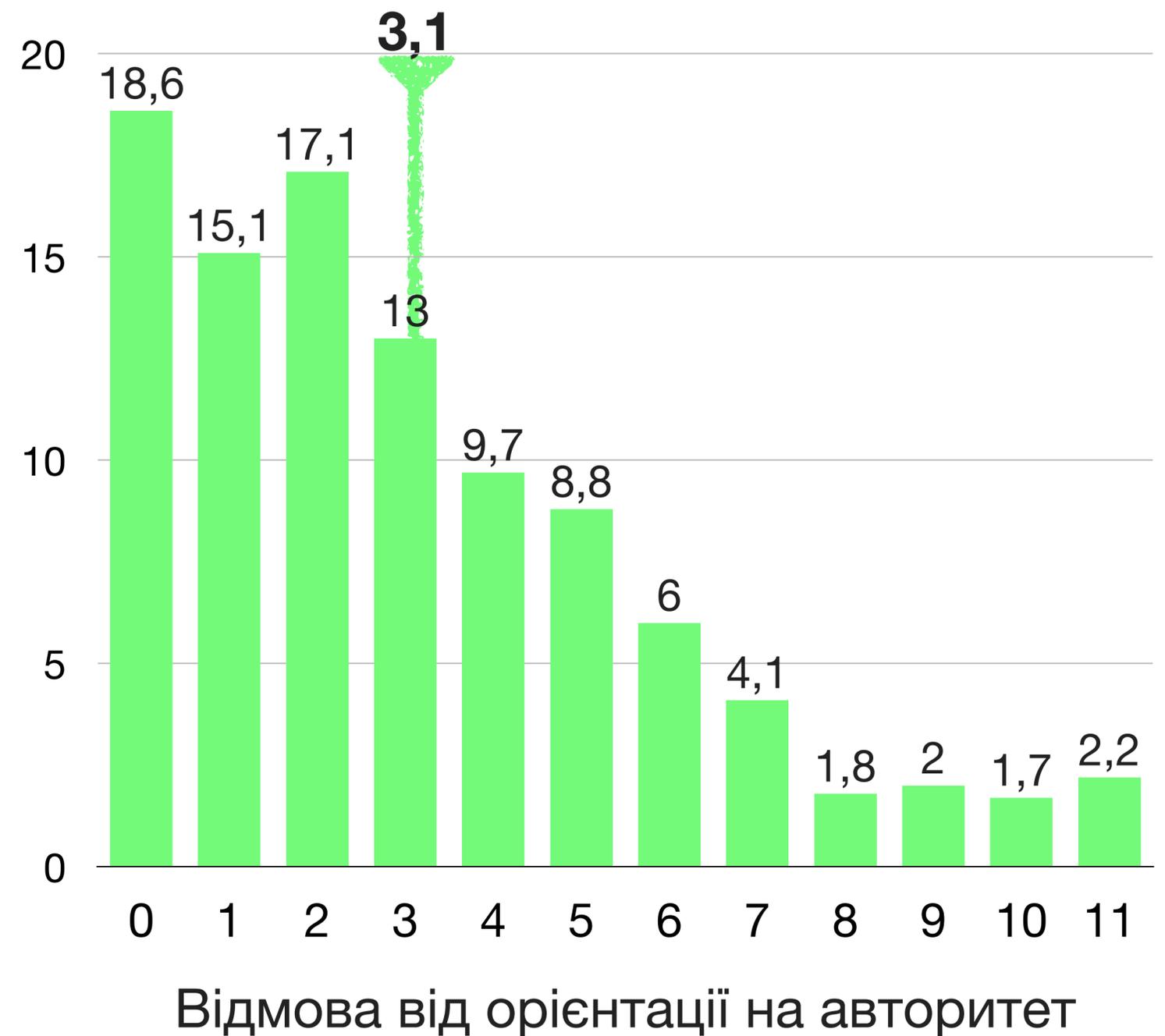
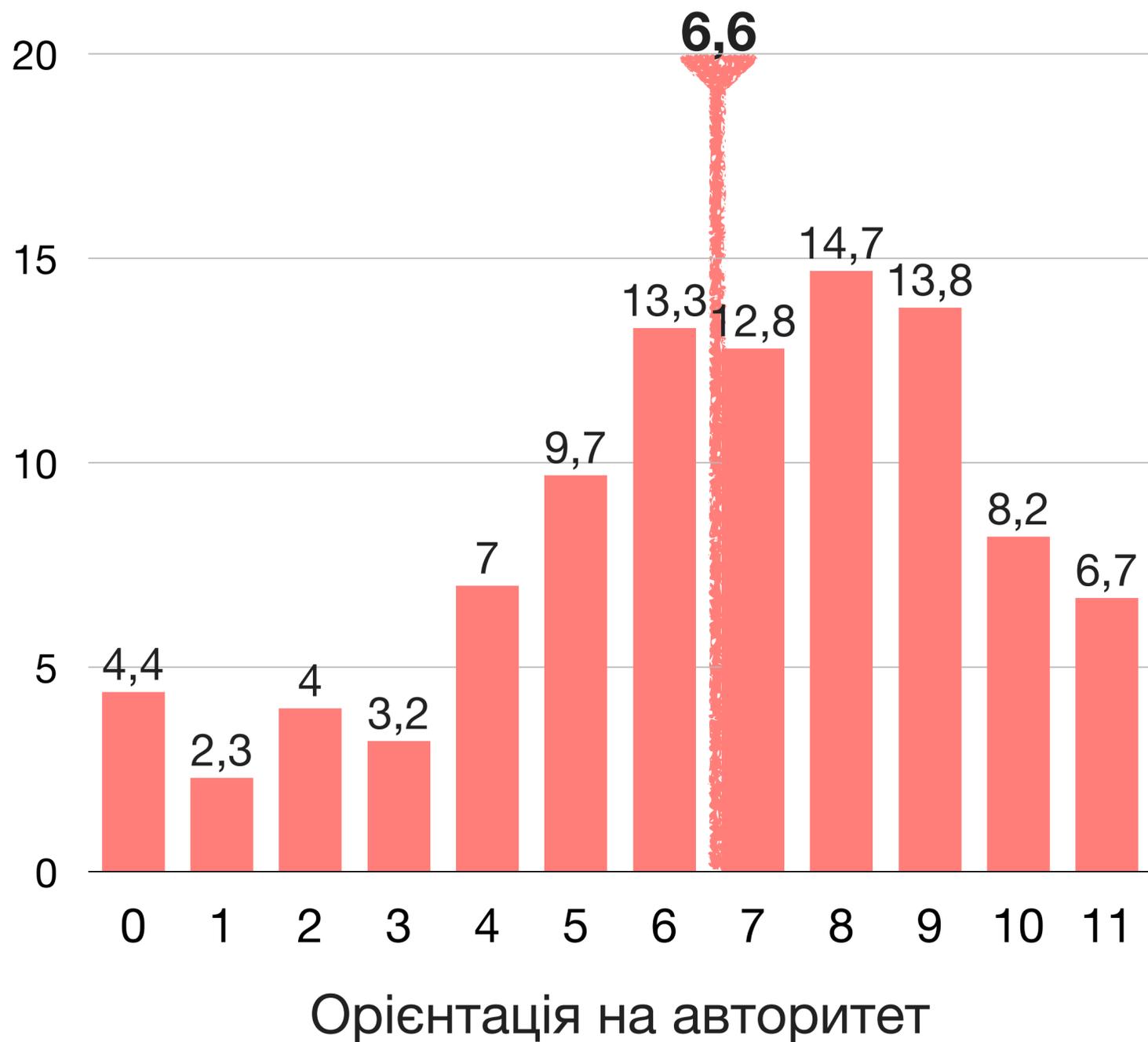
З чим із переліченого українці повинні узгоджувати свої погляди, якщо вони висловлюють їх публічно або в мережі Інтернет? %

Конформізм VS нонконформізм



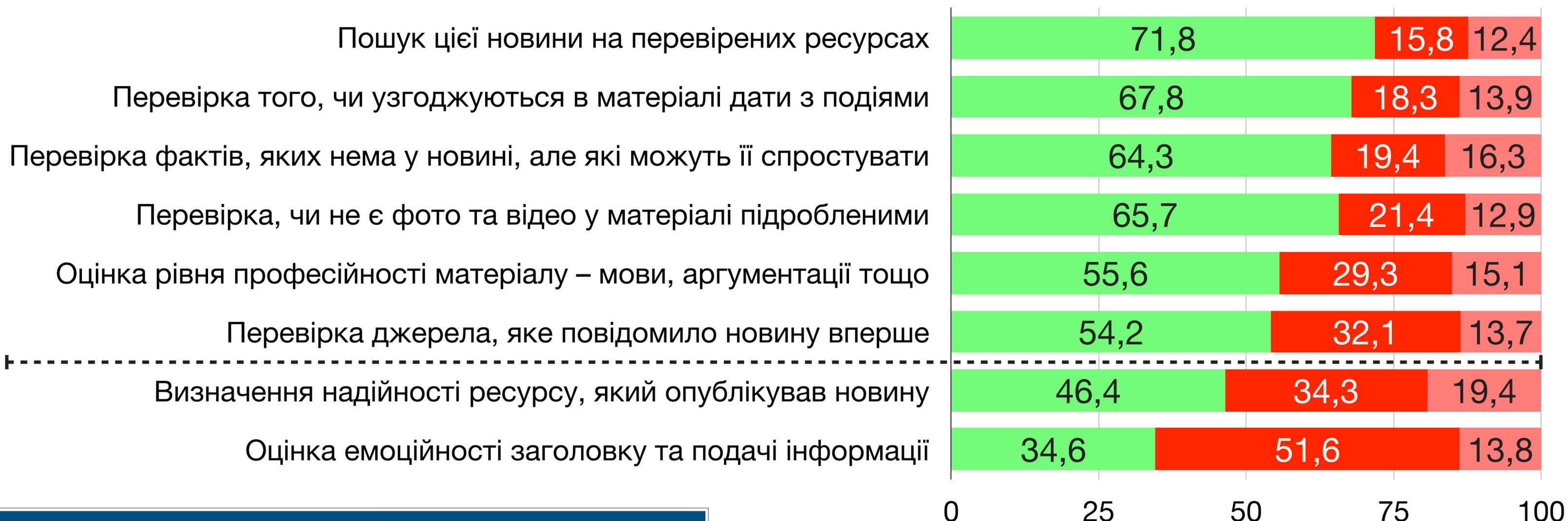
Сукупна кількість виборів орієнтирів узгодження поглядів та сукупна кількість виборів відмови від таких орієнтирів, %

Зовнішній авторитет VS свобода поглядів



Є різні способи, що дозволяють відрізнити правдиві новини від маніпуляції та брехні. Зараз я назву деякі з таких способів, а Ви скажіть по кожному – чи є він ДІЙСНО ДІЄВИМ у наш час. %

Медіаграмотність – усвідомлення інструментів



Адаптовано з рекомендацій від [Tom Chatfield](#) «Critical Thinking». Основа рекомендацій – The Full Fact Toolkit, <https://fullfact.org/toolkit/>

■ Є дієвими ■ Не є дієвими ■ Важко відповісти

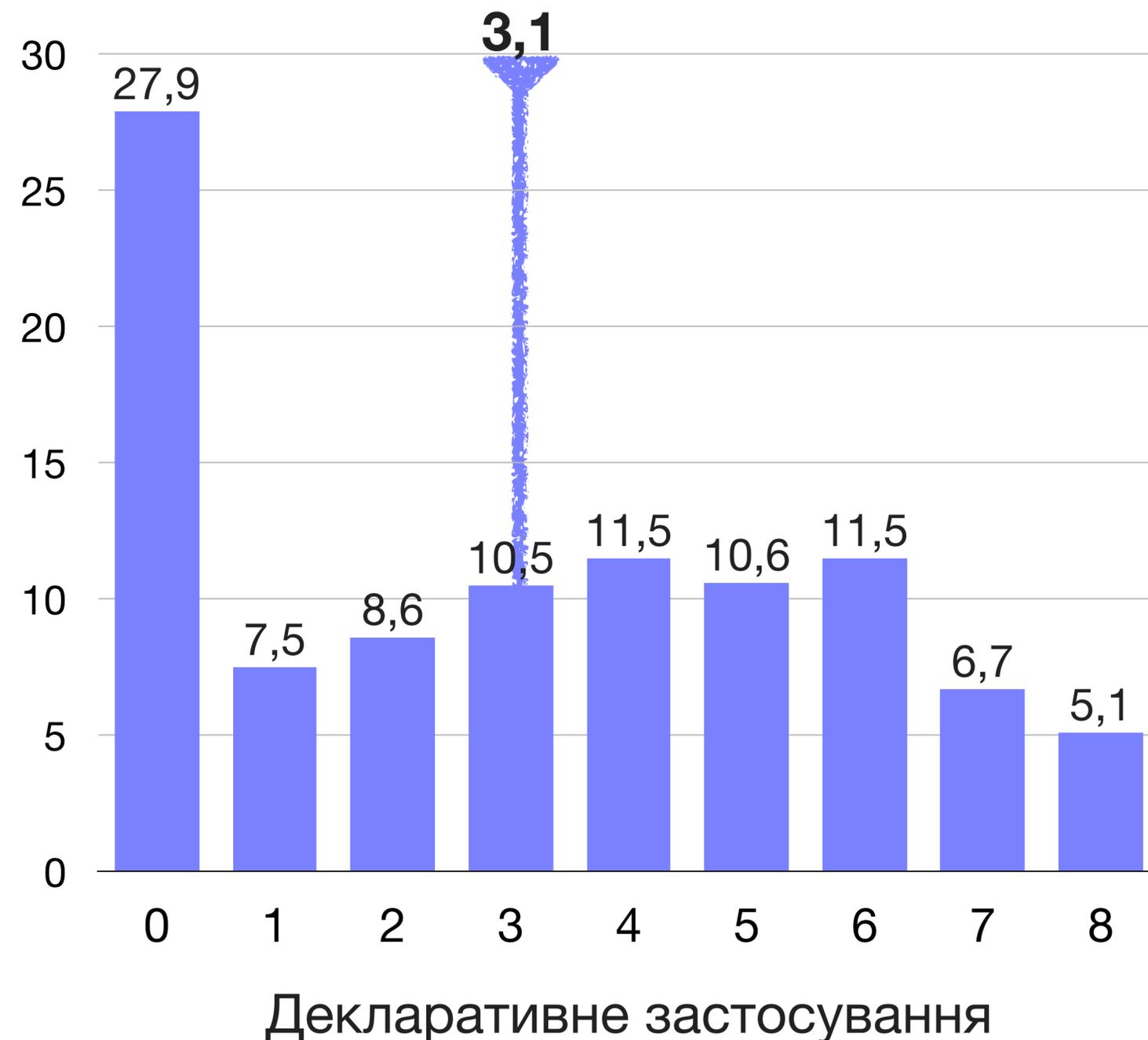
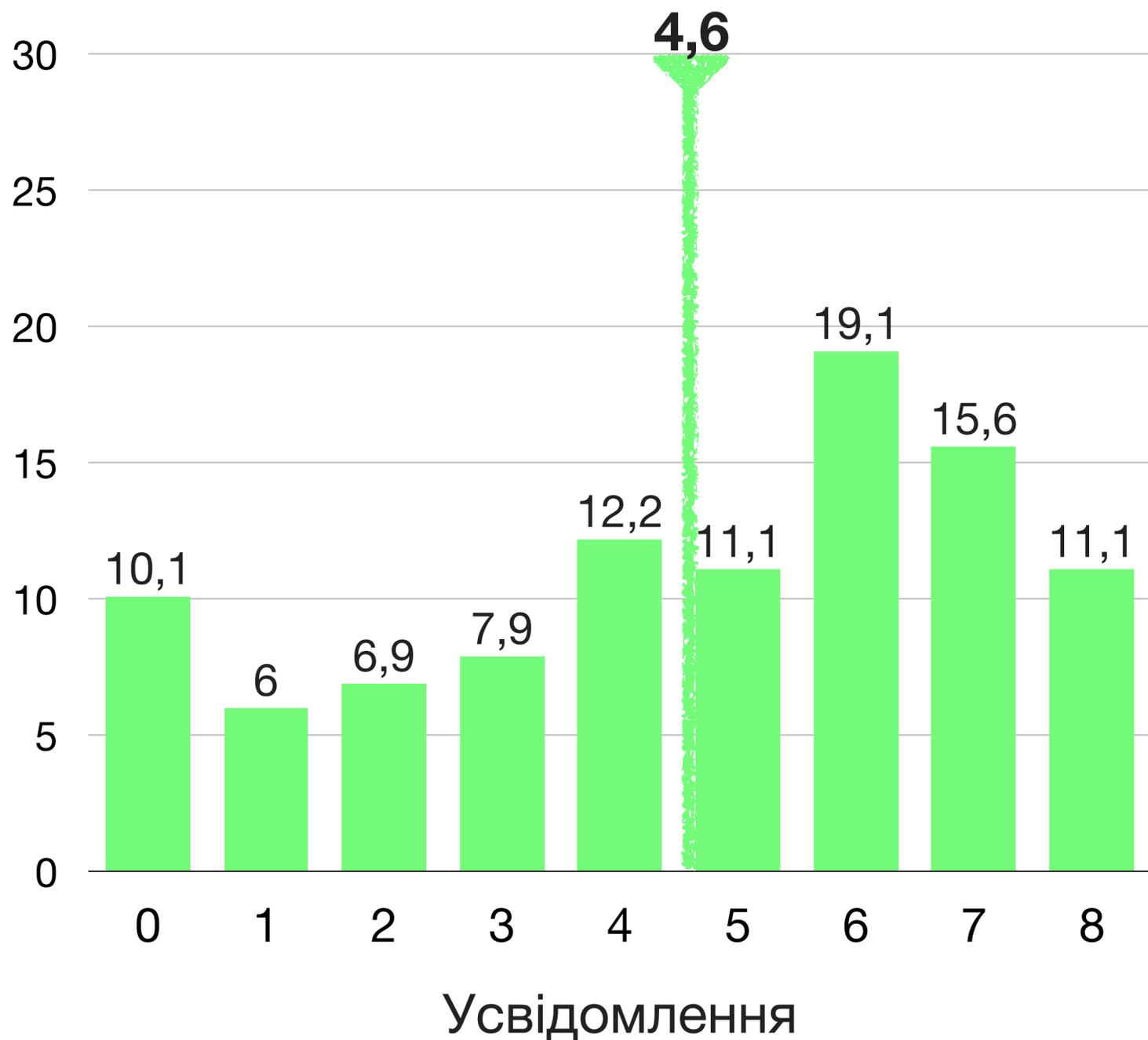
Тепер по тих способах, які Ви назвали дієвими, скажіть чи є у Вас можливість застосовувати їх на постійній основі? %

Медіаграмотність – декларативне застосування



Сукупна кількість виборів дієвості та сукупна кількість виборів використання способів перевірки новин, %

Усвідомлення інструментів + декларативне застосування



Зв'язок орієнтирів конформізму з показниками медіаграмотності

Християнські цінності рятує статистичний аналіз!

Статистично вищі

Міркування національної безпеки
Наукові факти
Європейські цінності

Без відмінностей

Українські традиції
Норми суспільної моралі
Національна ідеологія
Державні погляди на історію
Пануючі у суспільстві настрої
Політичний курс влади
Позиція експертів

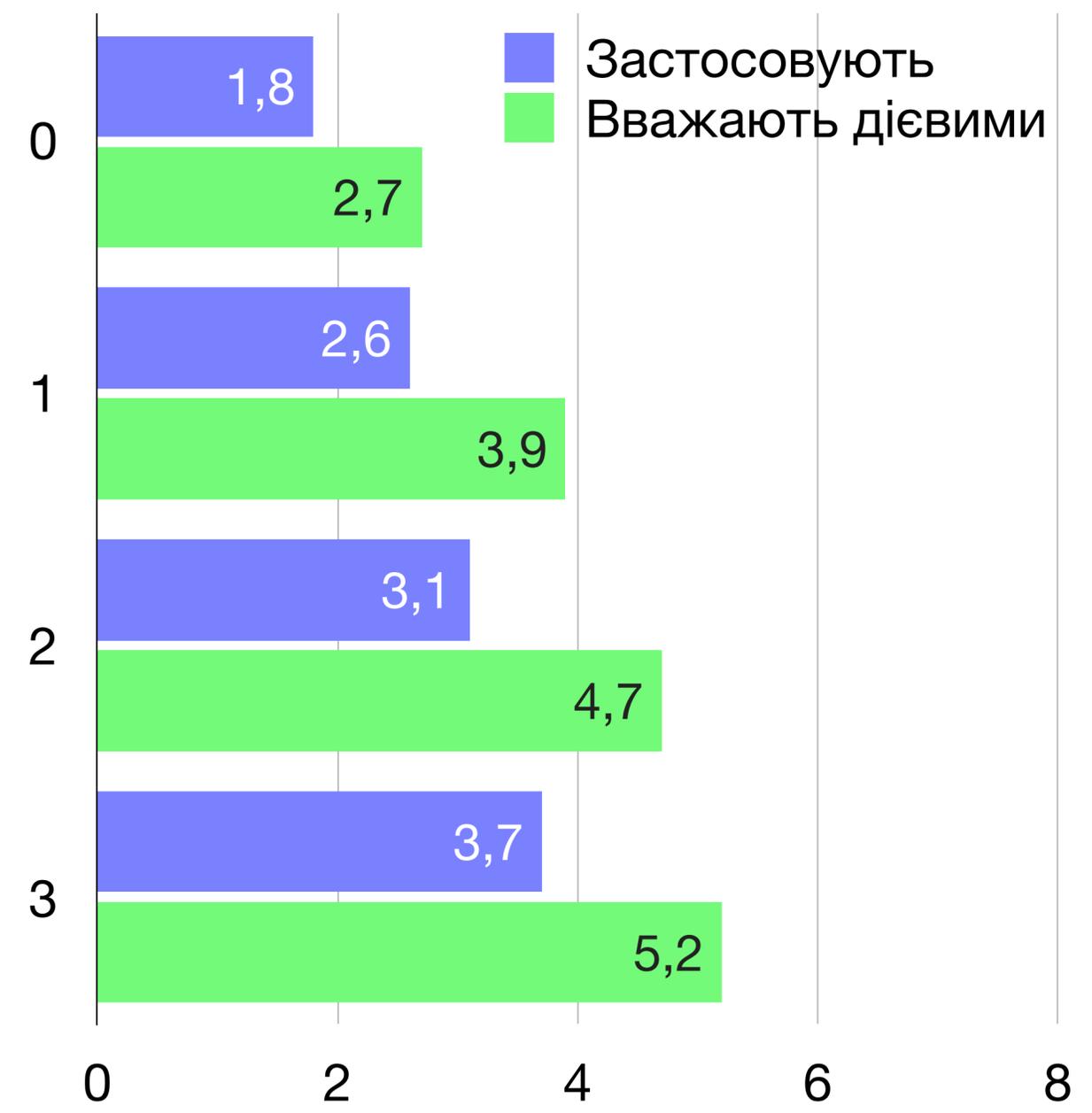
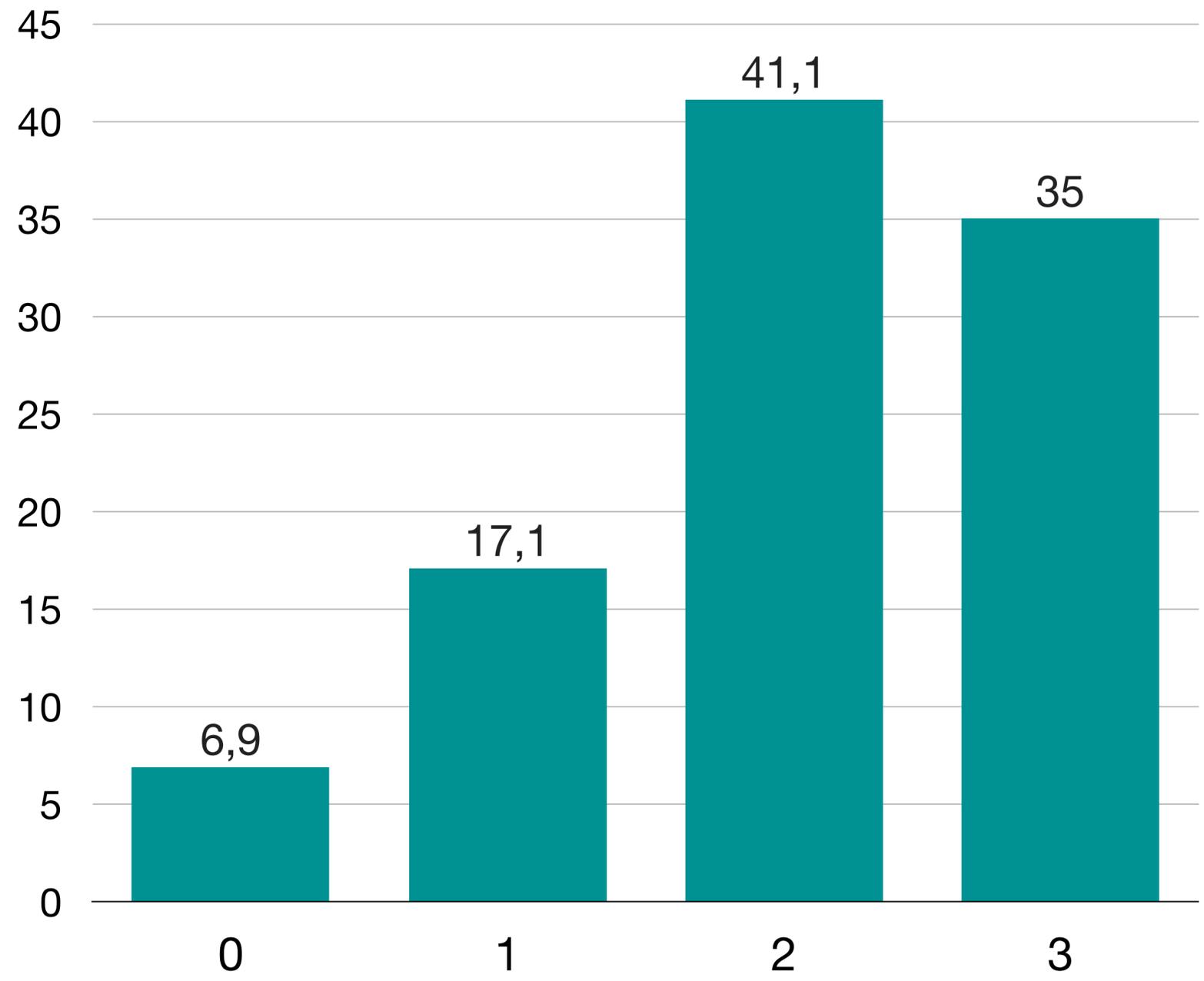
Статистично нижчі

Християнські цінності

Відмінності в частині розуміння інструментів відсутні, але дещо нижчими є показники використання. Одне з конкуруючих пояснень полягає у більшій щирості тих, хто орієнтується на християнські цінності. Тобто вони меншою мірою схильні «прикрашати» розповіді про свою поведінку.

Сукупна кількість виборів правильних орієнтирів (%) та показники медіаграмотності для відповідних груп (середні значення)

Безпеково-раціонально-цивілізаційні міркування



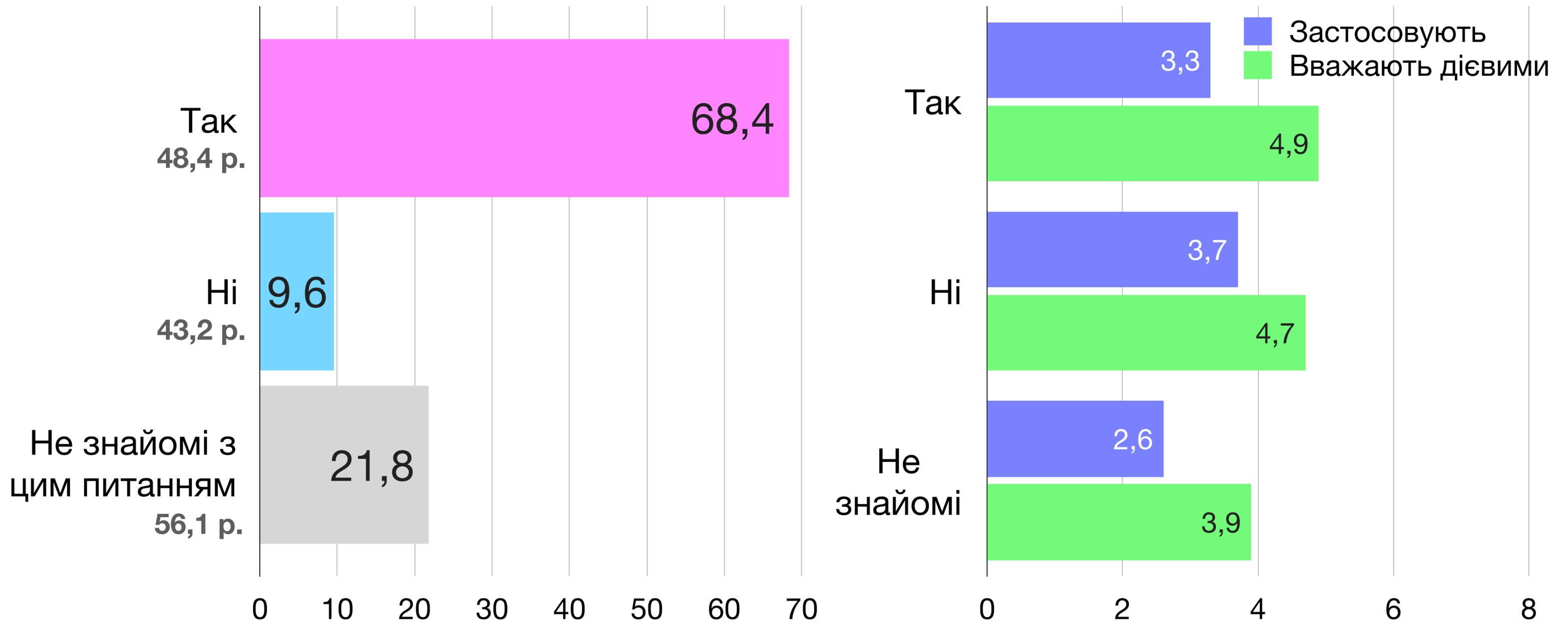
Інші чинники медіаграмотності

Статистично значущі фактори



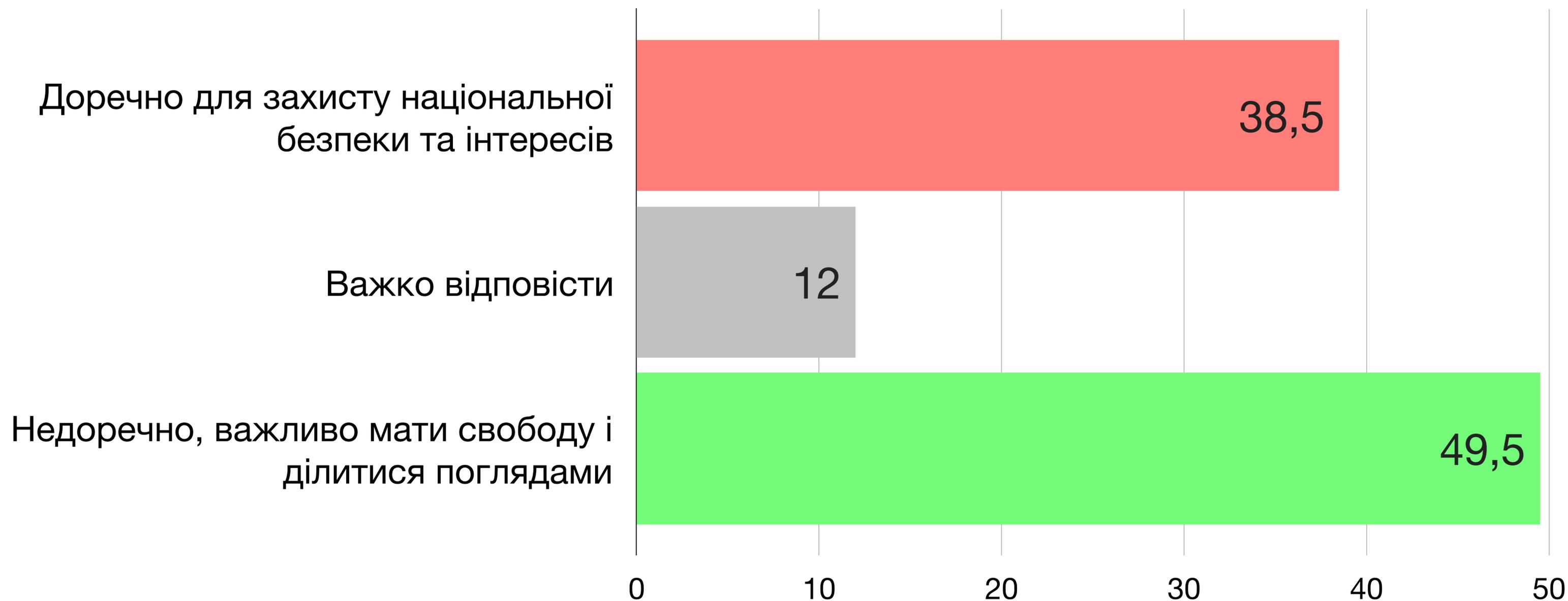
Чи вважаєте Ви, що поширення штучного інтелекту посилює загрози маніпуляції та брехні в новинах? %

Зануреність до актуальної проблематики



Чи доречно владі під час війни обмежувати те, що люди публічно говорять або поширюють про політику, в тому числі в мережі Інтернет? %

Свобода слова як обмін аргументованими думками



Висновки

- Українці демонструють високий рівень конформізму і, відповідно, низький рівень нонконформізму.
- Звертає на себе увагу порівняно низький статус європейських цінностей в якості орієнтиру публічної комунікації серед українців.
- Абсолютна більшість учасників вірно розпізнає 6-ть із 8-ми способів перевірки інформації, які досліджувалися.
- Показники декларативного застосування способів перевірки інформації є порівняно низькими (за виключенням 2-х із 8-ми). Але застосування хоча б одного з них на постійній основі вказало майже три чверті опитаних.
- Доволі поширеними серед українців є безпеково-раціонально-цивілізаційні міркування, що позитивно впливають на медіаграмотність.
- Також з медіаграмотністю пов'язані вік (зворотний зв'язок) та дохід респондентів (прямий зв'язок).
- Більшість українців не готові відмовитися від свободи слова під приводом захисту національної безпеки. Але і група із протилежними поглядами є доволі великою.

P.S. Свобода слова і медіаграмотність: логічний квадрат базових комунікаційних стратегій

Можна спробувати знайти себе

