

Петренко О.С. Використання джерел інформації населенням півночі Луганської області / Петренко О.С. // Науково-практична конференція Харківського національного університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба «Сучасна війна: гуманітарний аспект»: тези доповідей, 31 травня – 1 червня 2018 року. – Х. ХНУПС ім. І. Кожедуба, 2018. – С.57–60.

УДК 316.774

ВИКОРИСТАННЯ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ НАСЕЛЕННЯМ ПІВНОЧІ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ
О. С. Петренко, кандидат соціологічних наук
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

Для розуміння специфіки формування громадської думки та функціонування масової свідомості важливо розуміти характер використовуваних населенням джерел інформації.

Нижче презентовані результати дослідження проведеного кафедрою філософії та соціології Луганського національного університету (м. Старобільськ) у рамках дослідницького проекту «Масова свідомість в зоні воєнного конфлікту на Донбасі», який підтримується Міністерством освіти і науки України (Державний реєстраційний номер 0116U004150).

Панельне опитування проводилося у січні, лютому, березні, квітні, травні, жовтні, листопаді, грудні 2017 року. Проводилося 4-5 опитувань протягом кожного місяця. Число опитаних коливалося в інтервалі 150-200 респондентів кожного тижня. Соціально-демографічні характеристики учасників панелі: 51,4% – жінки; 48,6% – чоловіки; місто – 37,8%, смт – 21,7%, село – 40,5%; у віці до 30 років – 32,1%, у групі 31–49 років – 33,5%, у віці 50 років і старше – 34,3%. Географічно охоплені території неокупованої частини Луганської області: Станично-Луганський, Новопокровський, Біловодський, Білокуракинський райони, м. Рубіжне, м. Северодонецьк, м. Лисичанськ, м. Щастя, Кременський, Троїцький, Старобільський, Сватівський, Міловський, Марківський райони. Опитування проводилися у довірчому колі інтер'юерів, що було покликано підвищити щирість респондентів у області, що постраждала від війни. Дані отримані на невеликій вибірці перевірено співставленням зі схожими опитуваннями [1, с.14, с. 38–39; 2, с. 10–23].

На запитання «З яких джерел Ви сьогодні отримали інформацію, яка здалася Вам новою? (в середньому за усі місяці) ми отримали такий розподіл. **Джерела отримання нової інформації в основному зводяться до ТБ та Інтернету** (з передач ТБ – 57,2% та Інтернету – 56,1%) **та найближчого оточення** (від друзів та знайомих – 35,4%; від родичів – 33,8%; від колег по роботі – 18,2%;). Інші медіа-канали мають наступні показники: газети – 20,9%; радіо – 11,9%. Інші джерела обиралися рідше: від випадкових людей (на ринку, в магазині, у транспорті тощо) – 8,1%; від керівників по роботі – 6,9%; з журналів – 6,1%; під час перебування у навчальному закладі – 4,3%; з оголошень (на біл-бордах, дошках оголошень, на стовпах) – 4,1%; від військових на блок-постах – 1%; під час відвідування церкви – 0,8%; з виступів офіційних осіб, на зустрічі з якими респондент особисто був – 0,6%; під час роботи громадської організації – 0,2%; під час роботи партійної організації – 0,1%.

У смт та селах частіше дивляться ТБ, ніж у містах; *Інтернетом* частіше користуються мешканці міських населених пунктів; у селах та смт частіше читають *газети* та слухають *радіо*, ніж у містах. *Інтернет* використовують тим частіше, чим молодша вікова група; ТБ використовують тим частіше, чим старша група, аналогічна ситуація з читанням *газет*; передачі *радіо* також частіше слухають у старших групах.

Відповіді на запитання «З яких джерел Ви отримали інформацію, яка видається Вам важливою?» продемонстрували подібну картину. **Джерела отримання важливої інформації також в основному зводяться до Інтернету та ТБ** (Інтернет – 48,2%; ТБ – 45,2%) **та найближчого оточення** (від родичів – 29%; від друзів та знайомих – 27,7%; від колег по роботі – 13,6%). Інші медіа-канали мають наступні показники: газети – 17,2%; радіо – 8,6%. Решта джерел демонструють такий розподіл: від випадкових людей (на ринку, в магазині, у транспорті) – 5,5%; від керівників по роботі – 5,3%; з журналів – 5,2%; з оголошень (на біл-бордах, дошках оголошень, на стовпах) – 3,2%; під час перебування у навчальному закладі – 3,1%; з виступів офіційних осіб, на зустрічі з якими респондент особисто був – 1%; під час відвідування церкви – 0,6%; під час роботи громадської організації – 0,3%; від військових на блок-постах, – 0,2%; під час роботи партійної організації – 0,1%. Залежності у використанні джерел інформації від типу населеного пункту та віку респондентів аналогічні першому питанню.

Викладені данні, щодо використання джерел інформації також підтверджуються, даними іншої анкети – «Масова свідомість періоду кризи та військового конфлікту», що застосовувалася в ході згаданого проекту. Результати наведені на Рис. 1.

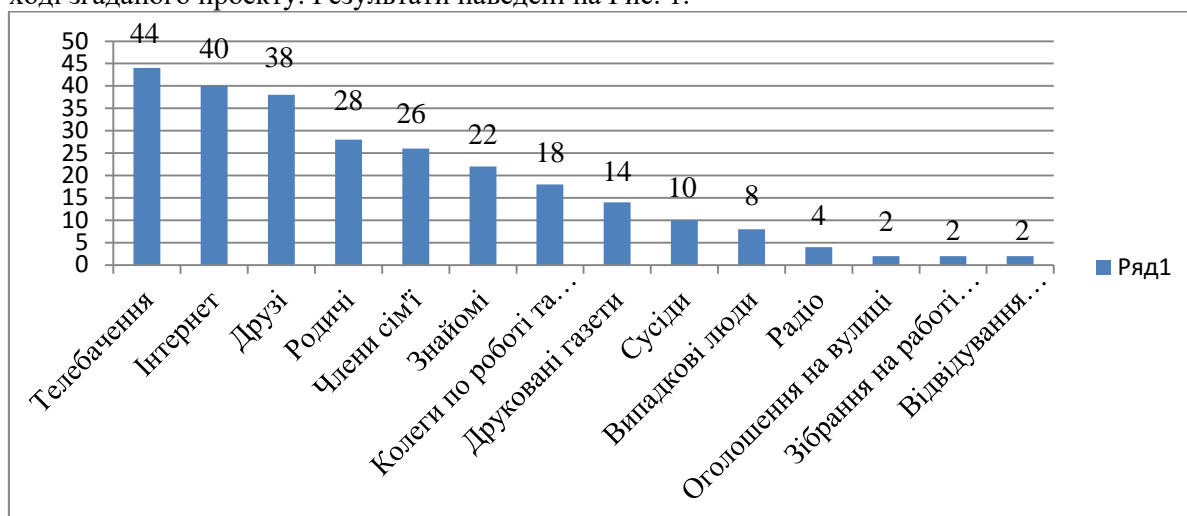


Рис. 1 Розподіл відповідей на запитання «Назвіть джерело, з якого Ви дізналися інформацію на минулому тижні, яка вплинула на думки, рішення, вчинки?» (у % від тих, хто дав відповідь; N=200, грудень 2017 року);

На запитання «Чого стосувалася інформація, яку Ви сприйняли як нову?» ми отримали наступний розподіл: «політичне життя в Україні» – 43,8%; «ціни і тарифи» – 24,4%; «поради по домашньому господарству» – 22,1%; «війна на Донбасі» – 19,8%, «сімейне життя та відносини» – 19,4%; «спорт» – 15,8%; «рішення української влади, що зачіпають більшість громадян України» – 15,6%; «заробітна плата» – 14,8%; «економіка України» – 14,8%; «політичне життя в Росії» – 13,1%; «політичне життя за кордоном (крім РФ)» – 10,9%; «наука» – 10,9%; «політичне життя в «ЛНР» – 10,6%; «подорожі та життя в інших країнах» – 10,5%; «політичне життя в «ДНР» – 6,4%; «робота КПІ на лінії зіткнення» – 5,5%; «інше» – 2,4%; Як бачимо, інформація з приводу «війни на Донбасі» знаходиться на третьому місці серед публічної інформації, що може свідчити про зниження уваги до війни в масмедіа та соціальних мережах.

На запитання «Якщо Ви сьогодні заходили в Інтернет, то що Ви там дивилися?» отримано такий розподіл відповідей: «соціальні мережі (Facebook, ВКонтакте, Однокласники тощо)» – 67,7%; «свою електронну пошту» – 38,4%; «прогноз погоди» – 36,8%; «новини на поштовому сайті (Укрнет, Рамблер, IUA тощо)» – 27,5%; «фільми» – 21,9%; «відеороліки на YouTube» – 21,2%; «бродив по сайтах» – 18,2%; «книги» – 4,7%; «електронні газети» – 3,4%; «відеоприколи та іншу розважальну інформацію» – 3,4%; «інше» – 2,7%; «електронні версії журналів» – 1,9%. Як бачимо, соціальні мережі знаходяться на першому місці, що вказує на них як на один з найбільш перспективних напрямків донесення новин до населення з офіційних та неофіційних джерел. Новинні стрічки на поштових сайтах та YouTube-канали також показали себе важливим джерелом інформації.

У відповідь на запитання «Якщо Ви сьогодні дивилися телевізор, то що саме Ви дивилися?» отримано такі відповіді: «новини» – 69,6%, «фільми» – 58,1%, «пізнавальні передачі» – 22,1%, «спортивні передачі» – 15,6%, «передачі про життя «зірок» – 13%, «аналітичні передачі політичного змісту» – 12,3%, «аналітичні передачі економічного змісту» – 6,4%, «аналітичні передачі військового змісту» – 6,3%.

Щодо рейтингу ТБ-каналів, які дивилися респонденти, то його топ в цілому відповідає загальнонаціональному. На запитання «Якщо Ви сьогодні дивилися телевізор, то які канали Ви дивилися?» отримано наступний розподіл: «1+1» – 57,1%; «Інтер» – 42,9%; «СТБ» – 34,6%; «ICTV» – 27,1%; «ТРК «Україна» – 26,5%; «інше» – 17,6%; «НТВ» (російський канал) – 11,7%; «24 канал» – 7,6%; «ЛЮТ» (обласний канал) – 5%; «LifeNews» (російський канал) – 4,3%; «УТ1» (UA: Перший) – 4,1%; «Звезда» (російський канал) – 3,2%; «ОРТ (Первый канал)» (російський канал) – 2,8%; «РТА» (обласний канал) – 2,5%; «Луганськ 24» (канал т.зв «ЛНР») – 2,2%.

У відповідь на запитання «Оцініть в узагальненому вигляді Вашу довіру українським засобам масової інформації (ЗМІ) в умовах воєнного конфлікту на Донбасі» (N=200, анкета «Масова свідомість періоду кризи та військового конфлікту») виявлено, що станом на грудень

2017 року їм в цілому довіряють 21% опитаних (позиції «повністю довіряю» + «скоріше довіряю»), в цілому не довіряють – 65% (позиції «не довіряю зовсім» + «скоріше не довіряю»), варіант важко сказати обрало ще 14%. У відповідь на запитання **«Оцініть в узагальненому вигляді Вашу довіру російським засобам масової інформації (ЗМІ) в умовах воєнного конфлікту на Донбасі»** виявлено, що їм в цілому довіряють 17% опитаних, в цілому не довіряють – 66%, варіант важко сказати обрало ще 17%. Показники доволі стабільні протягом трьох хвиль (грудень 2016, березень 2017, грудень 2017). Фіксується високий рівень недовіри як до українських та і до російських ЗМІ; рівень довіри до українських медіа лише трохи вищий (на 5–10% більше ніж у російських протягом трьох хвиль). Але декларований вербально високий рівень недовіри, зовсім не означає, що медіа не здійснюють вплив на масову свідомість. Хоча згадана недовіра, вірогідно, є своєрідною захисною реакцією масової свідомості на інформаційну складову війни, а також наслідком обізнаності населення про залежність певних медіа від певних економічних та політичних сил та постатей.

Отже, при тому, що ТБ зберігає лідируючі позиції як джерело інформації, його стрімко наздоганяє Інтернет, зокрема соціальні медіа; надзвичайно важливим джерелом виступає інформація від безпосереднього соціального оточення. Це робить актуальним розгляд механізмів поширення неофіційної інформації у офлайнових та онлайн-соціальних мережах.

Література:

1. Аналітичний звіт за результатами соціологічного дослідження: "Особливості свідомості і ідентичності жителів підконтрольної та окупованих територій Донецької області» [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.ifak.com.ua/upload/image/Особенности%20сознания%20и%20идентичности%20жителей%20подконтрольных%20и%20неподконтрольных%20Украине%20территорий%20Донецкой%20области_2018.compressed.pdf
2. ПРОТИДІЯ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: результати всеукраїнського опитування громадської думки. Аналітичний звіт [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://detector.media/doc/images/news/archive/2016/136017/DM_KMIS_ukr__WEB-2.pdf