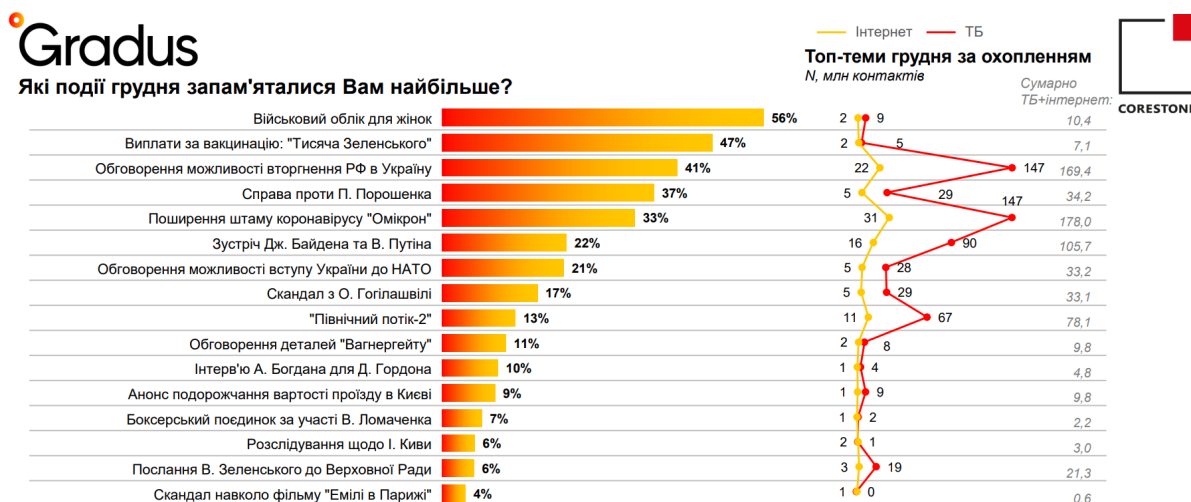


Gradus: медіа розповідали про вторгнення в Україну, а людям запам'яталось про військовий облік для жінок

У грудні українцям з екранів найбільше розказували про можливе вторгнення РФ (169 млн медійних контактів, тут і далі йдеться про телебачення та інтернет) і омیکрон (178 млн контактів), а їм запам'яталось про військовий облік для жінок (56% респондентів) і тисячу за вакцинацію (47%).



Це результат грудневого дослідження "Про що говорять медіа vs Що пам'ятає аудиторія" компанії Gradus при підтримці аналітичної групи Corestone. Воно щомісячно порівнює медійне охоплення тем та їхній резонанс серед українців.

«Найбільш запам'ятовується те, що стосується людини особисто. Це секрет легкого згадування про "ковідну тисячу", що ми спостерігаємо вже другий місяць», — пояснює Євгенія Близнюк, засновниця і директорка Gradus. — «Хоча медійне охоплення цієї інформації у грудні було у 25 рази меншим, ніж у повідомлень про штам омیکрон».

Також легко запам'ятовуються нові, прості та емоційні речі — такою стала новина про військовий облік жінок. «Впевнена, що українки поговорили про це і між собою, і зі своїми чоловіками, і в соціальних мережах», — говорить соціологиня. Тому, хоча медіа дали всього 11 мільйонів контактів з новиною, при опитуванні її згадала найбільша кількість людей, 56%. Навіть така чутлива тема, як можливе російське вторгнення в Україну з його вражаючими 169 мільйонами opportunity to see, пригадалася тільки 41% опитаних. Можливо, тому, що тема на радарх ЗМІ вже другий місяць.

Вперто не запам'ятовується українцями тема про Північний потік-2. За останні три місяці вона акумулювала півтора мільярда медійних контактів, але жодного разу не піднімалася вище 9 місця за згадуванням. У грудні її назвали тільки 13% респондентів.

У цілому з 16 згаданих тем 11 стосується політики. З п'яти неполітичних на топі були ковідні, а решта три — подорожчання вартості проїзду у Києві, боксерський поєдинок Василя Ломаченка та скандал навколо образу українки у серіалі “Емілі в Парижі” — розташувалися у кінці рейтингу. Навіть така чисто медійна подія, як інтерв'ю Андрія Богдана Дмитру Гордону, посіла вище місце у головах українців.

У дослідженні Gradus взяли участь 1000 повнолітніх громадян України, які заповнювали анкету у мобільному додатку Gradus. Онлайн-панель Gradus є репрезентативною, відображає структуру населення міст України з кількістю мешканців більше 50 тисяч у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту та регіоном. Період проведення поля: 30 грудня. Топ-теми за медійними охопленнями відібрані групою Corestone, яка спеціалізується на аналізі медіа, включаючи оцінку охоплення медійних повідомлень.

Більше — на gradus.app, corestone.group.