

ЗАХИЩАЄМО СВОБОДИ В УКРАЇНІ

2017 — 2024



МІСІЯ

ЗАХИЩАТИ СВОБОДИ В УКРАЇНІ

Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ. Налагоджувати громадський діалог для зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу

ЦІННОСТІ

ЯКІСТЬ

Визначна характеристика для створення контенту для всіх платформ Суспільного, що ґрунтується на розумінні аудиторії та створенні цікавого й актуального продукту.

НАДІЙНІСТЬ

Перебування на сторожі інтересів аудиторії незалежно від кон'юнктури, надання безперервного доступу до контенту. Надійність виключає використання неперевіраних даних, забезпечує надання інформації, що здатна зберегти життя українців.

НЕЗАЛЕЖНІСТЬ

Основа існування української нації, що не залежить від змін у владі, інтересів бізнесу та зовнішніх чинників.

ВІДКРИТІСТЬ

Готовність до новацій, запровадження експериментального підходу до індустріальних практик, підзвітність українському суспільству.

РОЗМАЇТТЯ

Багатогранність, що охоплює різні платформи й аудиторії, виокремлює не тільки мейнстрим, а й зосереджується на відстоюванні малого перед загрозою великого, слабкого стосовно сильного та мовить для кожного й про кожного.

СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ

ТЕЛЕБАЧЕННЯ



ПЕРШИЙ



СУСПІЛЬНЕ
НОВИНИ



СУСПІЛЬНЕ
МОВЛЕННЯ

МІСЦЕВІ КАНАЛИ



СУСПІЛЬНЕ
КУЛЬТУРА



СУСПІЛЬНЕ
СПОРТ

РАДІО



УКРАЇНСЬКЕ
РАДІО



РАДІО
ПРОМІНЬ



РАДІО
КУЛЬТУРА

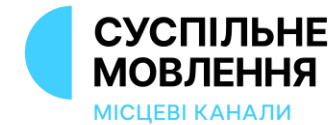


РАДІО
ТОЧКА

ДІДЖИТАЛ



СУСПІЛЬНЕ
НОВИНИ



СУСПІЛЬНЕ
МОВЛЕННЯ

МІСЦЕВІ КАНАЛИ



СУСПІЛЬНЕ
СПОРТ

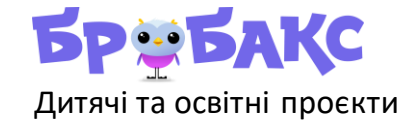


СУСПІЛЬНЕ
КУЛЬТУРА

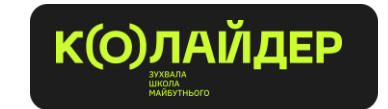


СУСПІЛЬНЕ
МЕДІАТЕКА

ТЕМАТИЧНІ АКТИВИ



Дитячі та освітні проекти



Координаційний центр
мовлення нацспільнот

+5 музичних колективів

Здобутки Суспільного:

СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ — СЕРЕД ЛІДЕРІВ ІЗ ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ ПРОФЕСІЇ

3 2020 року (дослідження IMI, моніторинги «Детектор медіа»)

НАЙБІЛЬША МЕРЕЖА КОРЕСПОНДЕНТІВ, НОВИНИ 24/7

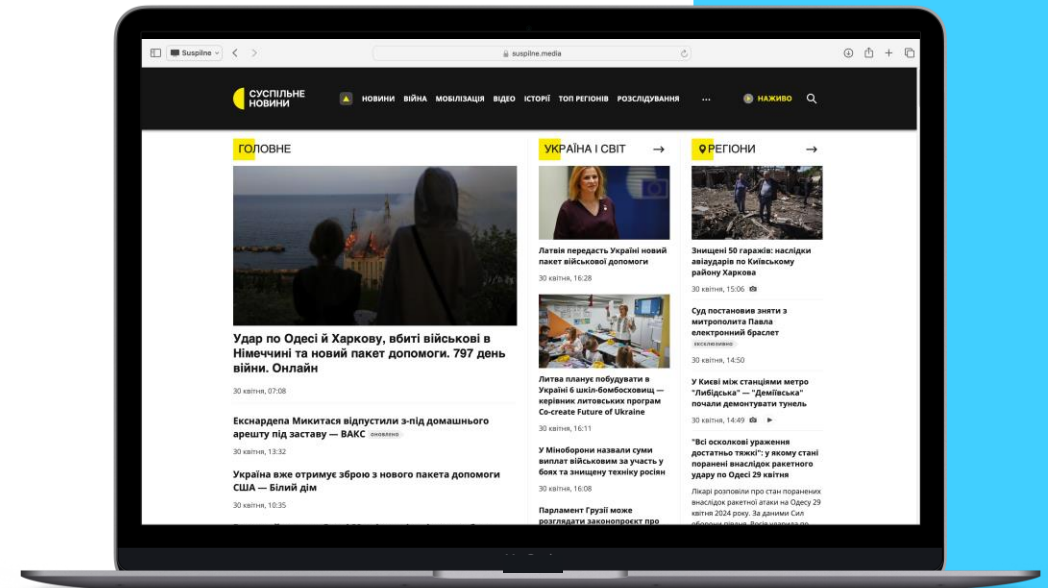
Безперервно, на всіх платформах

**УКРАЇНСЬКЕ РАДІО — БЕЗУМОВНИЙ ЛІДЕР
ЗА РІВНЕМ ДОВІРИ ПРОФЕСІЇ**

Та один із лідерів за споживанням усього радіоконтенту
(Gradus Research Company, листопад 2023, Info Sapiens, квітень 2023)

**АКТИВНА СПІВПРАЦЯ З ЄВРОПЕЙСЬКОЮ МОВНОЮ
СПІЛКОЮ**

1793 сюжетів Суспільного поширили 132,715 разів на 202 каналах 79
мовників-членів ЄМС — протягом 2022-2023 років



Розвиток попри все:

ПРОЄКТИ, ЯКІ ОТРИМАЛИ РЕЗОНАНС

Серіал «Колапс: як українці зруйнували імперію зла», цикл «Голодомор. Літописці», «Щедрик проти “руського міра”», «Жевріння. Дерево життя», «Спадок Терещенків», «Карлос в Україні», «Ілюзія рівності», «Видимі» та десятки інших

РАДІОТОЧКА, СУСПІЛЬНЕ МЕДІАТЕКА, ТЕЛЕКАНАЛИ СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ ТА СУСПІЛЬНЕ СПОРТ

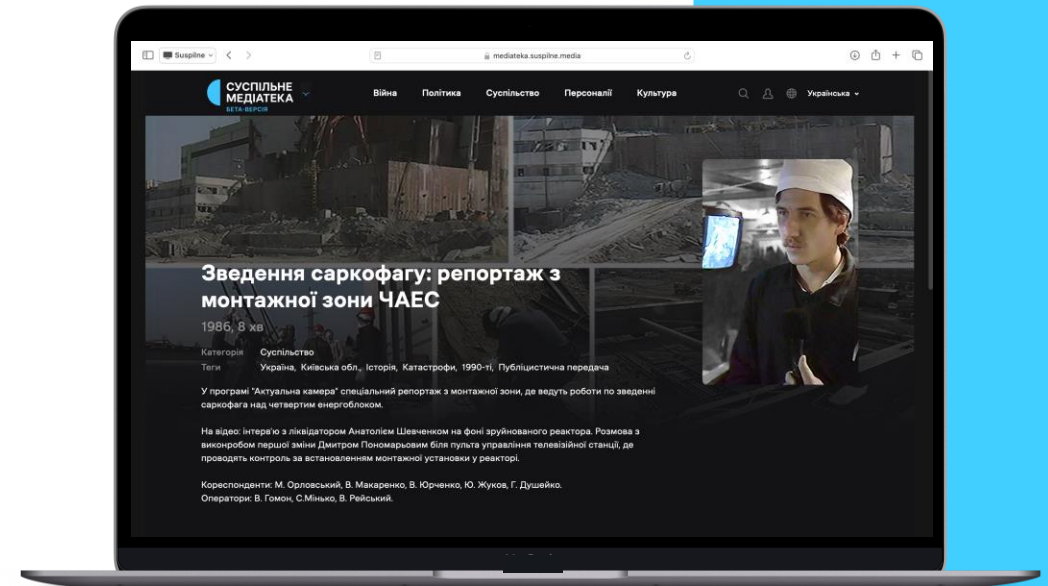
Нові платформи для зручного доступу до важливого контенту

10 МЛН ПІДПИСОК У СОЦМЕРЕЖАХ

КОНТЕНТ СУСПІЛЬНОГО У ЗАСТОСУНКУ "ДІЯ"

ЄВРОБАЧЕННЯ

Відсторонення РФ, перемога Kalush Orchestra у 2022 році, нацвідбір у метро і партнерство з BBC у створенні грандіозного Євробачення-2023 в Ліверпулі — 162 млн телеглядачів та рекордна онлайн-аудиторія по всьому світу





Розвиток попри все:

ДИТЯЧЕ МОВЛЕННЯ

«Хоробрі казки» для дітей та їхніх батьків, освітні проєкти «Бробакс Шоу» та «Колайдер»

ОФІЦІЙНИЙ ТРАНСЛЯТОР ОЛІМПІАДИ, ПАРАЛІМПІАДИ ТА ЧС ІЗ ФУТБОЛУ

Літні Олімпійські ігри-2024 — на платформах Суспільне Спорт

КУЛЬТУРНА ДИПЛОМАТІЯ

Продукти Суспільного представлені на MIPTV та MIPCOM (Канни), L.A. Screenings (Лос-Анджелес), NATPE (Будапешт). Симфонічний оркестр Українського Радіо підкорює європейські майданчики

Суспільне Мовлення під час війни:

ВИГОТОВЛЯЄМО ДВА ІНФОРМАЦІЙНІ МАРАФОНИ

Перший — у загальнонаціональному марафоні «Єдині новини».

Національна мережа місцевих каналів — інформаційний проєкт «Суспільне. Студія»

НАЙШИРШЕ РАДІОПОКРИТТЯ — ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА

Зокрема на окупованих територіях, під час блекаутів, сповіщення про евакуації

СТВОРЕННЯ ХАБІВ, РОЗВИТОК ГІПЕРЛОКАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ЖУРНАЛІСТІВ

Для посилення журналістики в регіонах

ДОКУМЕНТАЛЬНІ ПРОЄКТИ ПРО ВІЙНУ ТА РОЗСЛІДУВАННЯ ЗЛОЧИНІВ РФ

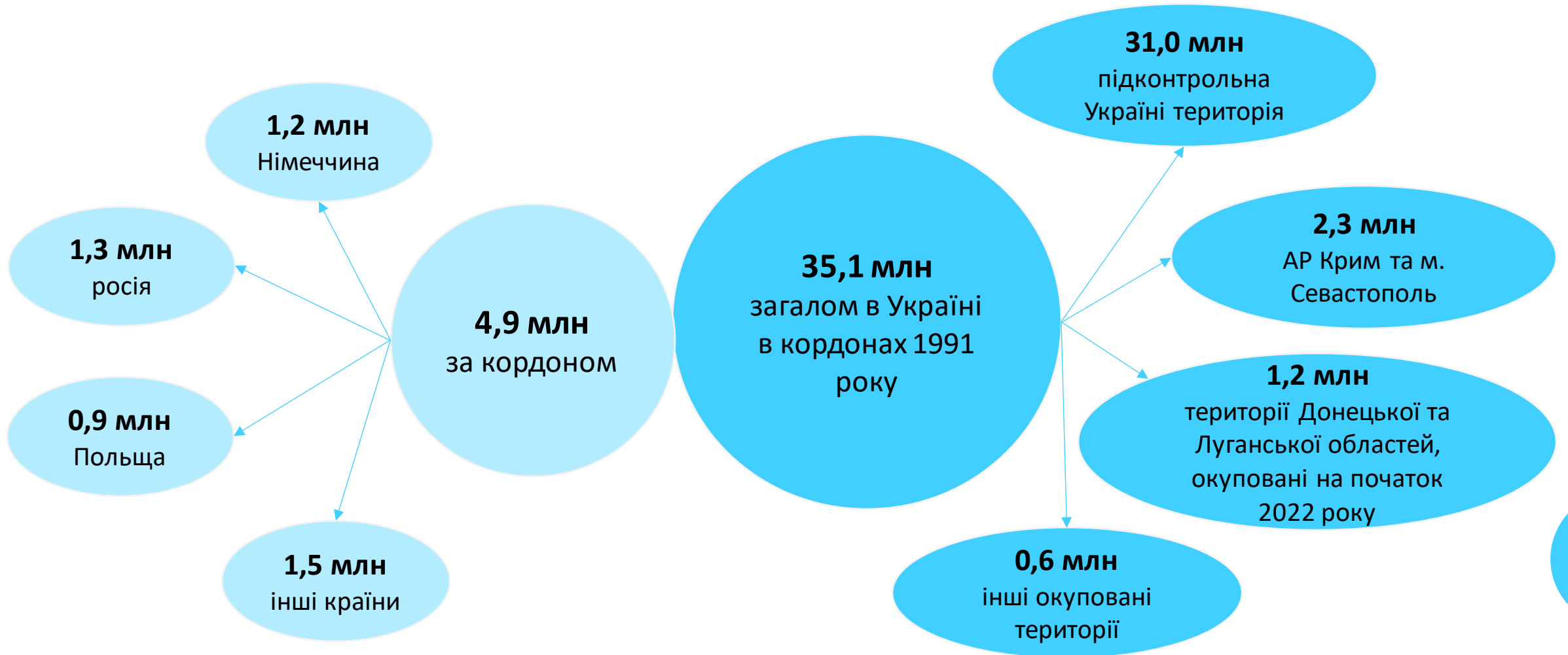
Цикл «Остання війна», «Битва за Чернігів», «#Лютий #Опір #Прилуки», «Позиція Україна», «Капелани. Віра на війні», «Черга на прощання». Матеріали журналістських розслідувань —

в основі кримінальних проваджень: «Буча: розстріл на Києво-Мироцькій», «Буча: екіпаж 111», «Кльон», «Записи під вишнею» та інші

КРИМ — ЗАВЖДИ У ФОКУСІ УВАГИ

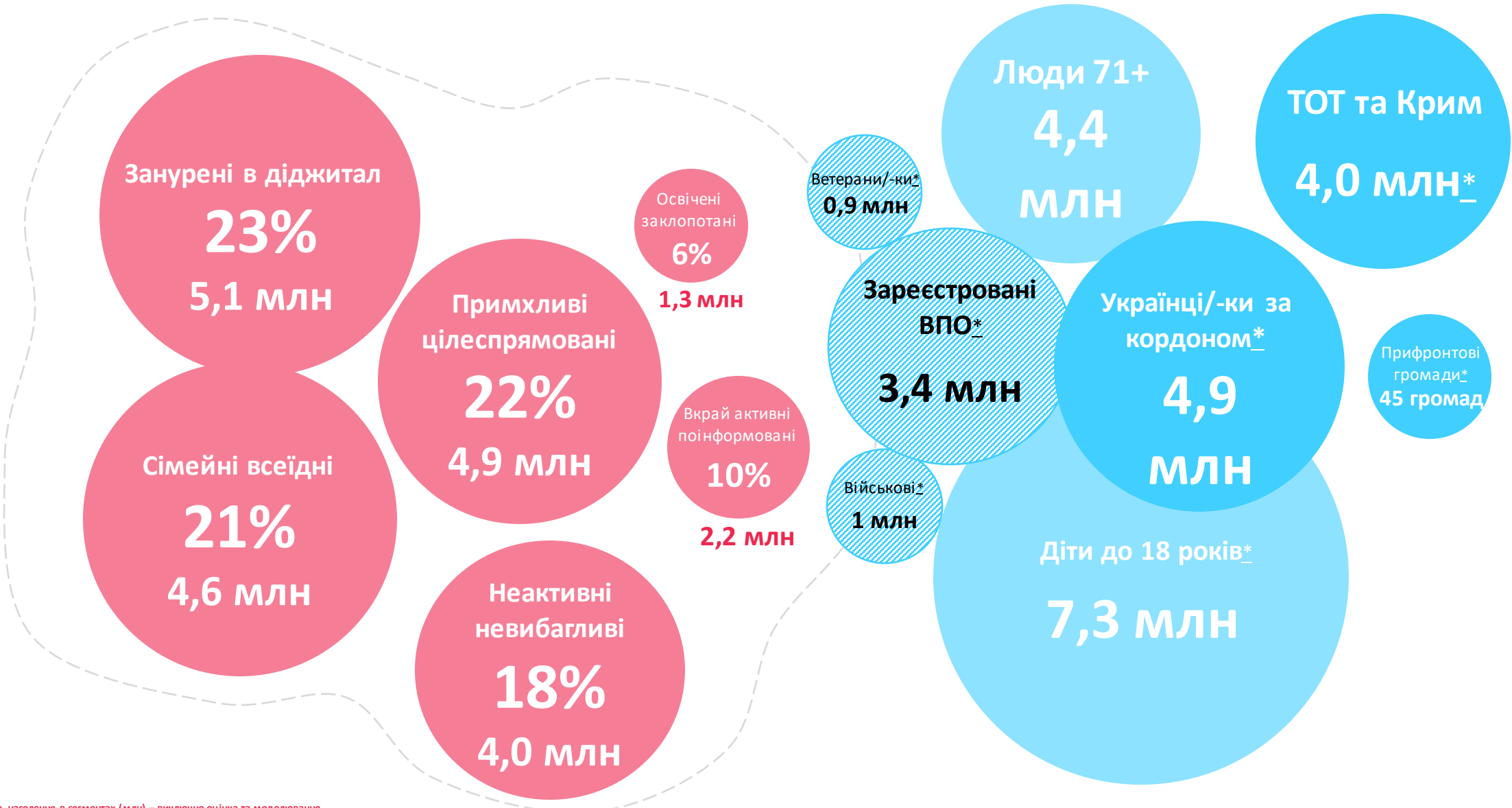
Проєкти «Мій Крим», «Крим. Звільнення», щотижнева програма «Кримське питання»

Останні два роки немає офіційних даних щодо кількості та складу населення, але є оцінки, в тому числі й Інституту демографії



Наведені дані не враховують українців, які постійно перебували за кордоном станом на 2021 рік

Дослідженнями ми покриваємо **22,1 млн** українців у віці 18-70 років, що зараз перебувають в Україні та мають доступ до Інтернету. Їх можна об'єднати в 6 сегментів за медіа споживанням



Кількість населення в сегментах (млн) – виключно оцінка та моделювання

Розрахунок населення в сегментах: відсоток кожного сегменту від оцінки населення України у віці 18-70 р за виключенням емігрантів та ТОТ (18-70 р. = 29,2 млн в 01/2022 р. це 71,33% від населення 0+; оцінка що на підконтрольній території наразі проживає 31,0 млн українців).

Люди 71+ - дані Держкомстату, постійне населення станом на 01/2022

Джерело сегментації: Дослідження на замовлення Суспільного проведено Info Sapiens в квітні 2023 за підтримки SIDA та SR MDO, методом SMS-CAWI, серед населення України 18-70 років, окрім ТОТ та АР Крим. Національна вибірка n=5256

12,4

МЛН

оцінка середньої кількості
глядачів Суспільного на **ТБ**
за місяць

(аудиторія 4+ вся Україна, канали Перший, Культура, місцеві в 1 кварталі 2024 р.)

4,0

МЛН

оцінка кількості **слухачів**
Суспільного на **радіо**
за місяць

(аудиторія 18-70 вся Україна, станції Українське Радіо, Промінь, Культура)

11,2

МЛН

сумарна кількість
підписок в **соцмережах**
Суспільного

(в 1 кварталі 2024 р в усіх соцмережах)

3,1

МЛН

середня кількість
відвідувачів сайту
Суспільного за місяць

(аудиторія 14-69 вся Україна в 1 кварталі 2024 р.)

Оцінка кількості глядачів на ТБ: оцінка, основана на даних ТБ панелі Nielsen за 1 квартал 2024 р. аудиторії 4+ в містах 50 тис+, а також історичних даних про ТБ споживання на даних по всій Україні

Оцінка кількості радіослухачів: оцінка на основі результатів дослідження на замовлення Суспільного проведеного компанією Info Sapiens у квітні 2023 року за підтримки Sida та SR MDO, методом SMS-CAWI, серед населення України 18-70 років, окрім ТОТ та АР Крим; національна вибірка n=5256. Оцінка базується на даних, що є 54% тижневих споживачів радіо, 24% від радіо слухачів слухали Українське Радіо, Промінь або Радіо Культура; **оцінка**, що на підконтрольній території наразі проживає 31,0 млн українців.

Сумарна кількість підписників Суспільного в соцмережах охоплює всі сторінки Суспільного на платформах YouTube, Facebook, Instagram, X, TikTok, Telegram, Viber

Кількість відвідувачів сайту Suspiine.media за даними Gemius в 1 кварталі 2024 р.

ІЗ СУСПІЛЬНИМ — МІЛЬЙОНИ УКРАЇНЦІВ

Безпрецедентно високий рівень довіри аудиторії

84%

довіри аудиторії, яка дивиться, слухає та читає новини Суспільного

Gradus Research Company, November 2023



7,1

млн

Дорослого населення
декларативно
споживають новини
Суспільного

6,0

млн

Дорослого
населення
довіряють новинам
Суспільного

Кількість населення в млн – оцінка та моделювання

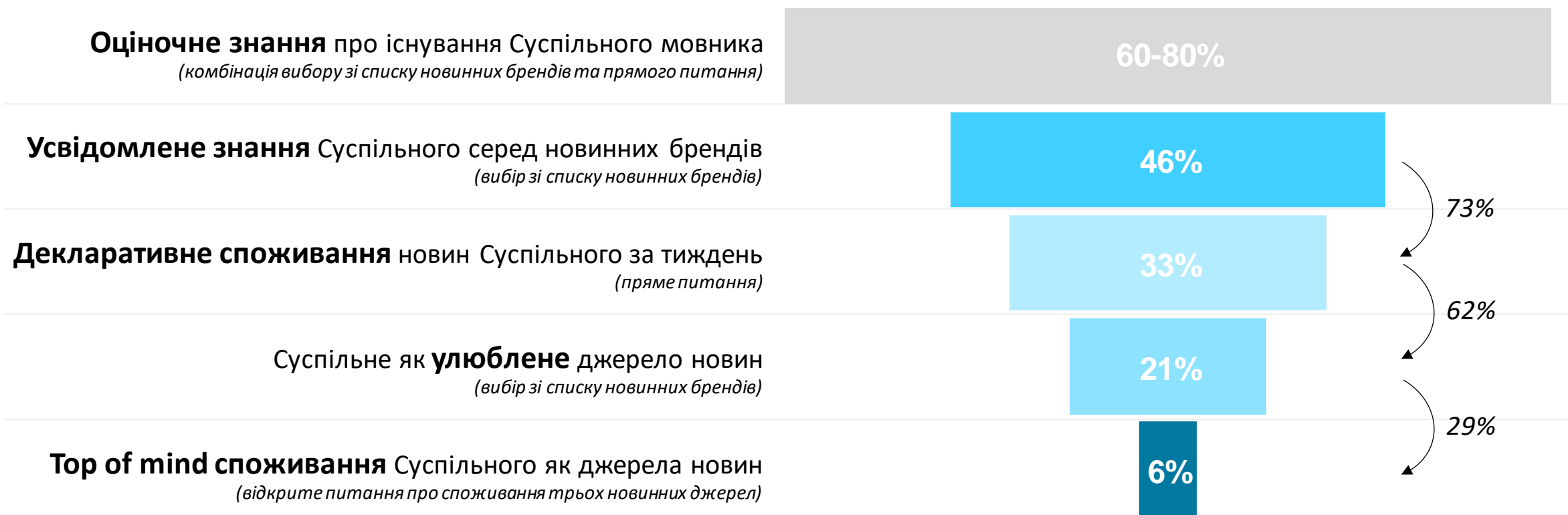
Розрахунок населення: 33% декларативно споживають та 84% аудиторії Суспільного довіряють, від оцінки населення України у віці 18р+ за виключенням емігрантів та TOT (18+ в 01/2022 82,08% від населення 0+; **оцінка** що на підконтрольній території наразі проживає 31,0 млн українців).

Джерело: дослідження на замовлення Суспільного проведено компанією Gradus Research в листопаді 2023р. за підтримки Sida, методом самозаповнення анкет у мобільному додатку «GRADUS», серед населення України 18 років+, окрім TOT та АР Крим. Національна вибірка n=2500



KPIs Суспільного як новинного бренду на аудиторії 18+ р., 11/2023 vs 04/2023

Конверсія



Додаток 1





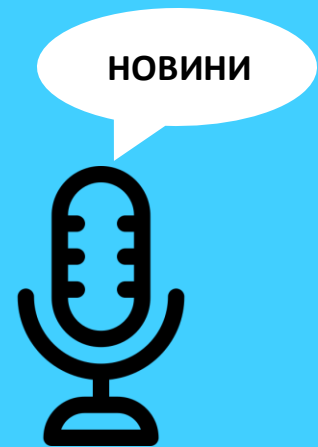
Огляд показників медіа-активів Суспільного

I квартал 2024 р.

Зміст

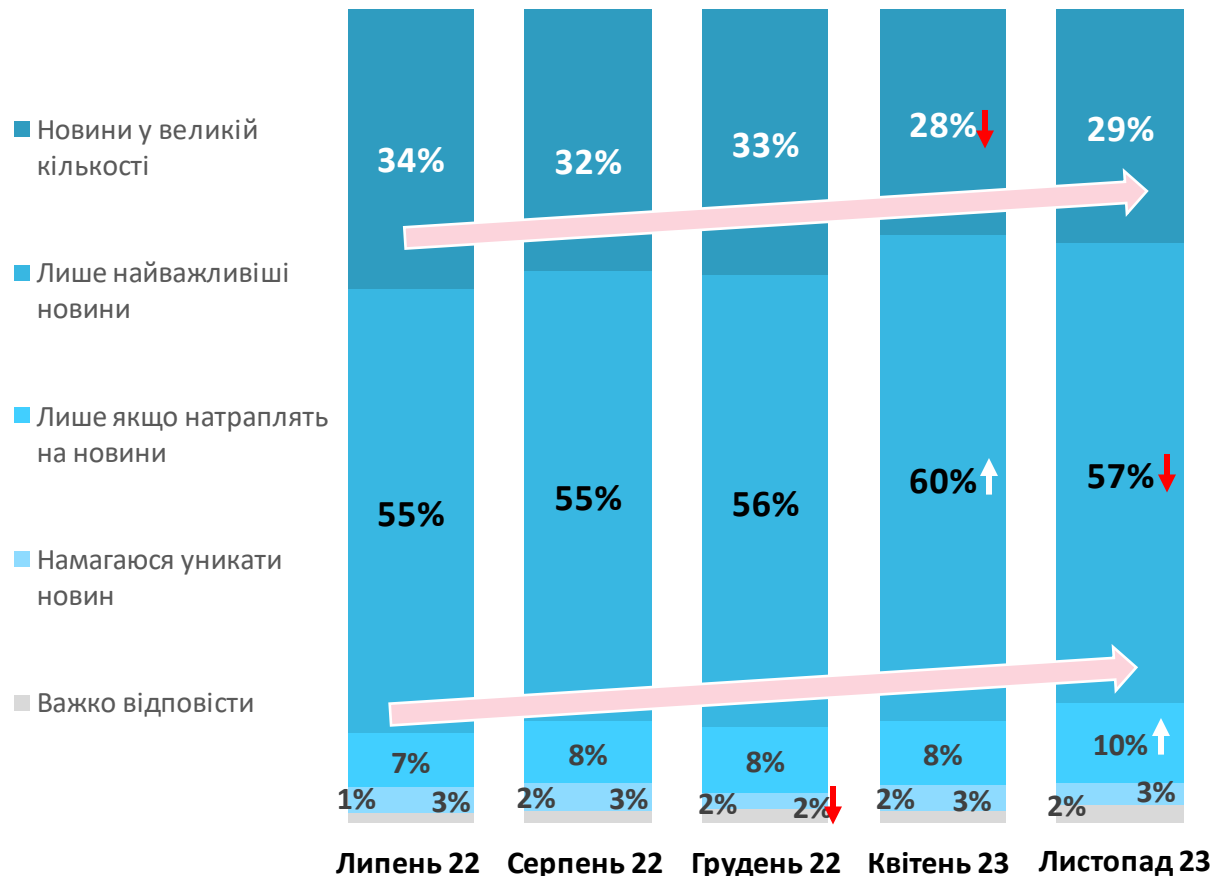
- 1 Споживання новин в Україні**
- 2 Загальний огляд ТВ-ринку**
- 3 Телеканал Перший / Телемарафон**
- 4 Телеканал Суспільне Культура**
- 5 Суспільне мовлення. Місцеві канали**
- 6 Digital-платформи Суспільного**

Споживання НОВИН в Україні



В 2023р. новинне споживання тримається на високому рівні, але стабільно звужується

Активність споживання новин



Хоча частка тих, хто уникає новин або споживає лише ті, на які випадково натрапляє, - менше 20%, їх кількість повільно зростала протягом останніх півтора роки.

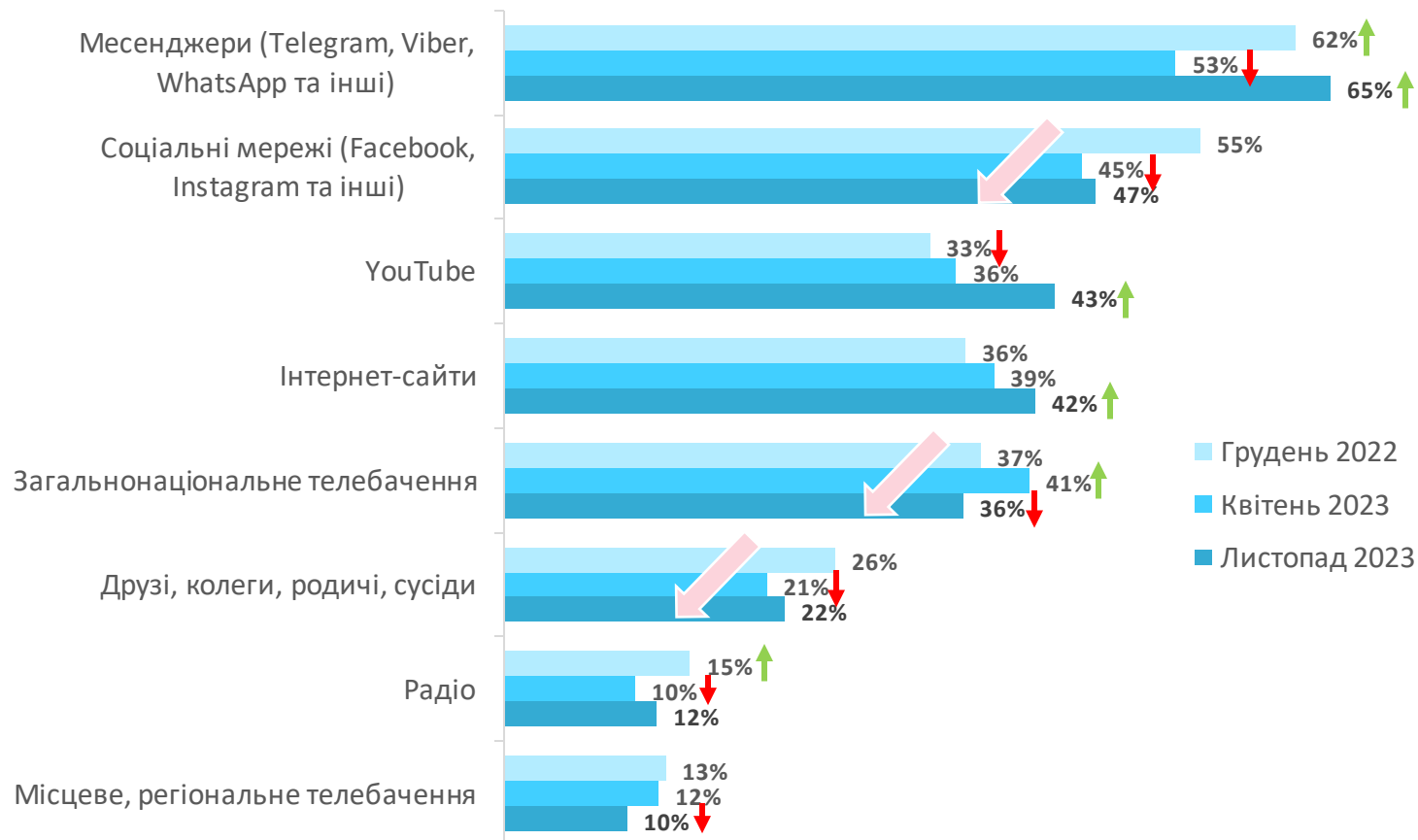
Зниження активності новинного споживання в листопаді 2023 р. відбувається за рахунок молоді до 34 р., жінок та жителів міст 50 тис+, які все частіше стають споживати новини НЕ цілеспрямовано.

Тренд на звуження споживання новин відбувається і в активному ядрі аудиторії новин – старшій віковій групі 55р+ та в містах 50 тис.-

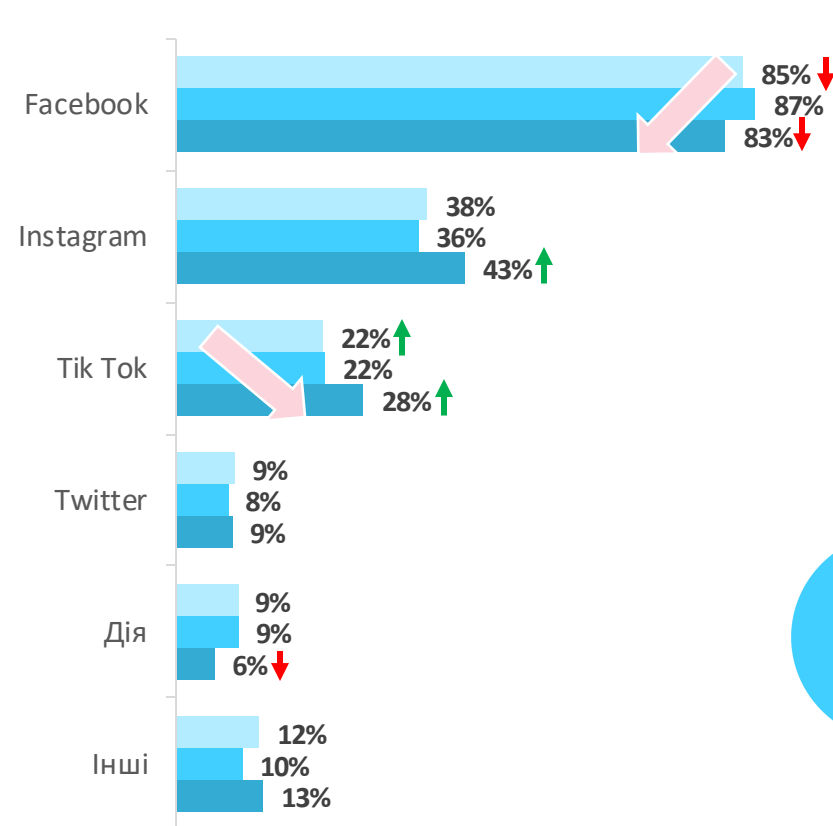
Разом з тим йде звуження репертуару та концентрація в діджиталі та на коротких форматах новин

Основними джерелами споживання новин залишаються діджитальні платформи, а в листопаді їх позиції зміцнилися ще сильніше, посунувши лінійні на другий план. Телебачення суттєво поступилося Ютубу. В довгому тренді фіксується зниження частки таких новинних платформ, як соцмережі, загальнонаціональне ТБ та «сарафанне радіо». Тікток продовжує набирати популярність. В цілому ростуть частки платформ, які пропонують швидке споживання новин: або по заголовкам (сайти, месенджери) або по коротким відео з можливістю перемотки (Ютуб, Тікток).

Джерела споживання новин



Споживання новин в соцмережах



Джерело: дослідження Барометр довіри до новин, проведено на замовлення Суспільного компанією Gradus Research в 2022-2023 рр., через мобільний додаток Градус серед населення віком від 18 років на всій території України, крім ТОТ, вибірка щохвилі n=2500
База: всі респонденти (18+, вся Україна), Q. З яких джерел Ви споживали новини про події в Україні за останній тиждень? Q. В яких соціальних мережах Ви переглядали новини за останній тиждень?

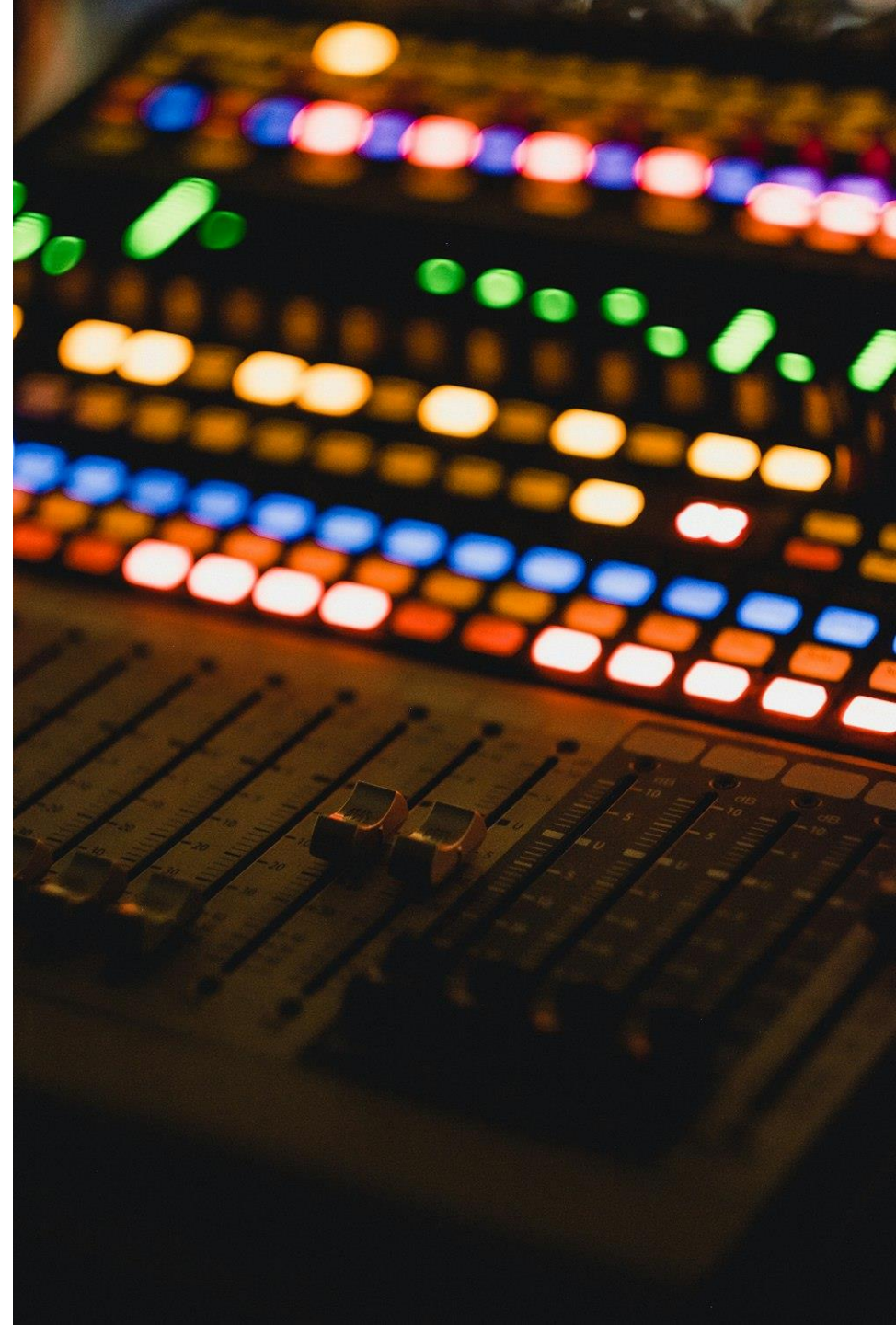
↓ ↑ Статистично значущо вищий / нижчий показник, порівняно з попереднім періодом дослідження

Радіо – в першу чергу джерело розважального контенту, а не платформа для пошуку новин. Нішу оперативних новин тримають **соцмережі**

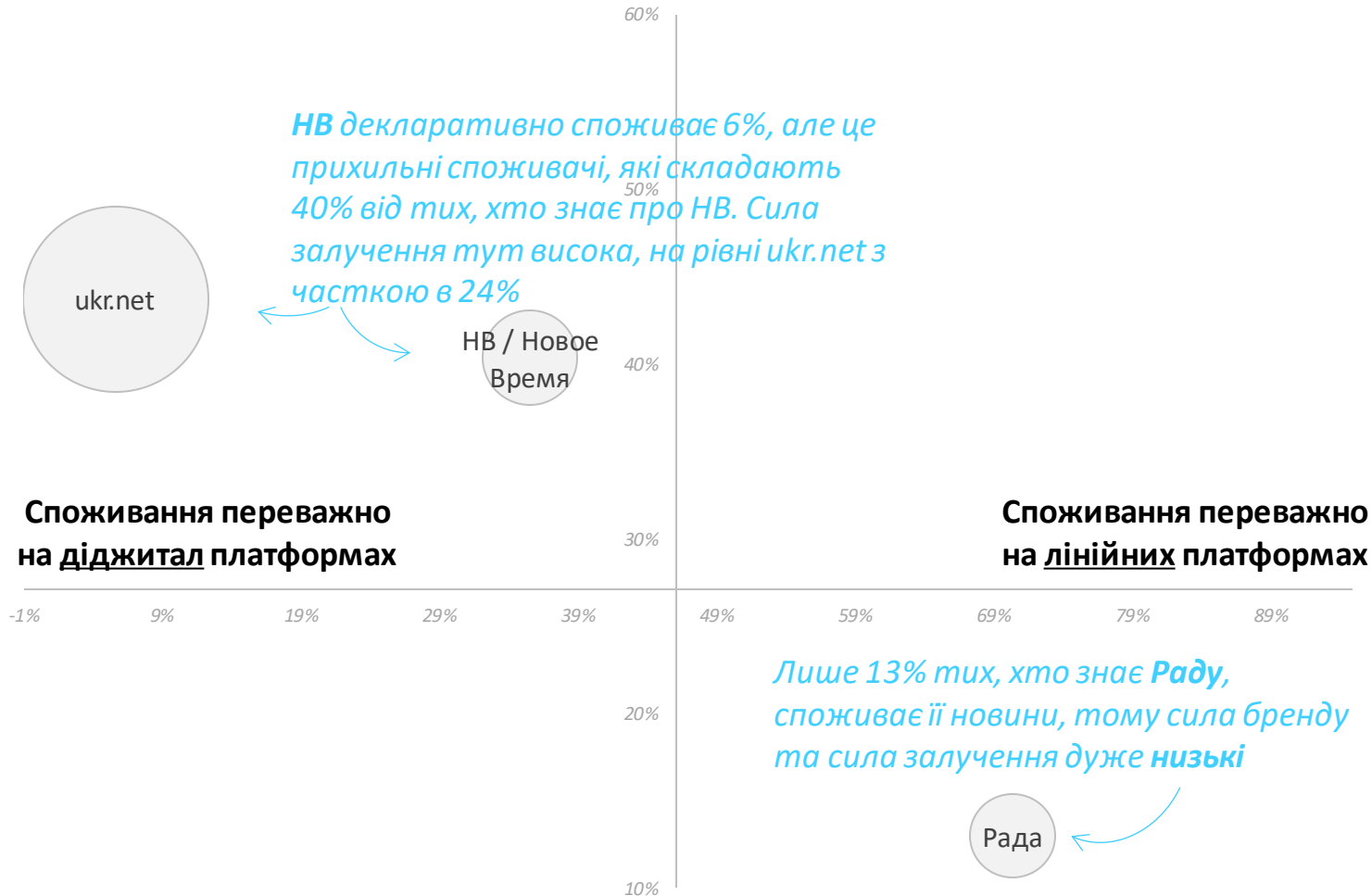
54% щотижнево слухають радіо

23% час від часу слухають новини на радіо

12%* **цілеспрямовано** і **щотижнево** слухають новини на радіо



Високе залучення в користувачів бренду



Споживання переважно на діджитал платформах

Споживання переважно на лінійних платформах

Низьке залучення в користувачів бренду

Розмір бульбашки відповідає рівню **Користування**

Це – мапа новинних брендів

Мапа побудована на основі дослідження, перевірена двома хвилями та стабільною динамікою. Це НЕ телеметрія, а в першу чергу **сприйняття новинних джерел**, картина в голові споживачів.

На мапі є **дві осі**:

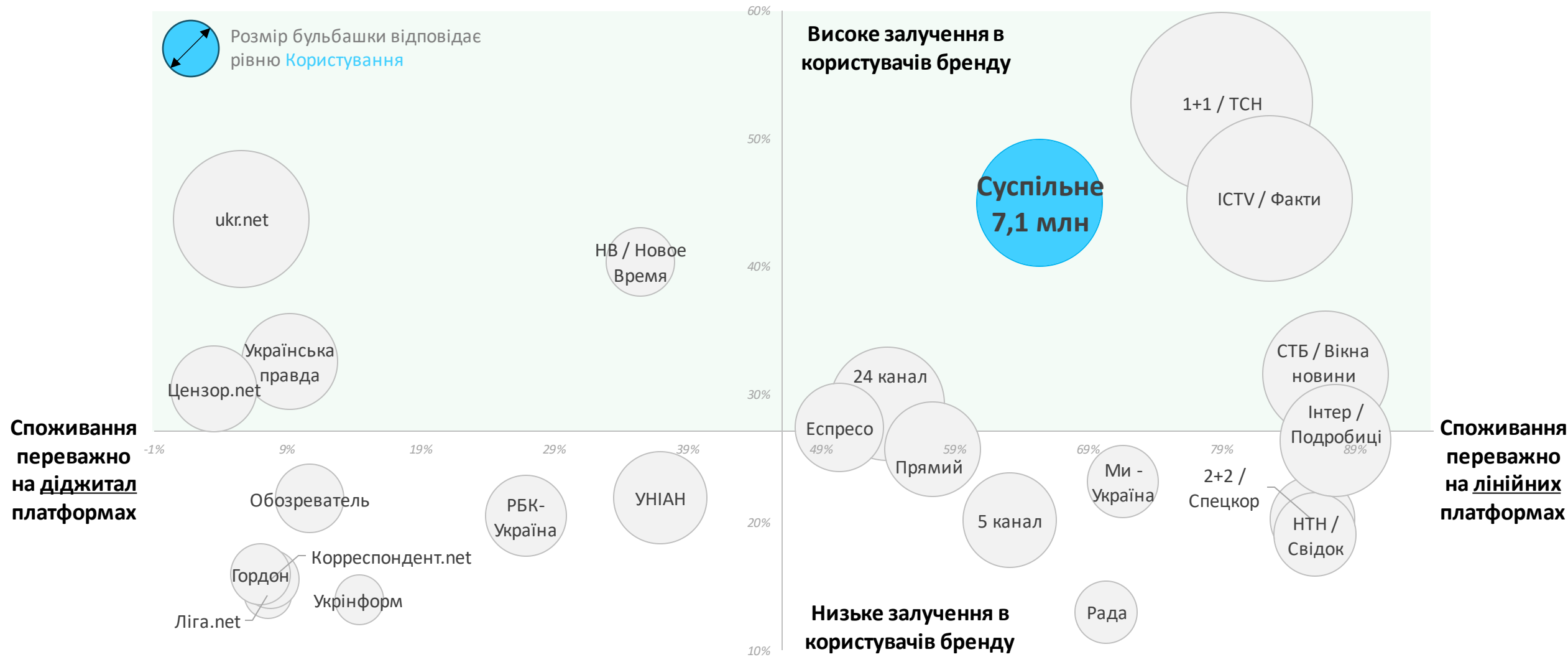
- переважаючий тип платформи, де споживають джерело
- сила джерела конвертувати знання в споживання, тобто частка тих, хто споживає від тих, хто знає про відповідне джерело

Додатково **розмір бульбашки** показує оціночний розмір тижневої аудиторії.

Чим вище джерело, тим краще, тим більше обізнаних про джерело споживає його.

Чим більша бульбашка, тим краще, тим більше людей сказало, що споживають.

Мапа новинних брендів за платформою споживання та силою бренду



База: всі респонденти. Респонденти, які знають хоча б одне джерело (18+, вся Україна)
 Q. Які з цих новинних джерел Ви знаєте? / Q. Яким з них Ви довіряєте найбільше? / Q. Де Ви зазвичай отримуєте новини від джерела ...

До переліку новинних джерел увійшли новинні топ-гравці, які присутні мінімум на 2х платформах: ТБ, веб-сайти, Телеграм канал або YouTube канал

33% – це декларативне споживання Суспільного (фактична телеметрія дає вищі цифри, бо, і дослідження це підтверджують, є велика частка тих, хто реально споживає, але не усвідомлює цього). Відповідно до нього, новини на Суспільному сприймаються переважно як телересурс, але й сумарна частка діджиталу дуже висока

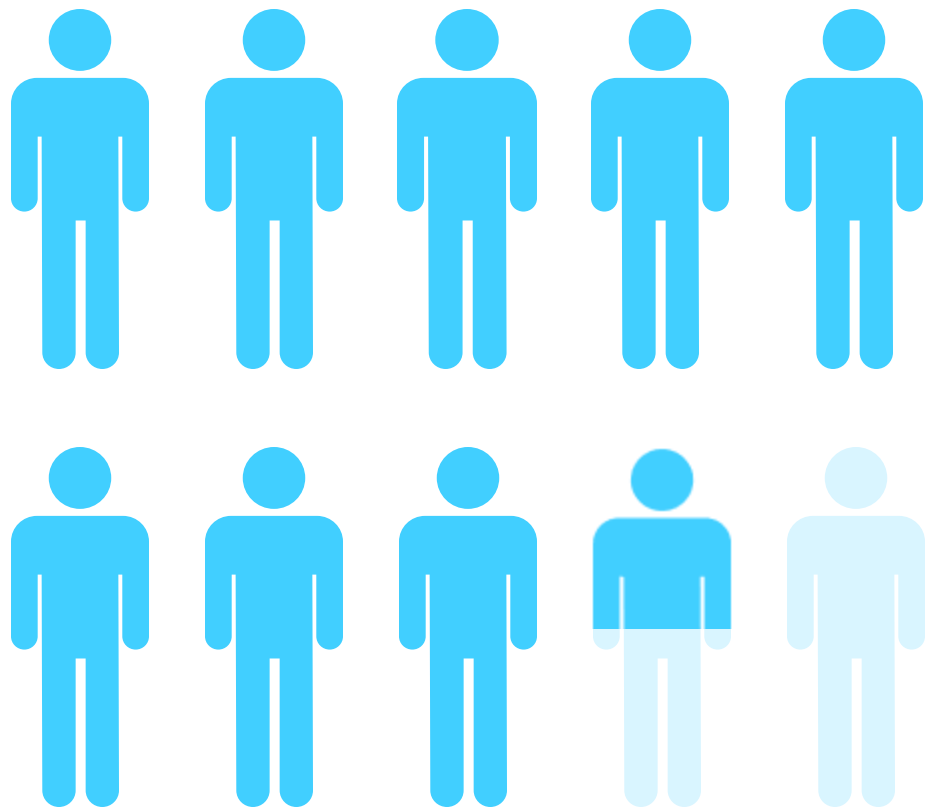
33%

користувалися будь-яким активом Суспільного на будь-якій платформі за останній тиждень

Декларативні джерела споживання новин Суспільного за тиждень
(серед тих, хто їх споживав за останній тиждень)



При цьому **рівень довіри** аудиторії Суспільного залишається **стабільним** протягом всього періоду вимірювання в 2022-2023 рр.



84%

аудиторії Суспільного
довіряють його новинам



34% фактичних споживачів медіа активів Суспільного **не усвідомлюють**, що споживають медіа бренд Суспільне

Різні дослідження дають схожі частки цієї групи

*Ті, хто за останній тиждень **споживали** контент Суспільного через хоча б один його актив на ТБ, радіо, в Телеграм або на сайті, кажуть, що **Суспільне** вони ...*



Загальний огляд ТВ-ринку

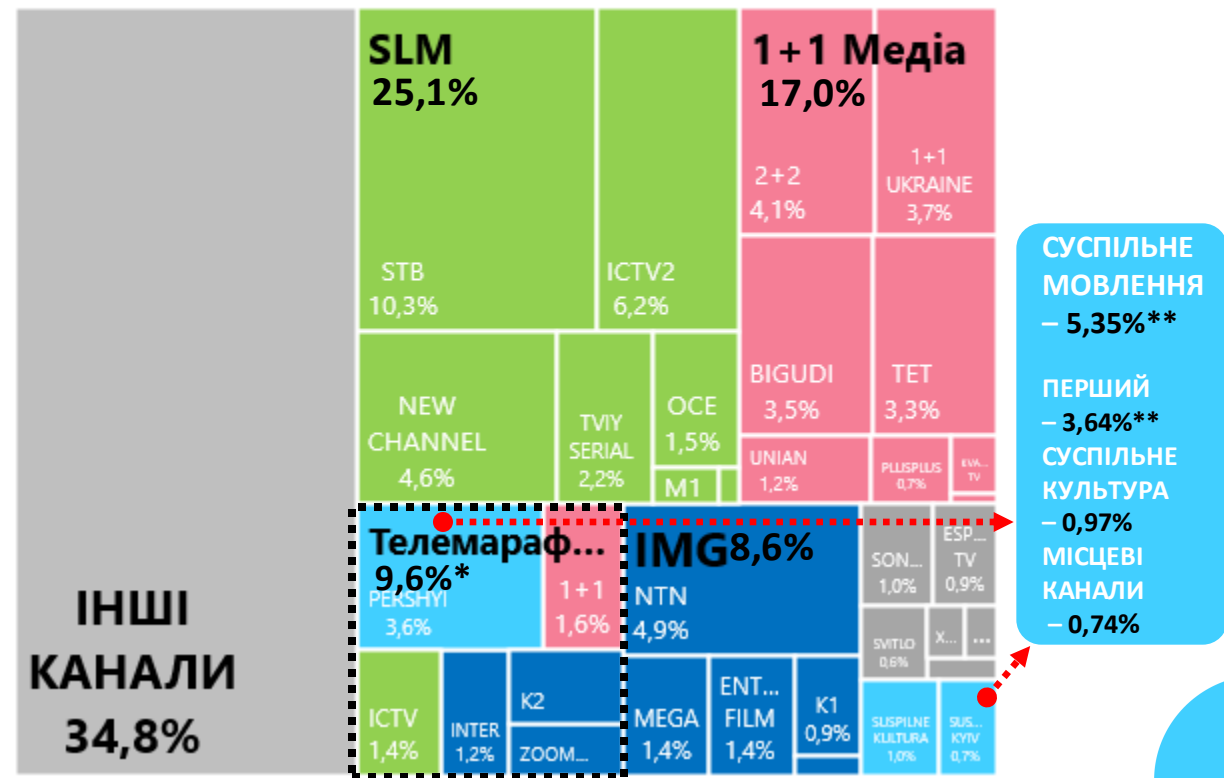
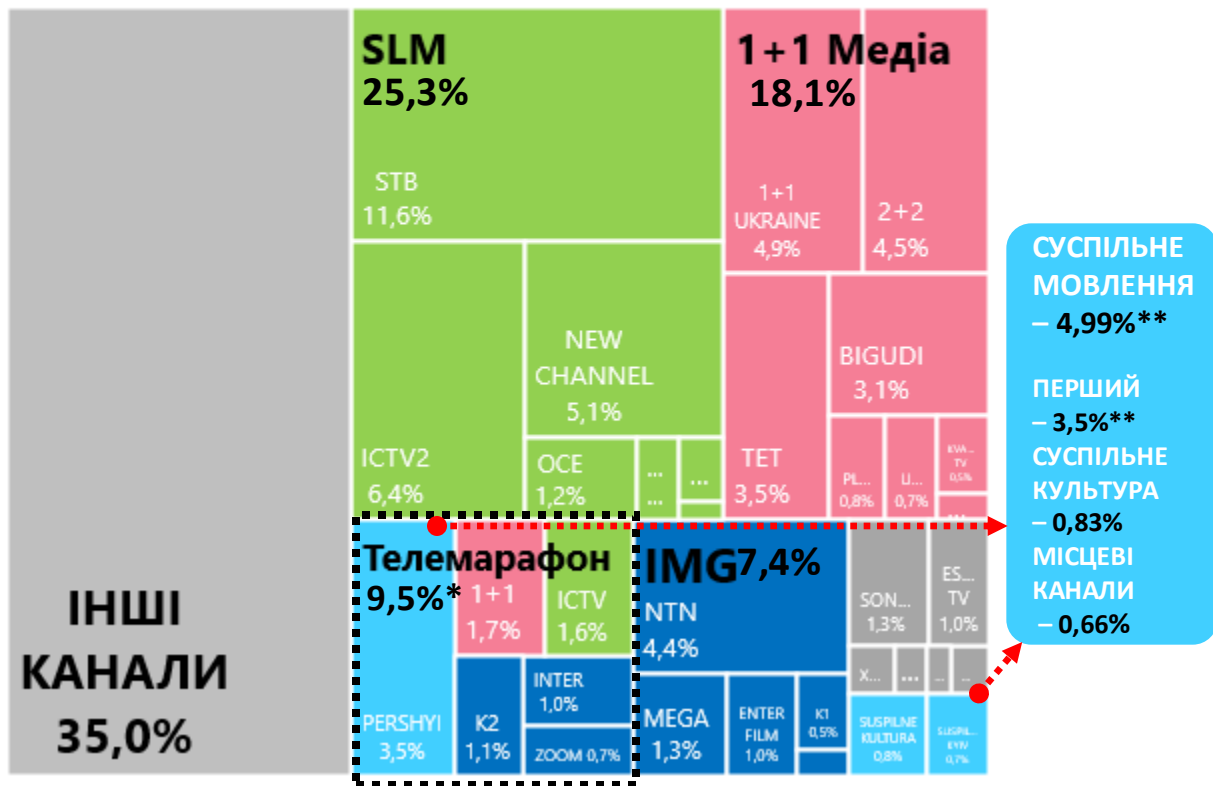




Частка каналів Суспільного Мовлення на ТВ-ринку – 5,4%**

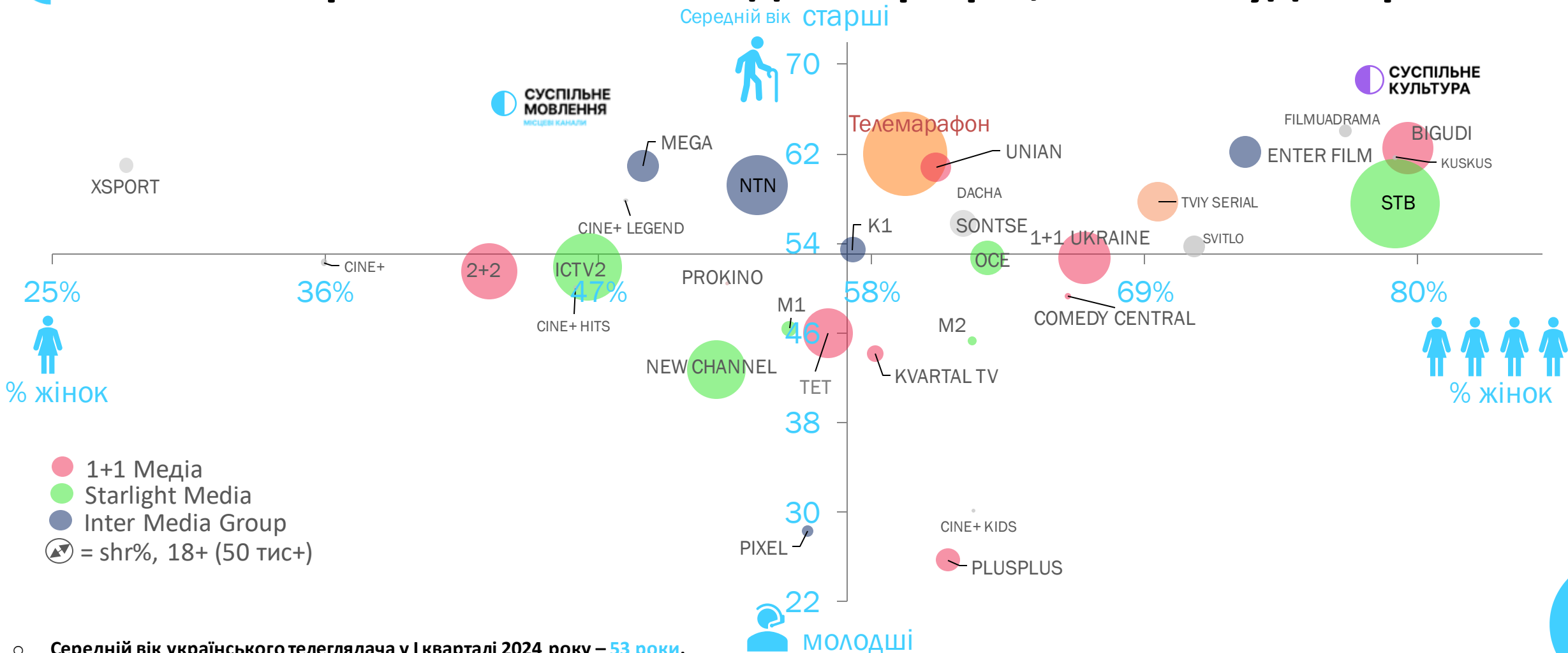
Структура ТВ-ринку у IV кварталі 2023 р.

Структура ТВ-ринку у I кварталі 2024 р.



*Телемарафон – спільна частка аудиторії (shr%) 6 телеканалів, що беруть участь у Телемарафоні та вимірюються у ТВ-панелі Nielsen (Перший, 1+1, ICTV, Інтер, K2, Zoom).
 **Показники каналів, що беруть участь у Телемарафоні, неможливо верифікувати, оскільки при синхронній трансляції однакового контенту технологія розпізнавання (аудиометчинг) не дає можливість забезпечити точне визначення перегляду цього контенту на конкретному з телеканалів. За розподіл показників перегляду Телемарафону між каналами-трансляторами несе відповідальність вимірювач – компанія Nielsen.

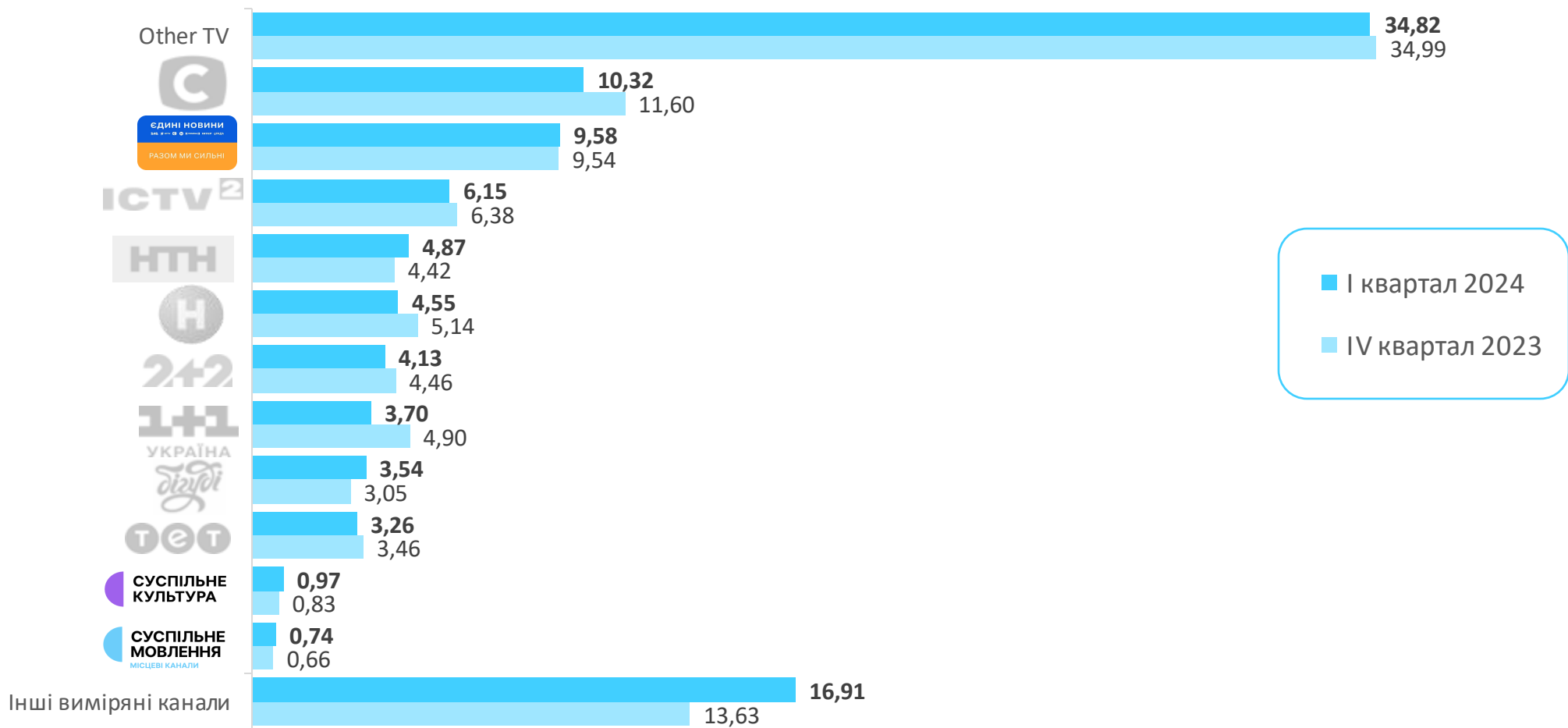
Карта телеканалів – демографія, частка аудиторії



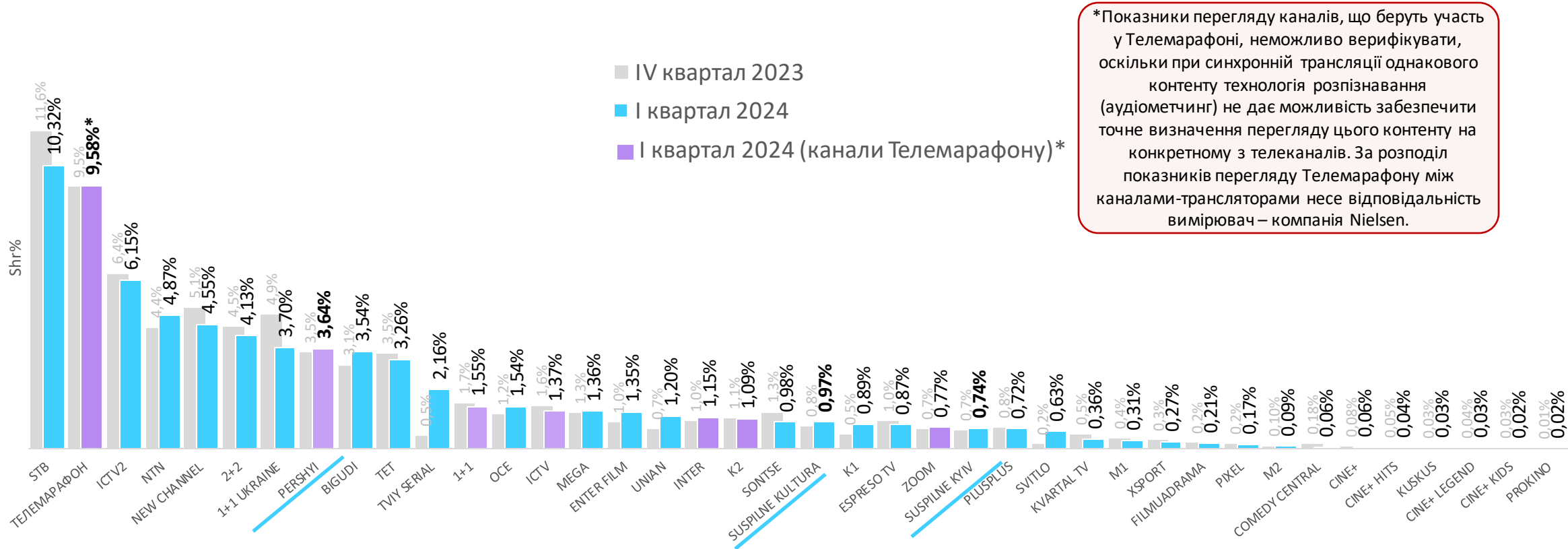
- Середній вік українського телеглядача у I кварталі 2024 року – 53 роки.
- Гендерний розподіл глядачів (жінки/чоловіки) – 57%/43% (у IV кварталі 2023 р. – 58%/42%).
- Середній вік глядача **Місцевих каналів Суспільного Мовлення** не змінився – 67 років, гендерний розподіл у I кварталі 2024 року – 43%/57% (Ж/Ч) (у IV кварталі 2023 р. – 47%/53%).
- Середній вік глядача **Суспільне Культура** не змінився – 69 років, Ж/Ч – 78%/22% (у IV кварталі 2023 р. – 77%/23%).
- Середній вік глядача **Телемарафону** виріс – 62 роки (у I кварталі 2024 р. – 61 рік), гендерний розподіл Ж/Ч без змін – 59%/41%.

Джерело даних: Nielsen. Міста 50 тис.+, I квартал 2024 року. *Телемарафон – спільний показник для 6 телеканалів (Перший, 1+1, ICTV, Інтер, K2, Zoom)

Розподіл частки аудиторії між телеканалами



СТБ – лідер за часткою аудиторії у I кварталі 2024 року



*Показники перегляду каналів, що беруть участь у Телемарафоні, неможливо верифікувати, оскільки при синхронній трансляції однакового контенту технологія розпізнавання (аудіометчинг) не дає можливість забезпечити точне визначення перегляду цього контенту на конкретному з телеканалів. За розподіл показників перегляду Телемарафону між каналами-трансляторами несе відповідальність вимірник – компанія Nielsen.

- У I кварталі 2024 р. частка аудиторії (shr%) **Телемарафону** у порівнянні з IV кварталом 2023 року виросла на +0,4% (+0,04 в.п.) – до **9,58%**.
- Частка аудиторії **Суспільне Культура** збільшилась на +17% (+0,14 в.п.) – до **0,97%** (у IV кварталі 2023 р. – 0,83%).
- Частка **Місцевих каналів Суспільного Мовлення** виросла на +12% (+0,08 в.п.) – до **0,74%** (у IV кварталі 2023 р. – 0,66%).
- **СТБ** продовжує утримувати лідерство, не дивлячись на те, що у I кварталі 2024 частка каналу знизилась на -11% – до **10,32%**.
- **Твій серіал**, **Ентер-фільм**, **ОСЕ**, **Бігуді**, **НТН** – лідери зростання частки аудиторії серед ТОП-10 комерційних каналів (+360%, +42%, +24%, +16%, +10% відповідно).
- **1+1 Україна**, **Новий канал**, **СТБ**, **2+2**, **TET**, **ICTV2** – втратили найбільше серед комерційних ТОП-10 каналів (-24%, -11%, -11%, -7%, -6%, -4% відповідно).

№	Проект	Канал	Дата	Початок	Кінець	Хроном-аж	18+ (50 тис+)		
							Rat%*	Shr%	Rch#
1	Мавка. Лісова пісня м/ф	1+1 UKRAINE	01.01.2024	20:00:11	21:55:08	01:54:58	6,36	15,85	986 204
2	На лінії життя т/с	STB	15.02.2024	21:05:21	22:10:43	01:05:23	6,13	17,26	734 838
3	Просто Надія т/с	STB	28.03.2024	21:01:33	22:03:56	01:02:24	5,86	17,29	677 344
4	Черговий лікар т/с	STB	18.01.2024	20:56:40	21:54:32	00:57:53	5,78	15,57	652 822
5	Звинувачується в коханні т/с	STB	26.02.2024	20:00:05	20:59:47	00:59:43	5,54	15,09	834 430
6	Слід т/с (2020)	STB	20.01.2024	19:53:45	20:50:13	00:56:29	5,24	14,38	607 286
7	Dizel Show	ICTV2	05.01.2024	19:00:05	21:26:16	02:26:12	4,71	12,78	1 032 182
8	Перевізниця т/с	STB	25.02.2024	19:54:03	20:20:02	00:26:00	4,63	11,81	483 071
9	Спіймати Кайдаша т/с	STB	04.01.2024	18:44:38	20:00:06	01:15:29	4,56	12,50	757 466
10	Сліпа т/с	STB	05.01.2024	21:01:57	21:25:21	00:23:25	4,55	11,88	512 722
11	МастерШеф 13	STB	17.02.2024	19:00:05	24:10:40	05:10:36	4,35	12,93	1 010 993
12	Супербабуся	STB	21.01.2024	21:20:02	22:30:02	01:10:01	4,08	11,66	557 134
13	Футбол. ЧЄ 2024. Кваліфікація. Україна - Ісландія	SUSPILNE KYIV	26.03.2024	21:31:23	23:43:25	02:12:03	4,05	14,64	569 693
14	Водна поліція т/с	STB	03.03.2024	18:59:07	19:54:08	00:55:02	4,00	11,60	608 978
15	Дільничний з ДВРЗ т/с	ICTV2	09.01.2024	20:43:57	21:40:33	00:56:37	3,99	10,60	567 730
16	Футбол. ЧЄ 2024. Кваліфікація. Боснія і Герцеговина - Україна	SUSPILNE KYIV	21.03.2024	21:31:18	23:50:51	02:19:34	3,98	13,92	533 092
17	Будиночок на щастя 5 т/с	NEW CHANNEL	25.03.2024	19:33:59	20:00:47	00:26:49	3,74	11,17	450 306
18	Супермама	STB	06.03.2024	18:50:31	20:00:08	01:09:38	3,70	10,80	680 463
19	Новорічна шкереберть т/с	STB	07.01.2024	19:57:08	20:55:57	00:58:50	3,70	9,16	597 721
20	ДНК. Свої	STB	31.03.2024	21:55:53	23:47:42	01:51:50	3,42	12,83	566 110

*Rat% (рейтинг) – середній відсоток людей у віці 18+ років у містах з населенням 50 тис+ жителів, які подивились всю подію.

Shr% (частка) – частка аудиторії події в загальному перегляді ТБ під час мовлення цієї події.

Rch# (охоплення) – кількість осіб з ЦА 18+ (50 тис+), які контактували з подією хоча би 1 секунду.

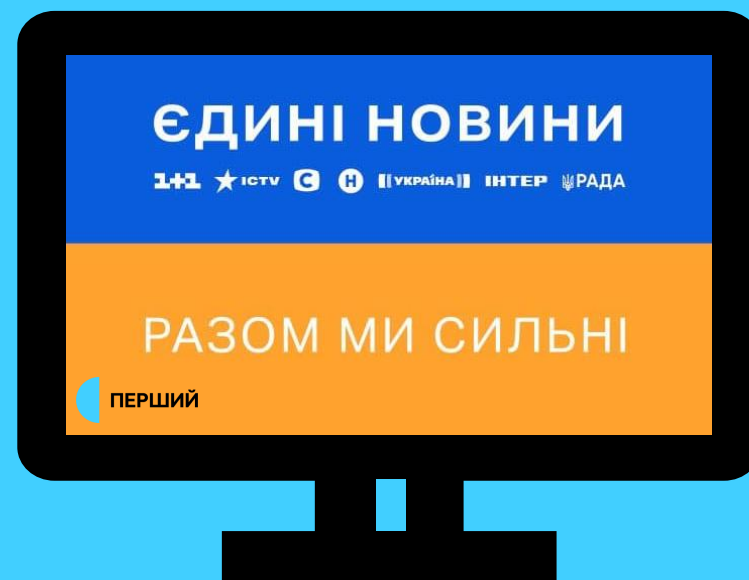
Джерело даних: Nielsen, ЦА 18+ (50 тис.+), I квартал 2024 р. Враховані події з хронометражем більше 15 хвилин. Одна назва може бути згадана 1 раз – кращий показ.



За результатами I кварталу 2024 року на ТВ-ринку України відбулись наступні зміни:

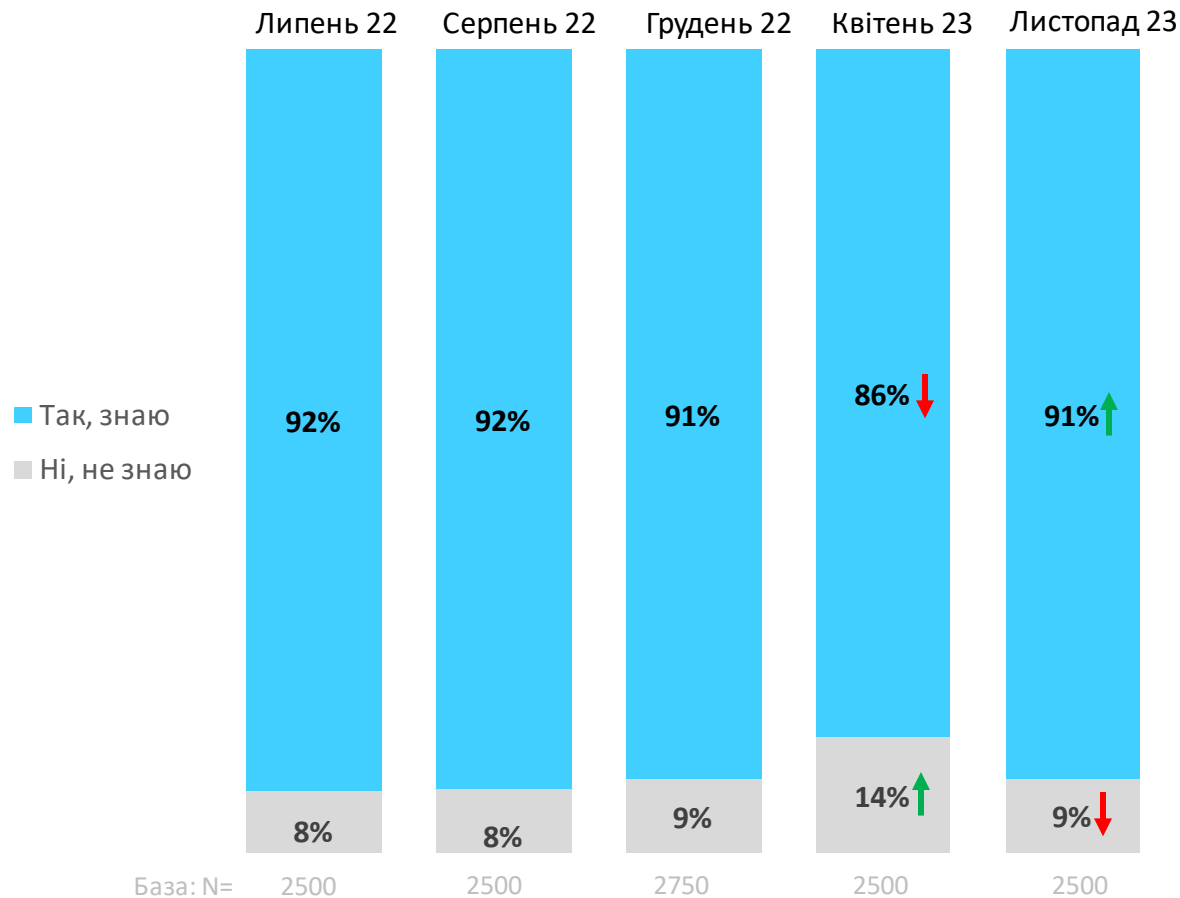
- Спільна частка аудиторії телеканалів **Суспільного Мовлення** зростає – з **5,0%** до **5,4%**.
 - Частка телеканалу **ПЕРШИЙ** виросла на +0,14 в.п. – до **3,64%*** (у IV кварталі 2023 р. – 3,5%*).
 - Частка **Суспільне Культура** виросла на +0,14 в.п. – до **0,97%** (у IV кварталі 2023 р. – 0,83%).
 - Частка **Місцевих каналів Суспільного Мовлення** виросла на +0,08 в.п. – до **0,74%** (у IV кварталі 2023 р. – 0,66%).
- Загальна частка аудиторії **Телемарафону «Єдині новини»** виросла на +0,04 в.п. – з 9,5% до **9,6%**.
- Частка аудиторії лідера комерційного ринку, медіагрупи **Starlight Media**, зменшилась (-0,2 в.п.) – з 25,3% до **25,1%**.
- Частка **1+1 Медіа** зменшилась на -1,1 в.п. – з 18,1% до **17,0%**.
- Частка **Inter Media Group** збільшилась на +1,3 в.п. – з 7,4% до **8,6%**.
- Спільна частка телеканалів, що відсутні у відкритому моніторингу (**Other TV**), зменшилась на -0,2 в.п. – з 35,0% до **34,8%**.
- Найбільш рейтингові події у I кварталі 2024 року: Мавка. Лісова пісня м/ф (1+1 Україна, 01.01.2024, 20:00 – 21:55, rat – 6,36%, shr – 15,85%, охоплення – 986 тис. глядачів), На лінії життя т/с (СТБ, 15.02.2024 21:05 – 22:10, rat – 6,13%, shr – 17,26%, охоплення – 734 тис. глядачів).

ПЕРШИЙ / ТЕЛЕМАРАФОН

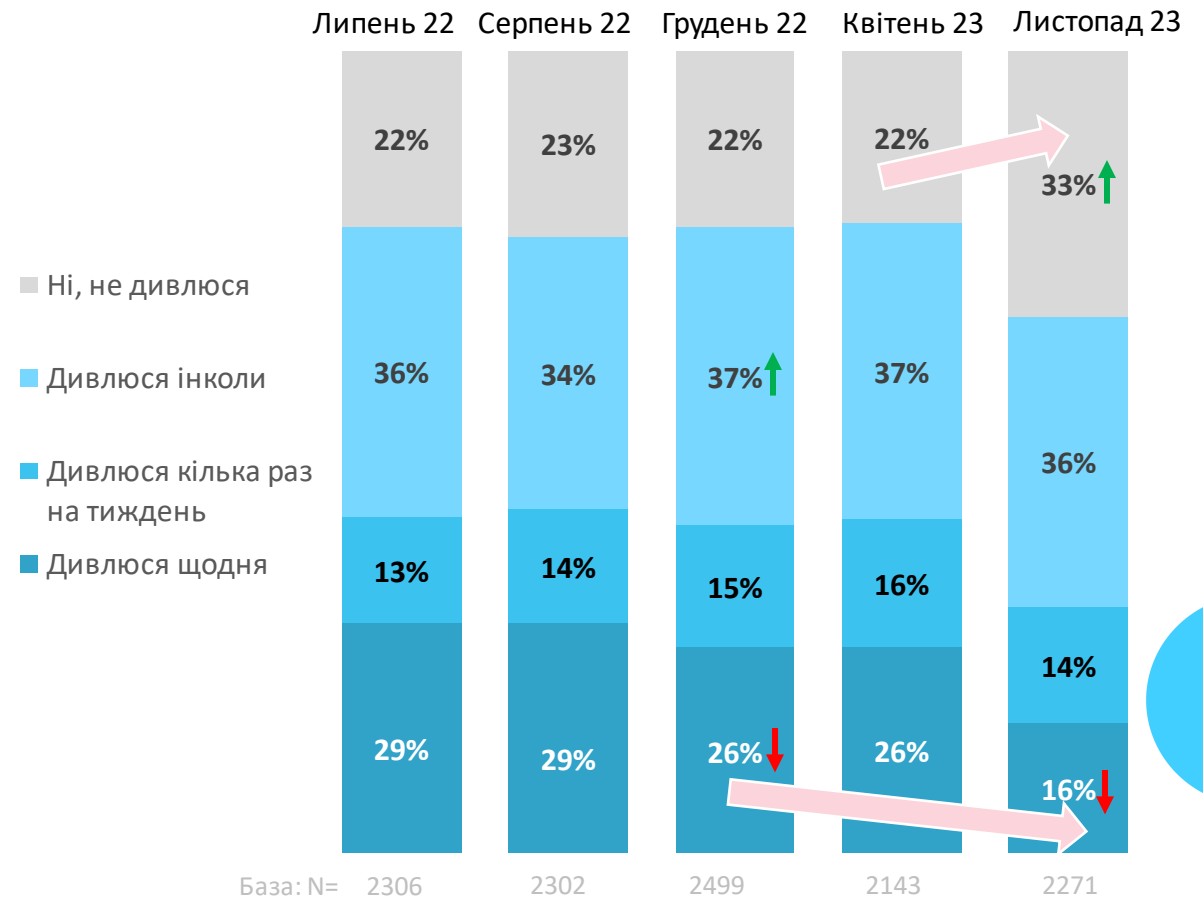


Телемарафон – одне з основних джерел споживання новин Суспільного. Його дивлення взаємопов'язано з переглядом новин Суспільного. При стабільному знанні в 2023 р., показники дивлення Телемарафону знижуються за рахунок повної відмови від перегляду, а не зниження частоти його дивлення. В довгому тренді недовіра до Телемарафону тягне зростання не-глядачів.

Знання про Телемарафон «Єдині новини»

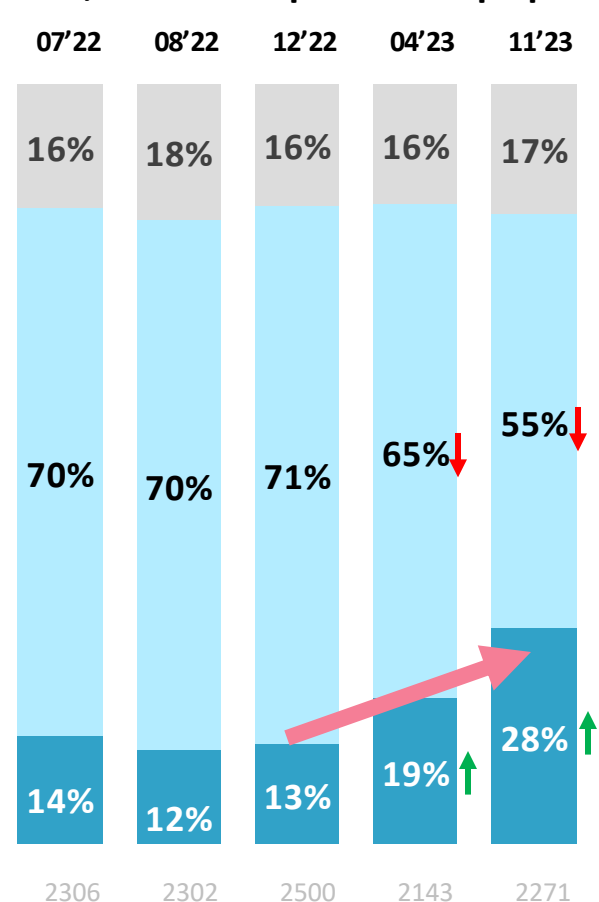


Частота перегляду

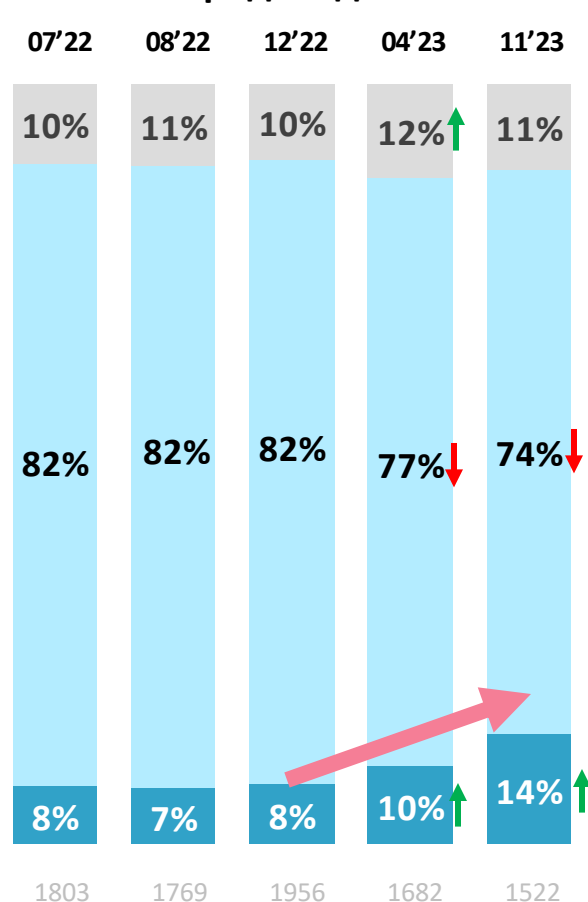


2023 рік став переломним для Телемарафону і з точки зору **довіри** до нього, як серед всіх обізнаних в цілому, так і серед його аудиторії: кількість **негативно налаштованих** до Телемарафону в 2023 р. **драматично зросла** порівняно з 2022 р. Джерело високої недовіри – колишні глядачі, які випадають з дивлення. Але у глядачів баланс довіри та недовіри залишається високим, і він суттєво відрізняється від неглядачів

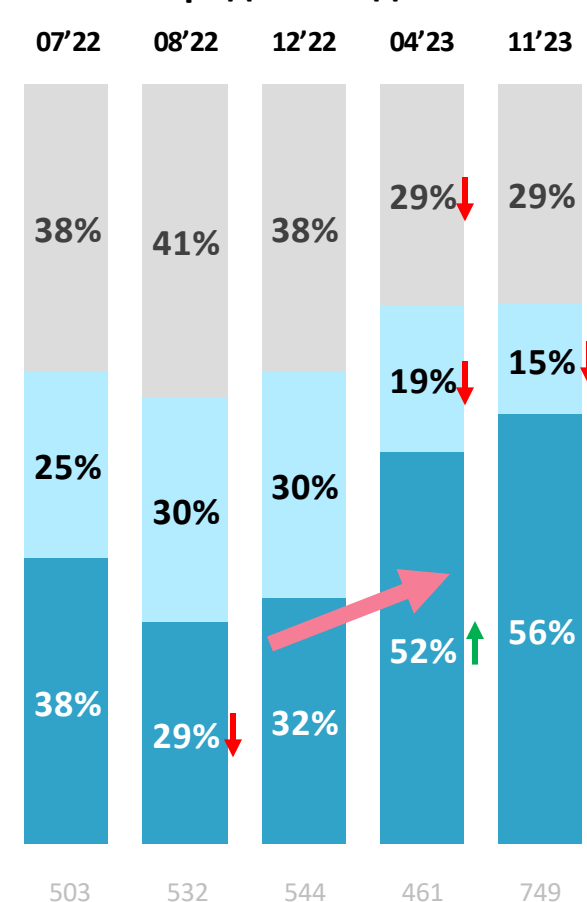
Довіра до Телемарафону серед всіх, хто знає про Телемарафон



Довіра до Телемарафону серед глядачів



Довіра до Телемарафону серед НЕ глядачів



Вагомість основних причин **недовіри** поступово зростала протягом останніх півтора роки, а в листопаді 2023 року значущо загострилась. Основні причини недовіри – це віра споживачів, що від них щось приховують або ними маніпулюють

Причинами недовіри до Телемарафону декларуються подача інформації, вигідна лише владі, неправдивість інформації, цензура, замовчування певних тем та пропаганда. Разом з тим в листопаді 2023 р. також збільшується частка тих, хто не може назвати жодної переваги Телемарафону перед новинами на інших телеканалах (+5%).

Всі аудиторії солідарні в своєму декларуванні причин недовіри. Але найбільший приріст основним причинам дало саме ядро аудиторії – жінки 55+ р.

Основні причини недовіри

	Липень 2022	Серпень 2022	Грудень 2022	Квітень 2023	Листопад 2023
Подають лише ту інформацію, яка вигідна владі	59%	61%	61%	60%	63%
Цензура / замовчують певні теми	39%	48% ↑	47%	45%	52% ↑
У цих новинах багато пропаганди	32%	39%	35%	37%	40%
Роблять завеликий акцент на позитивних новинах	18%	30% ↑	27%	30%	37% ↑
У телемарафоні не беруть участі опозиційні канали	36%	40%	37%	39%	33%
Присутні ведучі, що раніше працювали на проросійських каналах	31%	36%	30%	33%	28%
У цих новинах недостатня кількість потрібної інформації	25%	27%	33%	29%	27%
Новини недостатньо актуальні, повторюються	19%	25%	30%	27%	24%
У цих новинах неправдива інформація	12%	17%	17%	23% ↑	24%
Не довіряю новинам на телебаченні	22%	22%	20%	19%	23%
Не довіряю деяким каналам, що транслюють телемарафон	25%	22%	20%	29% ↑	21% ↓
Не подобається дехто з ведучих / спікерів	24%	19%	18%	17%	14%
Не довіряю новинам загалом	3%	3%	1%	2%	3%
База: N=	163	283	328	412	644

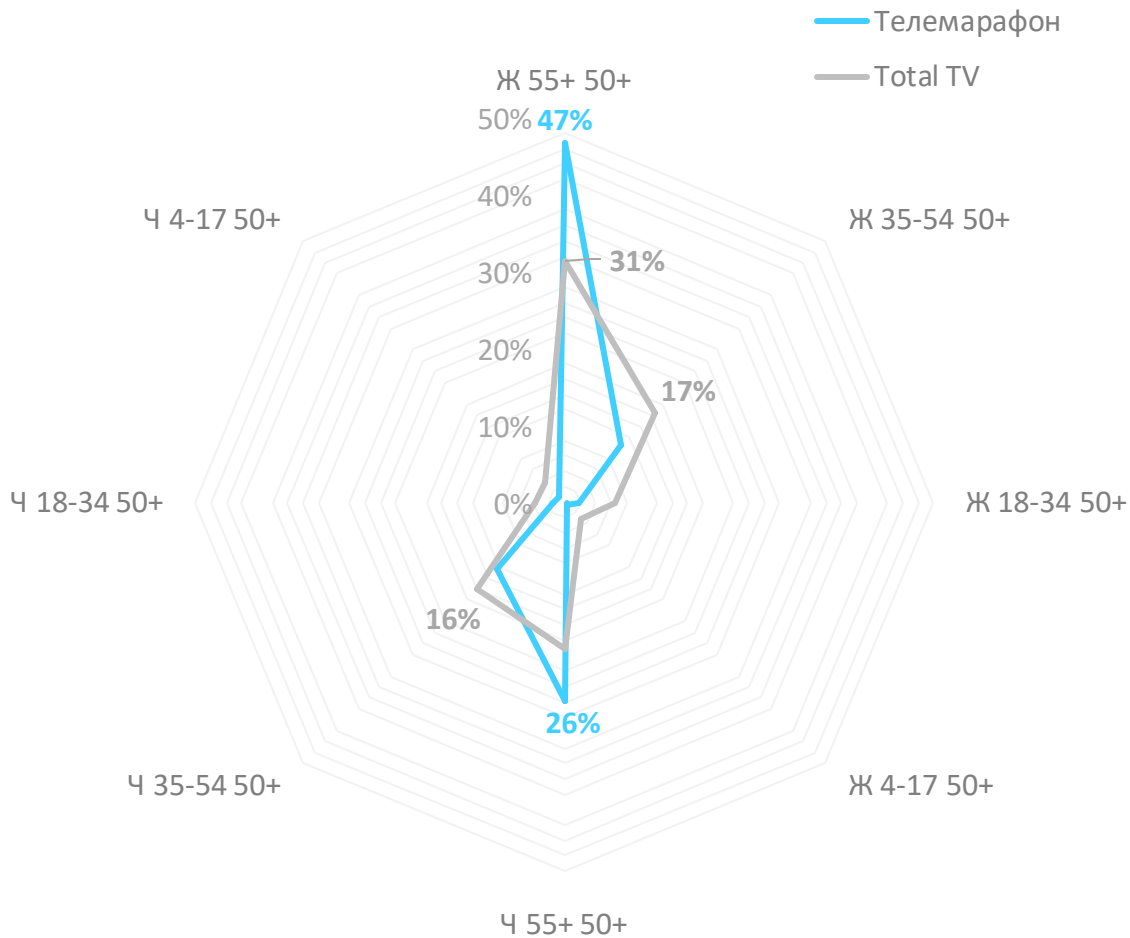
Ріст недовіри до Телемарафону йде синхронно з ростом недовіри до всіх телеканалів

Недовіра почала зростати в квітні 2023 р. і суттєво загострилась в листопаді 2023 р., перетворившись на недовіру до ТБ як медіа джерела в цілому. Наразі немає чіткої картини, що передує: негативне сприйняття Телемарафону як одного з найбільших телепродуктів розповсюджуються на все ТБ, або відтік споживання новин в соцмережі посилює недовіру до ТБ в цілому, а Телемарафон як лідер отримує найбільші негативні оцінки

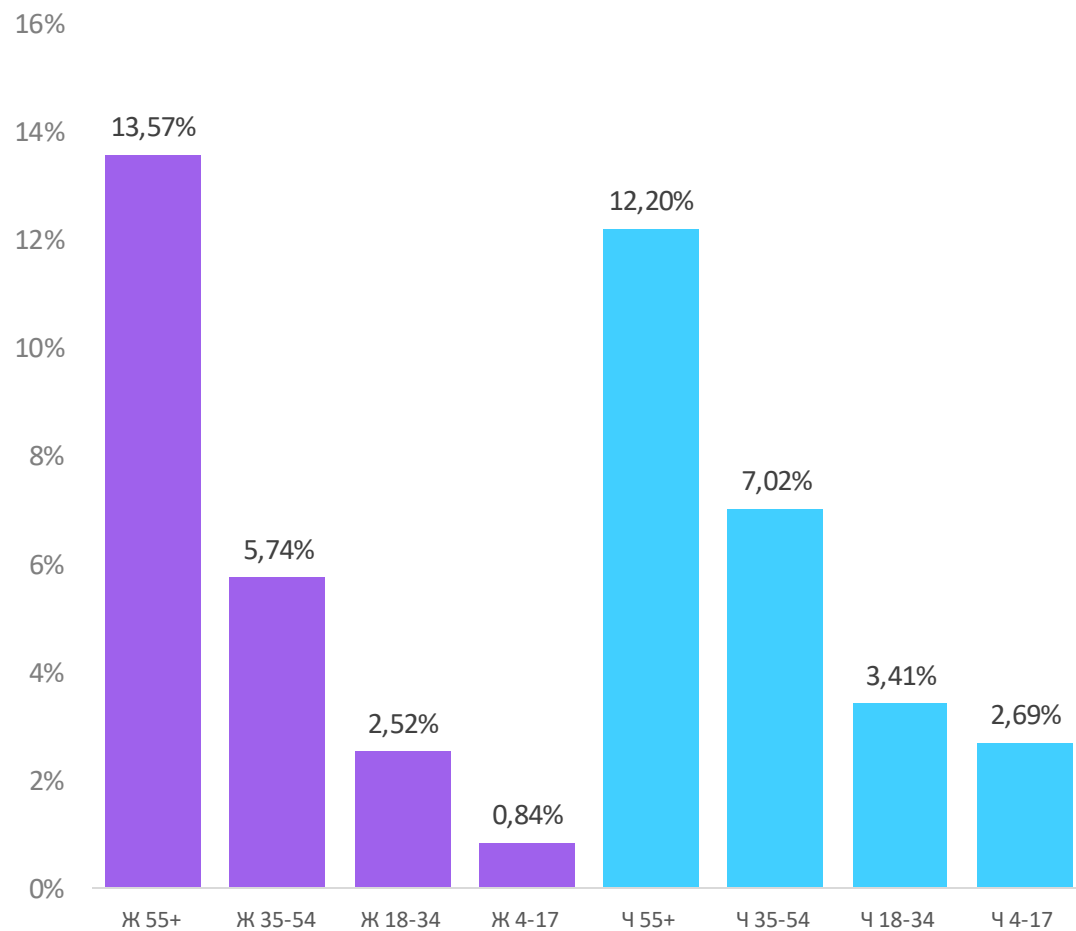
	Липень 2022	Серпень 2022	Грудень 2022	Квітень 2023	Листопад 2023
База:	1176	1103	1168	1174	993
5 канал	17%	17%	17%	23% ↑	23%
Інтер	13%	11%	10%	11%	15% ↑
Прямий	11%	11%	9%	14% ↑	13%
Рада	5%	6%	6%	10% ↑	13% ↑
1+1 / 1+1 (Об'єднаний)	8%	7%	6%	11% ↑	12%
Еспресо	7%	6%	6%	10% ↑	12%
Обоз.ТВ (Obozrevatel TV)	8%	5% ↓	7%	7%	11% ↑
ZOOM	7%	7%	5%	10% ↑	11%
Апостроф TV	8%	7%	7%	9% ↑	10%
K2	4%	4%	4%	6% ↑	10% ↑
1+1 Марафон				8%	9%
K1	3%	3%	3%	5%	8% ↑
24 канал	3%	4%	3%	6% ↑	7%
Перший	2%	2%	2%	3%	7% ↑
НТН	4%	5%	3%	4%	7% ↑
1+1 Україна				6%	6%
ICTV (Об'єднаний)	1%	3% ↑	2%	4%	6% ↑
2+2	2%	2%	4% ↑	3%	5% ↑
Київ	1%	1%	1%	2%	5% ↑
Ми - Україна			3% ↑	3%	5%
УНІАН	3%	4%	3%	4%	5%
ICTV	1%	3% ↑	2%	2%	4% ↑
Місцевий телеканал Суспільного Мовлення	2%	2%	1%	2%	4% ↑

Внесок жінок 55+ у перегляд Телемарафону помітно вищий, ніж для ТБ в цілому. Вища shr% – у ЦА 55+ років

Внесок (adh%) аудиторій у телеперегляд

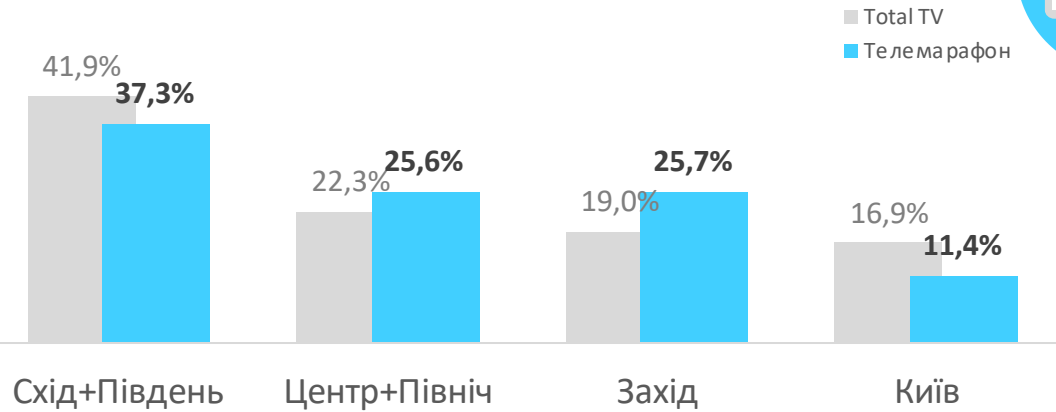


Частка (shr%) Телемарафону за аудиторіями

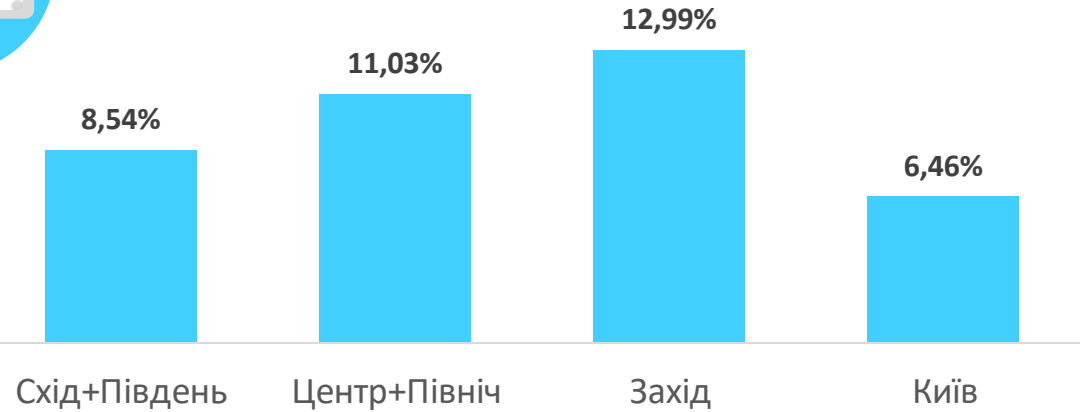


ПЕРШИЙ Телемарафон краще (ніж Total TV) залучає аудиторію у **Центрі+Півночі** та на **Заході**. Основний тип прийому Телемарафону у I кварталі 2024 року – **T2**.

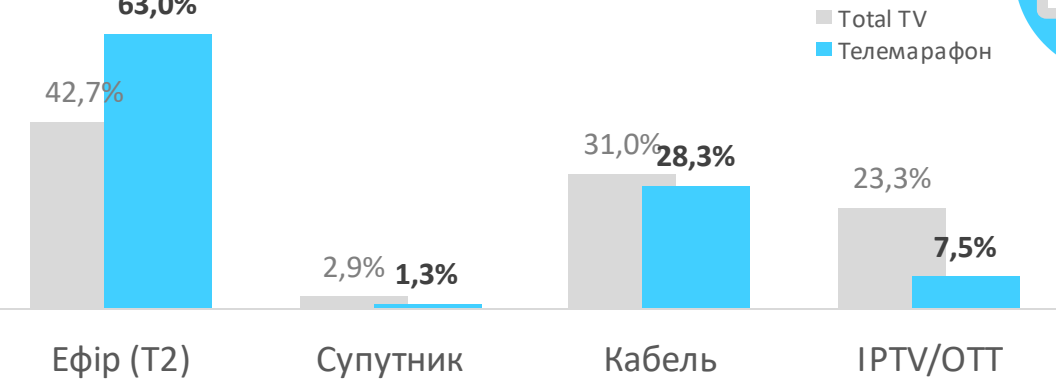
Внесок регіонів в рейтинг Телемарафону (adh%)



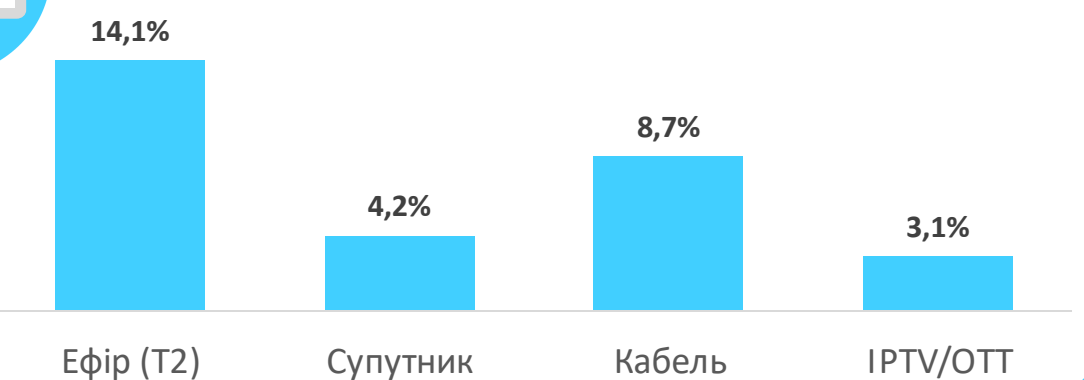
Частка аудиторії (shr%) Телемарафону за регіонами



Внесок типів прийому в рейтинг Телемарафону (adh%)

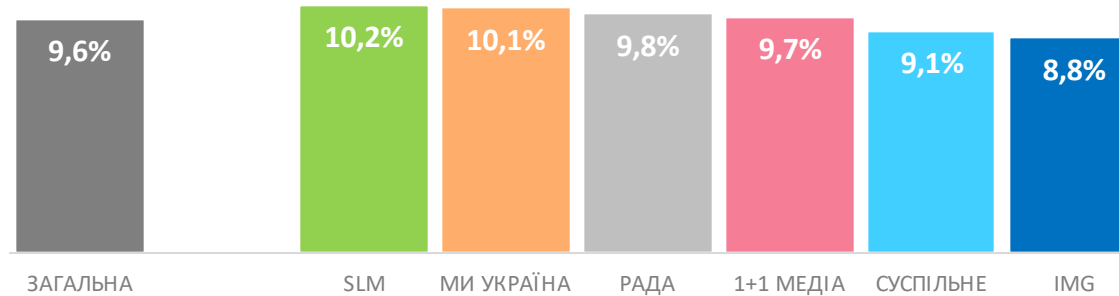


Частка аудиторії (shr%) Телемарафону за типом прийому

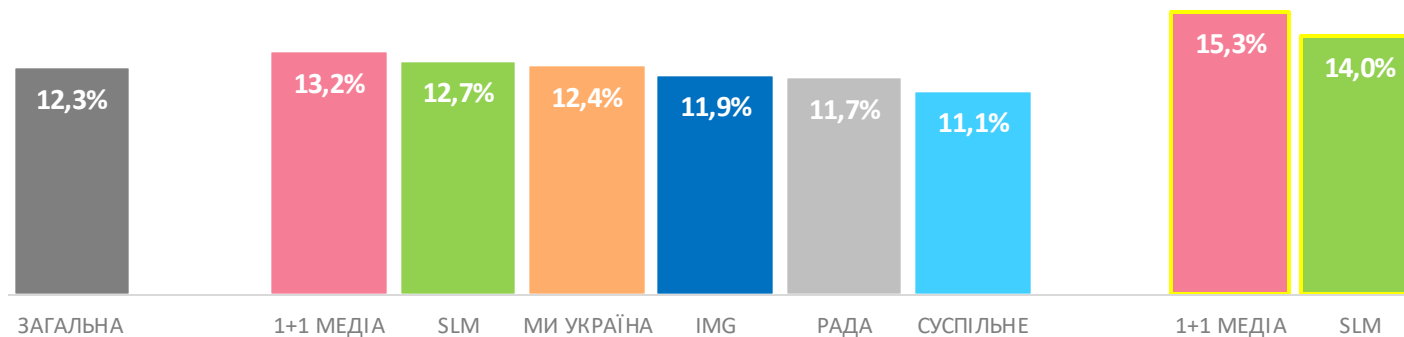


ПЕРШИЙ Показники Телемарафону в залежності від виробника

Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону в залежності від його виробника



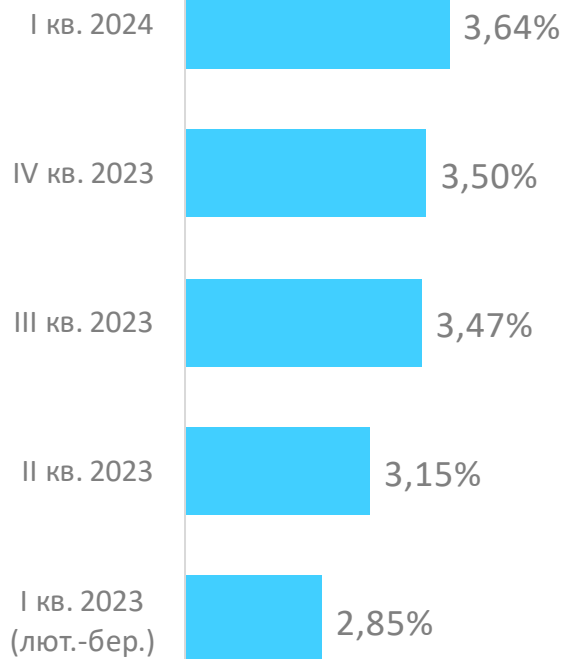
Частка аудиторії (Shr%) «Підсумки дня» (Пн-Сб) / «Підсумки тижня» (Нд), 20:00-21:00



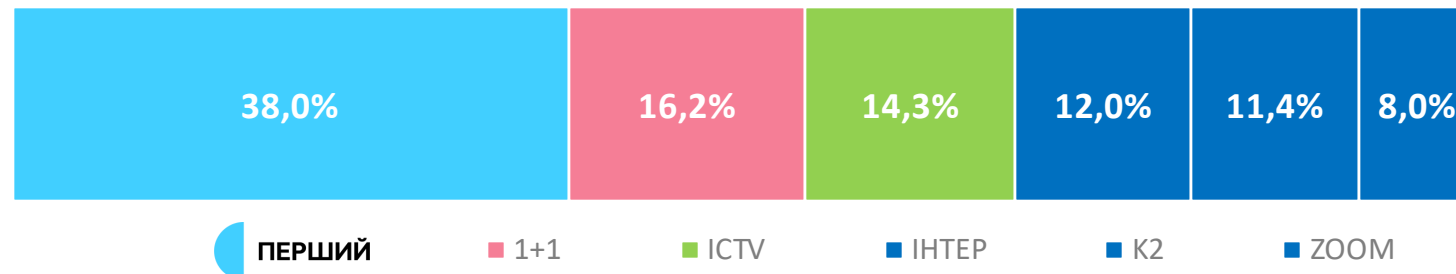
ПЕРШИЙ Найбільшу частку аудиторії у Телемарафоні має Перший*

Частка аудиторії (shr%)

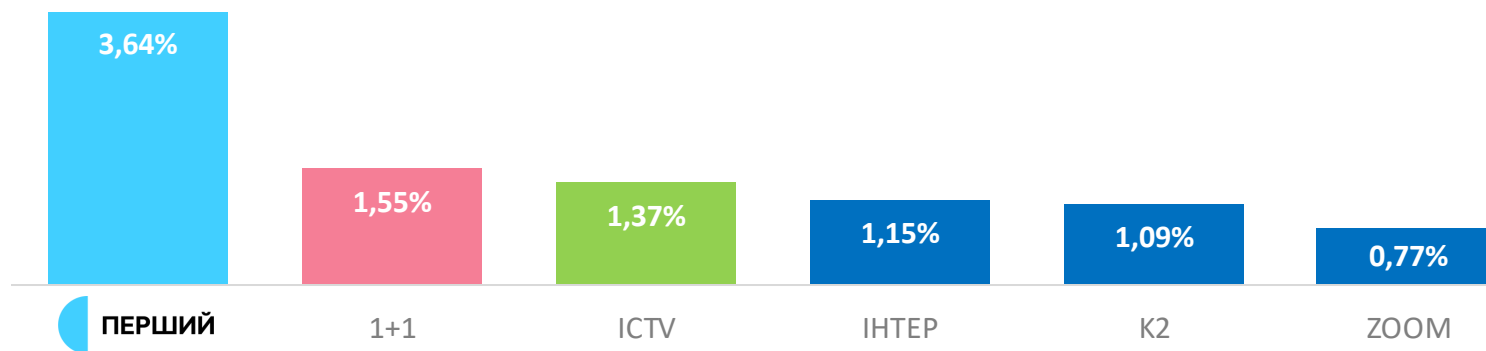
ПЕРШИЙ



Розподіл загальної частки аудиторії (shr%) Телемарафону між телеканалами-трансляторами, I квартал 2024 р.*



Частка аудиторії (Shr%) каналів, що цілодобово транслювали Телемарафон та вимірювались у ТВ-панелі, I квартал 2024 р.*

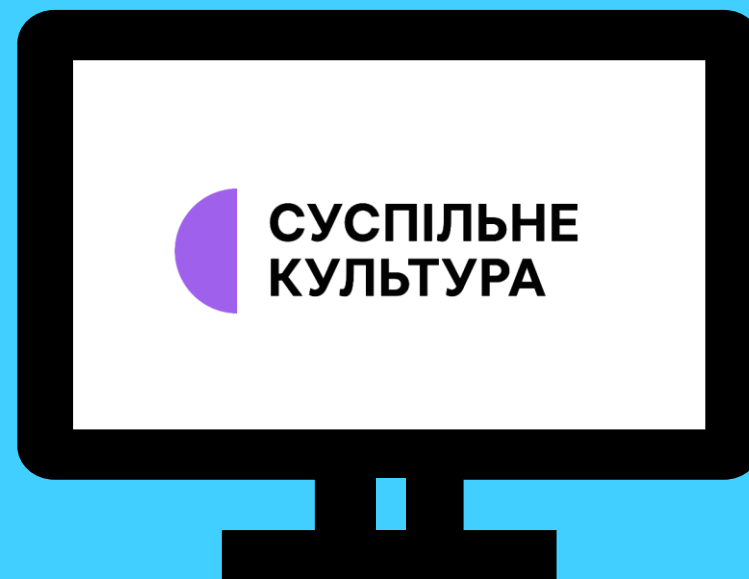


*Показники перегляду каналів, що беруть участь у Телемарафоні, неможливо верифікувати, оскільки при синхронній трансляції однакового контенту технологія розпізнавання (аудиометчинг) не дає можливість забезпечити точне визначення перегляду цього контенту на конкретному з телеканалів. За розподіл показників перегляду Телемарафону між каналами-трансляторами несе відповідальність вимірювач – компанія Nielsen.

- Частка аудиторії Телемарафону у I кварталі 2024 р. виросла на +0,04 в.п. (або +0,4%) – з 9,54% до **9,58%**; Середньодобовий час перегляду Телемарафону (серед тих, хто його вмикав) не змінився – **1:27 год/доба**.
- У містах з населенням 50 тис.+ жителів Телемарафон у I кварталі 2024 р. охопив **4 млн. 214 тис.** телеглядачів у віці 4+ років (або **75,1%** від можливих), що хоча би одного разу вмикали канал протягом місяця. Серед них **6 млн. 481 тис.** (або **77,9%** від можливих) – глядачі у віці 18+ років.
- Найбільшу популярність канал мав у жінок у віці **55+** років. Найбільша середня частка аудиторії – серед жінок 55+ років (**13,6%**), чоловіків 55+ років (**12,2%**) і чоловіків 35-54 роки (**7,0%**).
- Телемарафон краще (ніж Total TV) залучає аудиторію у Центрі+Півночі та на Заході. Основний тип прийому Телемарафону у I кварталі 2024 року – T2.
- Частка аудиторії Першого у I кварталі 2024 року виросла +4% і становить – **3,64%**.
- У проміжку часу 6:00-12:00 Телемарафон має найвищу частку аудиторії (**14,9%**), що на 55% вище за його середньодобовий показник. Найнижчі показники перегляду – у нічному слоті 00:00-06:00 (**6,6%**).

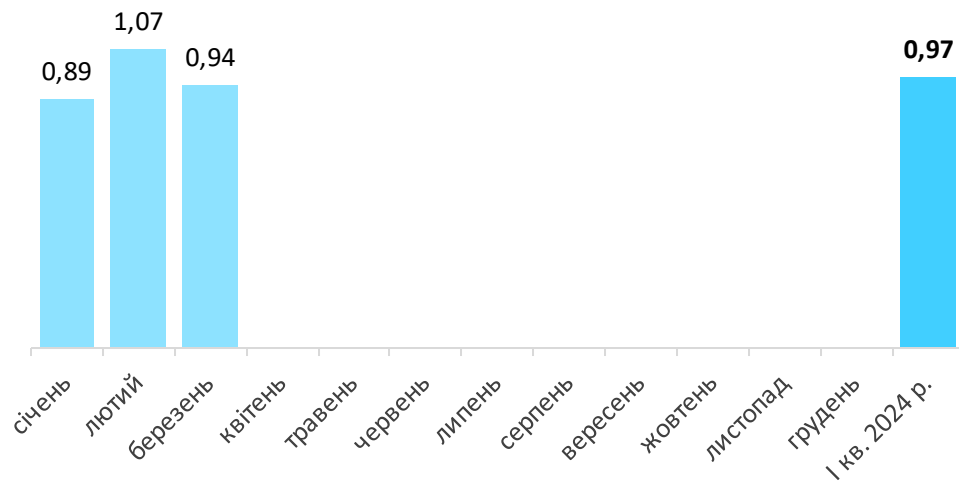
Суспільне Культура

показники
ТВ-перегляду

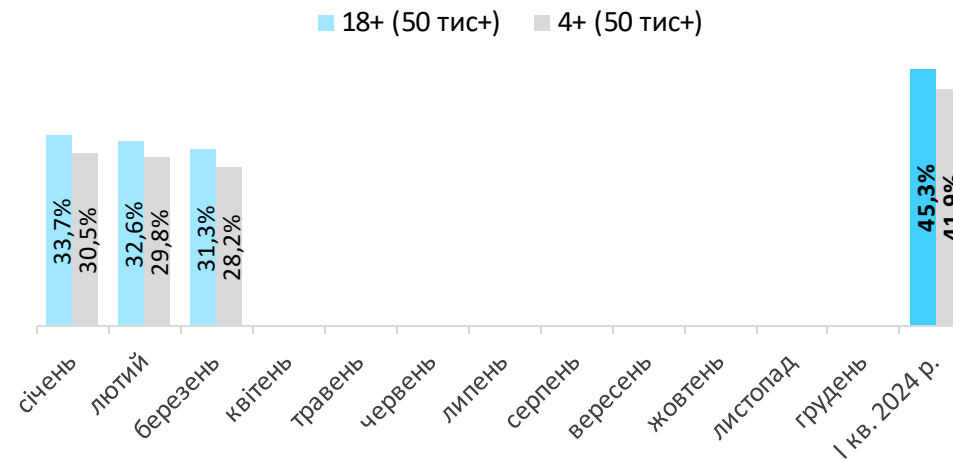


Динаміка основних показників телеканалу у 2024 році

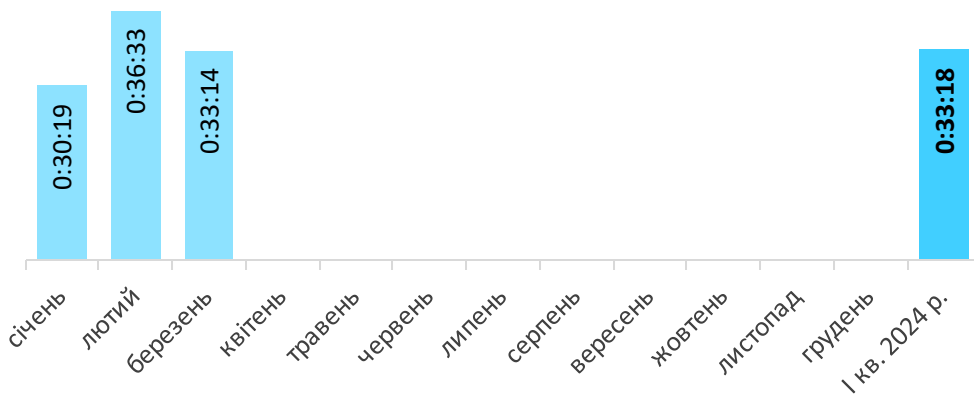
Частка аудиторії (Shr%)



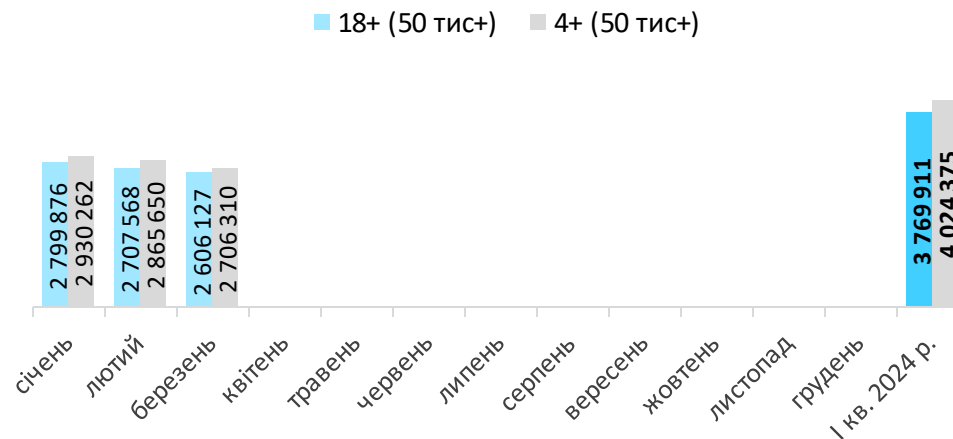
Охоплення ЦА за місяць, у % (Cov%)



Середньодобова тривалість перегляду (Atr)



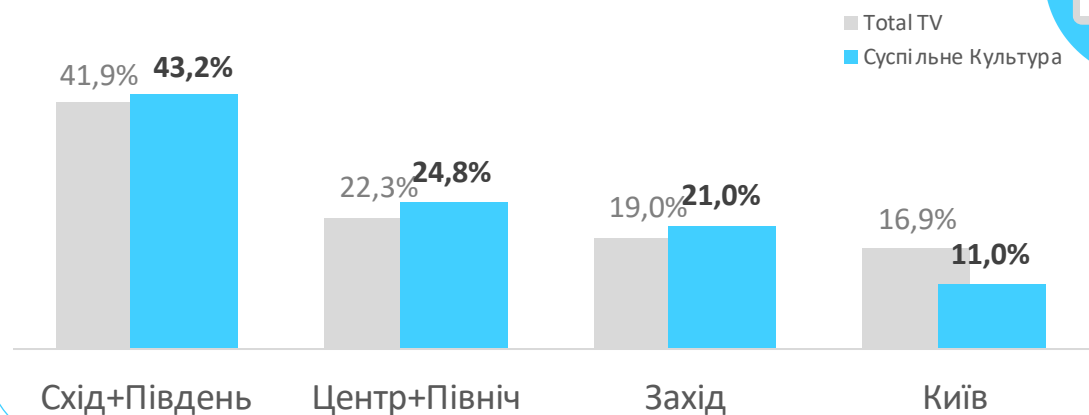
Охоплення ЦА за місяць, у людях (Cov#)



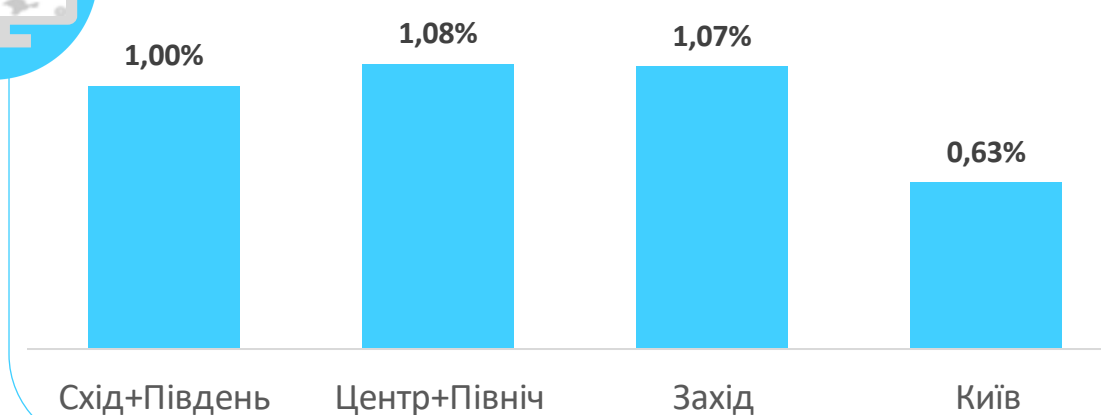
На Сході+Півдні канал залучає аудиторію краще, ніж ТБ загалом.

T2 – основний тип прийому Суспільне Культура у I кварталі 2024 року.

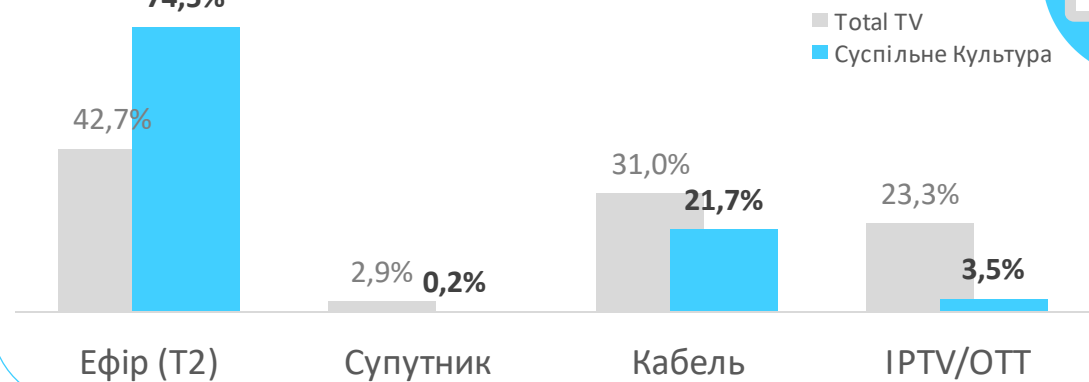
Внесок регіонів
в рейтинг Суспільне Культура (adh%)



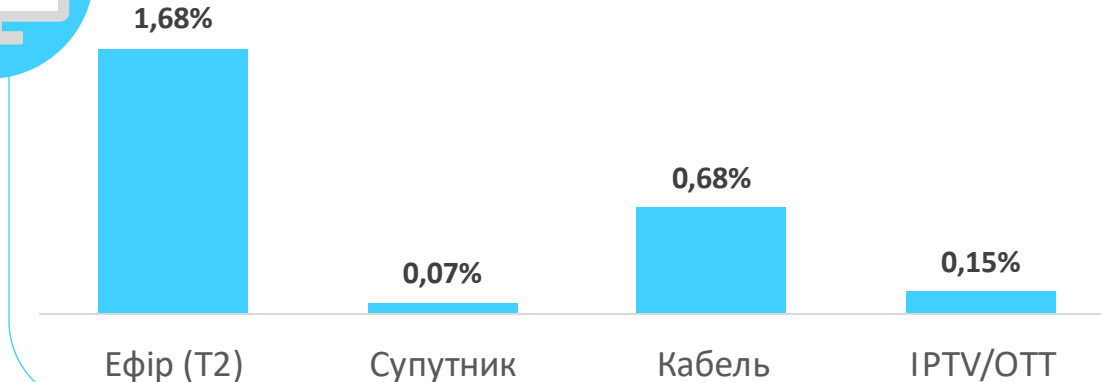
Частка аудиторії (shr%) Суспільне Культура
за регіонами



Внесок типів прийому
в рейтинг Суспільне Культура (adh%)

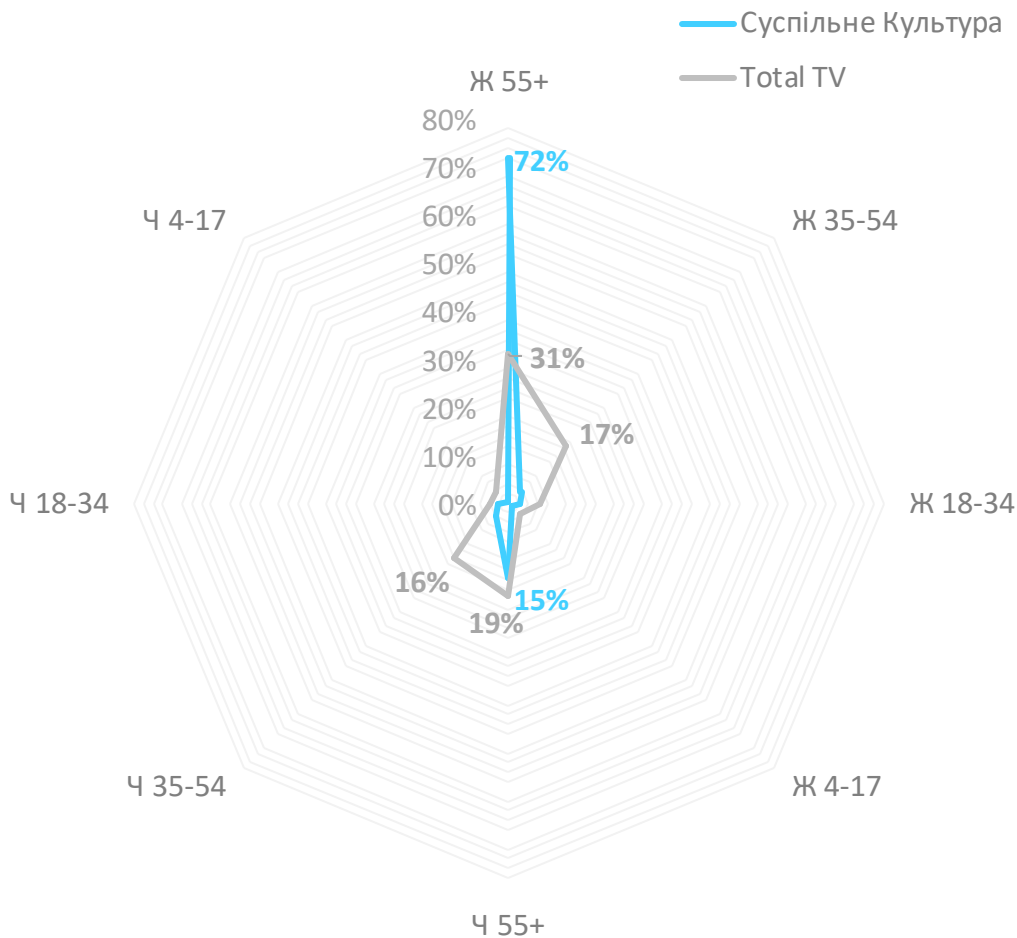


Частка аудиторії (shr%) Суспільне Культура
за типом прийому

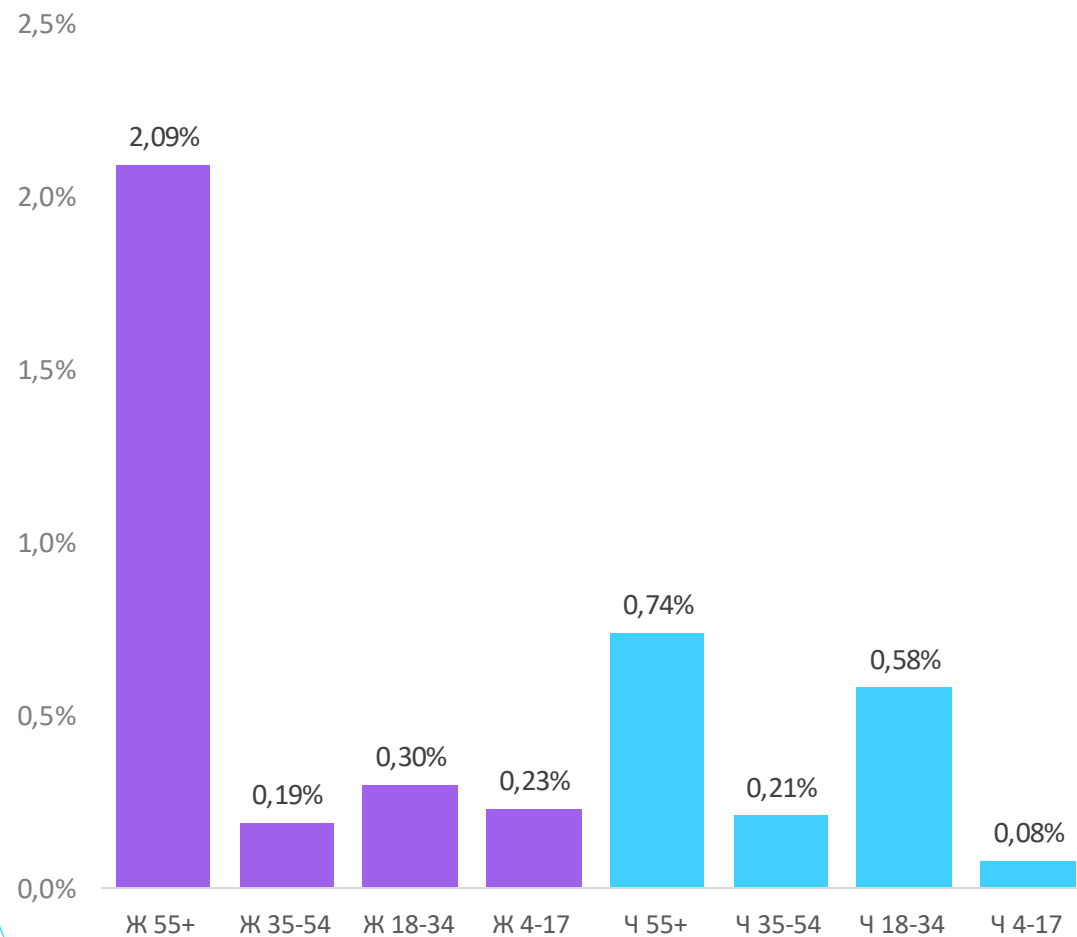


Внесок жінок 55+ років у перегляд каналу суттєво вищий, ніж для ТБ в цілому. Найвища shr% – у Ж 55+

Внесок (adh%) аудиторій у телеперегляд каналу



Частка (shr%) каналу за аудиторіями



Події **Національного відбору на Євробачення-2024 (ПередШоу + Фінал + повтор + Шоу результатів)** зібрали **3,3 млн.** переглядів на **ТВ***. На **digital-платформах** трансляції Фіналу (українською та англійською мовами) та Шоу результатів зібрали **3,1 млн** переглядів***

TV

(телеканал Суспільне Культура)



DIGITAL

(YouTube @eurovisionukraine, Facebook, веб-сайт Суспільне Культура)

ПередШоу
(3.02.2024)
306 тис.
переглядів*

3,3
млн. переглядів*

Повтор
Фіналу
(4.02.2024)
1,03 млн.
переглядів*

Фінал
(3.02.2024)
1,17 млн.
переглядів*

2,1
млн. унікальних
глядачів**
Оцінка –
4+, вся Україна

Шоу
результатів
(4.02.2024)
847 тис.
переглядів*

Фінал
(@eurovisionukraine,
українська версія)
1,78 млн.
переглядів***

3,1
млн. переглядів***

Фінал
(@eurovisionukraine,
англійська версія)
361 тис.
переглядів***

Шоу
результатів
(@eurovisionukraine)
804 тис.
переглядів***

*Перегляди – сума контактів (rch#) тривалістю не менше 30 сек. кожний. Зараховується тільки 1 перегляд події глядачем. **Накопичене охоплення унікальних глядачів (cov#). Оцінка за аудиторію 4+ (вся Україна) – розрахована на базі показників перегляду ЦА 4+ (міста 50 тис+). База для оцінки – співвідношення між охопленням трансляцій Євробачення на UA:Перший за ЦА 4+ (50 тис+) та ЦА 4+ (вся Україна) у 2019-2021 рр.

Джерело даних: Nielsen, Кабінети в соціальних мережах.

***Повні версії трансляцій на YouTube-каналі «Євробачення Україна» @eurovisionukraine, Facebook та веб-сайті телеканалу Суспільне Культура. Дані на 11.02.2024 р. Може зараховуватись більше 1 перегляду події глядачем.

TV

(телеканал Суспільне Культура)



DIGITAL

(Сторінки Суспільне в Instagram, Facebook, TikTok)

Промова режисера фільму
«20 днів у Маріуполі»
Мстислава Чернова

5 млн.
переглядів



*Перегляди – сума контактів (rch#) тривалістю не менше 30 сек. кожний. Зараховується тільки 1 перегляд події глядачем. **Накопичене охоплення унікальних глядачів (cov#).

Оцінка за аудиторією 4+ (вся Україна) – розрахована на базі історичних даних співвідношення перегляду ЦА 4+ (вся Україна) та 4+ (50 тис+).

Джерело даних: Nielsen, Кабінети в соціальних мережах.

ТОП-20 показів у I кварталі 2024 року за рейтингом

№	Проект	Дата	Початок	Кінець	Хронометраж	18+ (50 тис+)		
						Rat%*	Shr%	Rch#
1	Євробачення-2024. Національний відбір. Фінал	03.02.2024	18:00:09	22:37:21	04:37:13	1,97	5,55	576 094
2	Обручка з рубіном т/с	29.02.2024	19:05:32	20:01:07	00:55:36	1,42	4,07	177 630
3	30 років - лісапетом, наче танком. Великий ювілейний концерт	28.01.2024	17:28:59	20:11:55	02:42:57	1,22	3,36	392 303
4	Баби рулять. Лісапетний батальйон. Концерт	01.01.2024	20:06:50	21:58:24	01:51:35	1,14	2,84	301 357
5	Дама під вуаллю т/с	12.01.2024	17:13:49	18:13:49	01:00:01	1,03	3,75	139 184
6	Спаси мене, пісне. Вадим Крищенко. Концерт	31.03.2024	19:38:28	21:01:27	01:23:00	0,93	2,73	238 866
7	Євробачення-2024. Національний відбір. Фінал. Передшоу	03.02.2024	17:30:13	17:58:08	00:27:56	0,87	2,91	135 856
8	Катерина т/с	16.03.2024	19:47:54	20:38:45	00:50:52	0,83	2,31	168 690
9	Про любов жартома та всерйоз. Н.Фаліон та Лісапетний батальйон. Концерт	11.02.2024	19:48:27	21:05:15	01:16:49	0,79	1,90	194 579
10	Земля вовків т/с	02.02.2024	16:53:50	18:22:10	01:28:21	0,74	2,96	176 166
11	Чорна книга х/ф	13.01.2024	21:00:10	21:52:39	00:52:30	0,63	1,78	122 774
12	Вадим Крищенко. Концерт	03.03.2024	19:15:56	22:00:51	02:44:56	0,62	1,70	313 255
13	Украдене щастя х/ф	24.03.2024	18:30:30	19:30:51	01:00:22	0,58	1,76	154 413
14	Олександр Злотник. Великий ювілейний концерт	01.01.2024	17:56:01	20:06:49	02:10:49	0,58	1,52	284 087
15	Звірята-дитинчата	02.01.2024	20:40:05	21:03:23	00:23:19	0,56	1,44	103 617
16	Лісабонські таємниці т/с	10.02.2024	19:11:03	20:14:22	01:03:20	0,53	1,46	140 878
17	Нехай буде воля Твоя. Вадим Крищенко. Творчий вечір	17.03.2024	18:47:45	21:01:47	02:14:03	0,52	1,37	245 258
18	Божественна Літургія ПЦУ. Навечір'я Богоявлення	05.01.2024	16:45:10	19:28:17	02:43:08	0,52	1,72	303 989
19	Розлучення для просунутих х/ф	04.02.2024	19:56:38	21:26:30	01:29:53	0,49	1,19	225 780
20	Велика російська брехня. Історія	17.03.2024	21:01:48	21:59:50	00:58:03	0,47	1,34	169 603

*Rat% (рейтинг) – середній відсоток людей у віці 18+ років у містах з населенням 50 тис.+ жителів, які подивились всю подію.

Shr% (частка) – частка аудиторії події в загальному перегляді ТБ під час мовлення цієї події.

Rch# (охоплення) – кількість осіб з ЦА 18+ (50 тис.+), які контактували з подією хоча би 1 секунду.

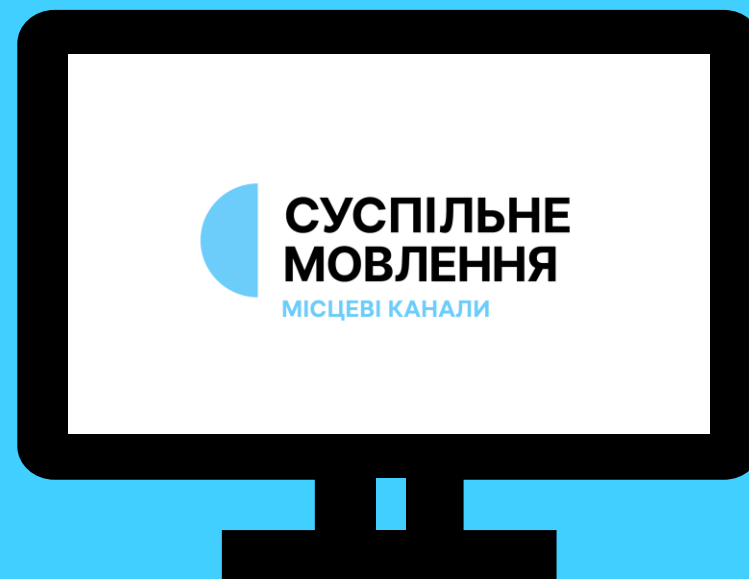
Джерело даних: Nielsen, ЦА 18+ (50 тис.+), I квартал 2024 р. Враховані події з хронометражем більше 15 хвилин. Одна назва може бути згадана 1 раз – кращий показ.



- Частка аудиторії телеканалу Суспільне Культура у I кварталі 2024 р. у порівнянні з IV кварталом 2023 року виросла на +0,14 в.п. (+17%) – до **0,97%**.
- У містах з населенням 50 тис.+ жителів канал у I кварталі 2024 р. охопив **4 млн. 24 тис.** телеглядачів у віці 4+ років (або **41,9%** від можливих), що хоча би одного разу вмикали канал протягом кварталу. Серед них **3 млн. 770 тис.** (або **45,3%** від можливих) – глядачі у віці 18+ років.
- Найбільшу популярність канал мав у жінок у віці **55+** років. Найбільша середня частка аудиторії – серед жінок 55+ років (**2,09%**), чоловіків 55+ років (**0,74%**) і чоловіків 18-34 років (**0,58%**).
- Головні події I кварталу 2024 року на каналі Суспільне Культура – **Національний відбір на Євробачення 2024** та **Оскар 2024**. Всі події **Національного відбору на Євробачення 2024** подивились **2,14 млн.** глядачів (оцінка за ЦА 4+, вся Україна). Середня частка аудиторії всіх подій – **4,49%**, загальний хронометраж – **9:41 год.** Всі події (разом з міжнародною версією) **Оскар**у подивились **737 тис.** унікальних телеглядачів (оцінка за ЦА 4+, вся Україна). Середня частка аудиторії всіх подій – **0,51%**, загальний хронометраж – **9:42 год.**
- Найбільш рейтингові події у I кварталі 2024 року – **Євробачення-2024. Національний відбір. Фінал** (03.02.2024, 18:00 - 22:37, rat – 1,97%, shr – 5,55%, охоплення – 576 тис. глядачів), **т/с Обручка з рубіном** (29.02.2024, 19:05 - 20:01, rat – 1,42%, shr – 4,07%, охоплення – 178 тис. глядачів).

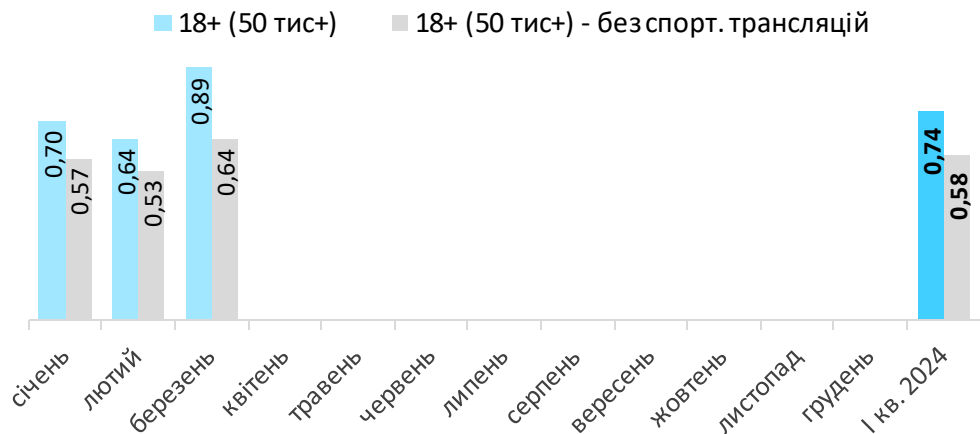
Місцеві телеканали Суспільного

показники
ТВ-перегляду

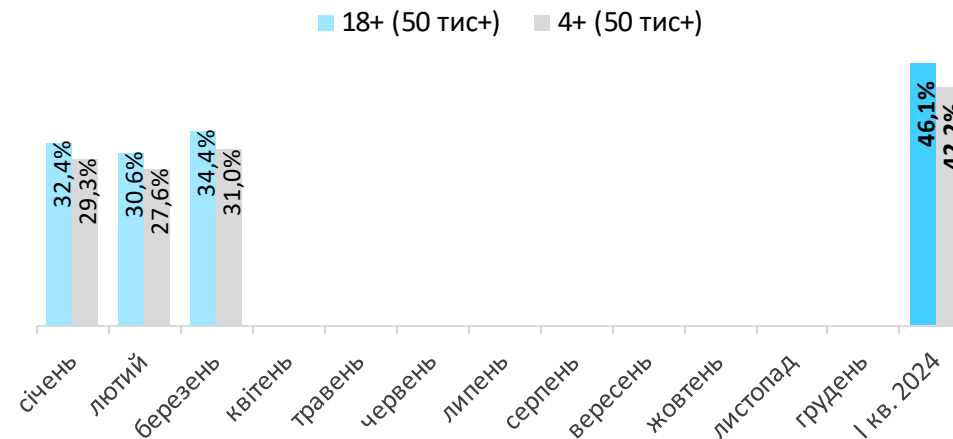


Динаміка основних показників у 2024 році

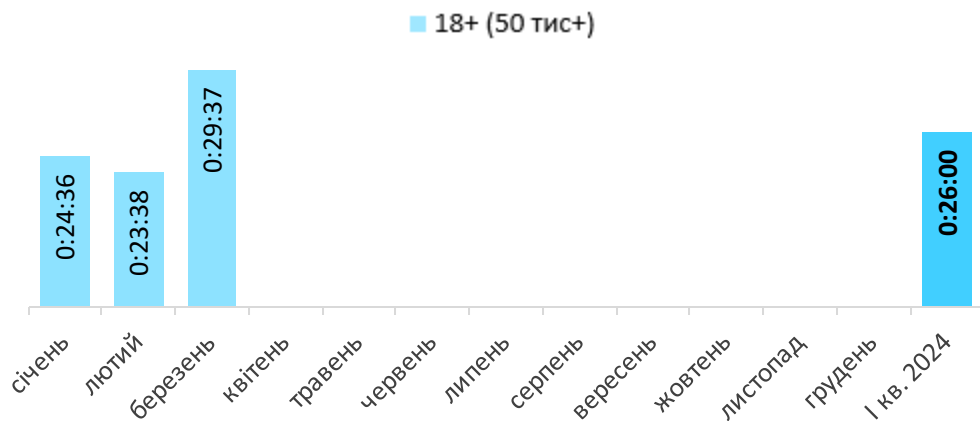
Частка аудиторії (Shr%)



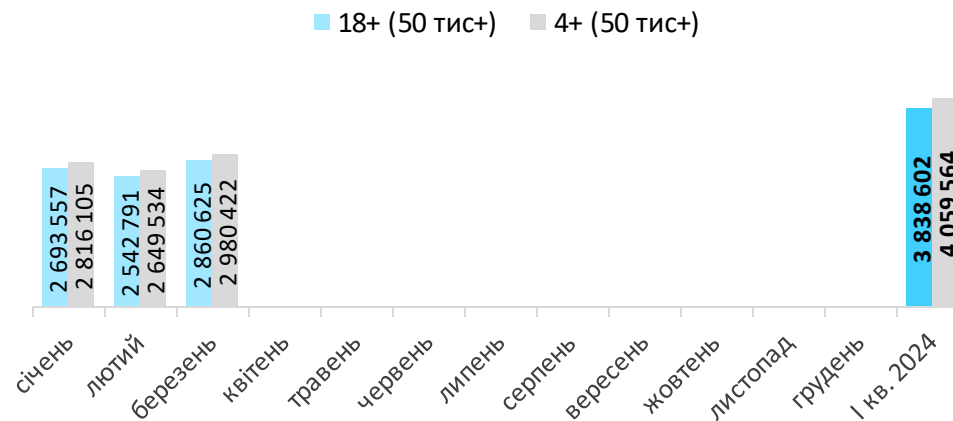
Охоплення ЦА за місяць, у % (Cov%)



Середньодобова тривалість перегляду (Acs)



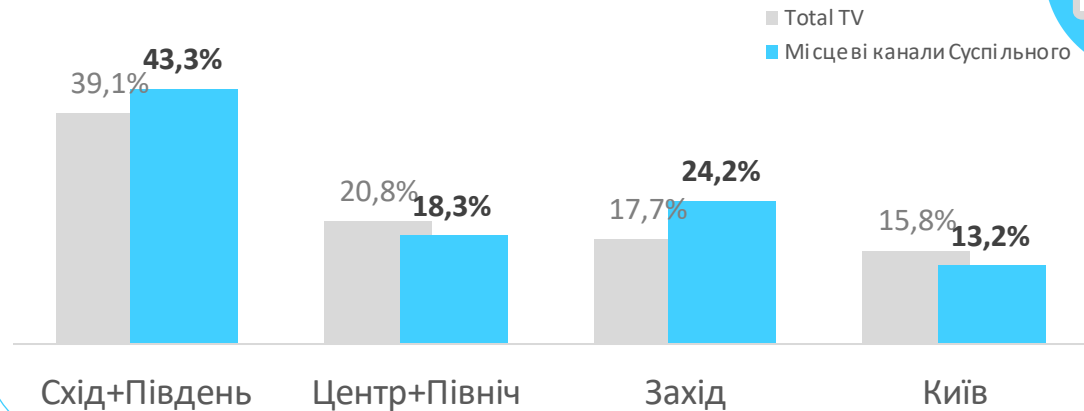
Охоплення ЦА за місяць, у людях (Cov#)



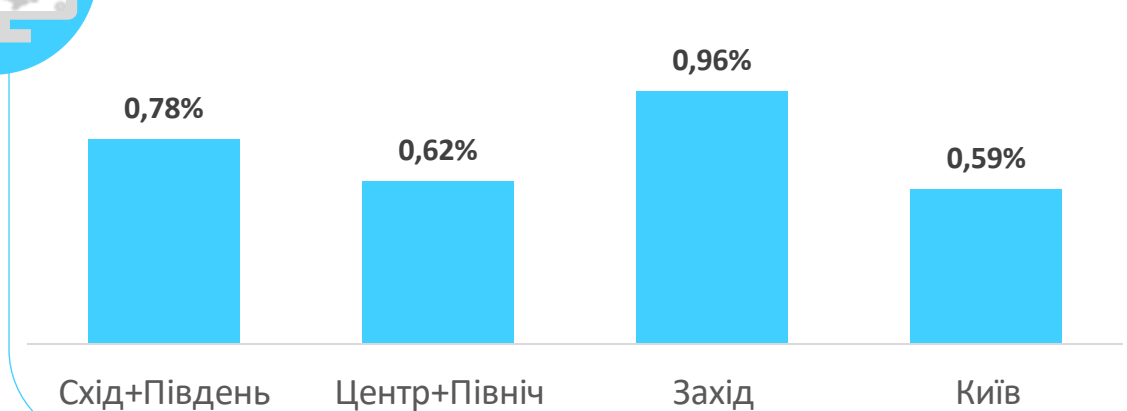
Місцеві канали краще, ніж Total TV, залучають аудиторію на **Заході**.

T2 – основний тип прийому Місцевих каналів Суспільного.

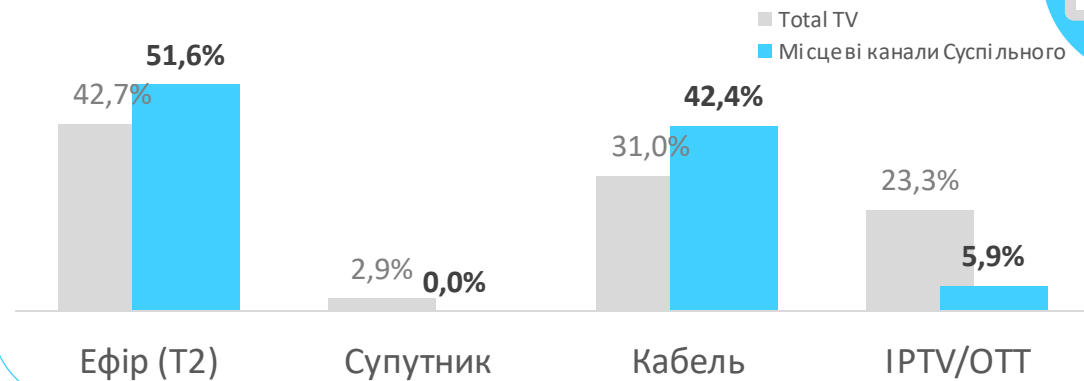
Внесок **регіонів**
в рейтинг Місцевих каналів (adh%)



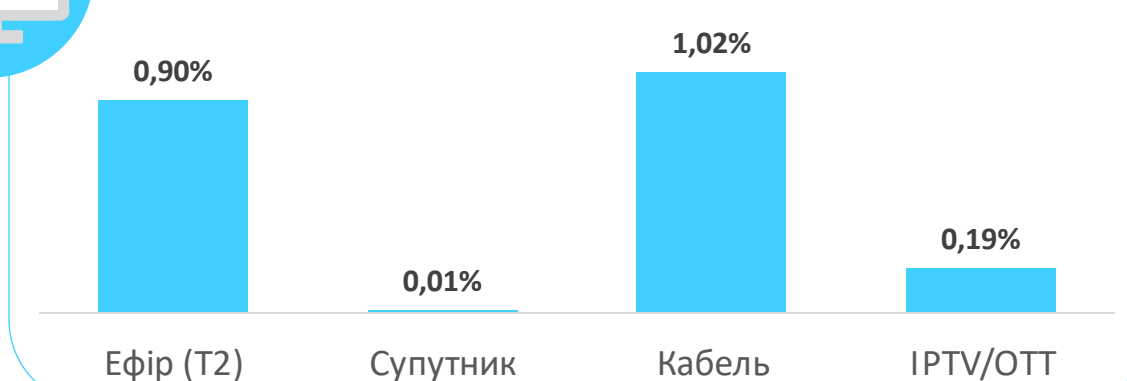
Частка аудиторії (shr%) Місцевих каналів
за **регіонами**



Внесок **типів прийому**
в рейтинг Місцевих каналів (adh%)

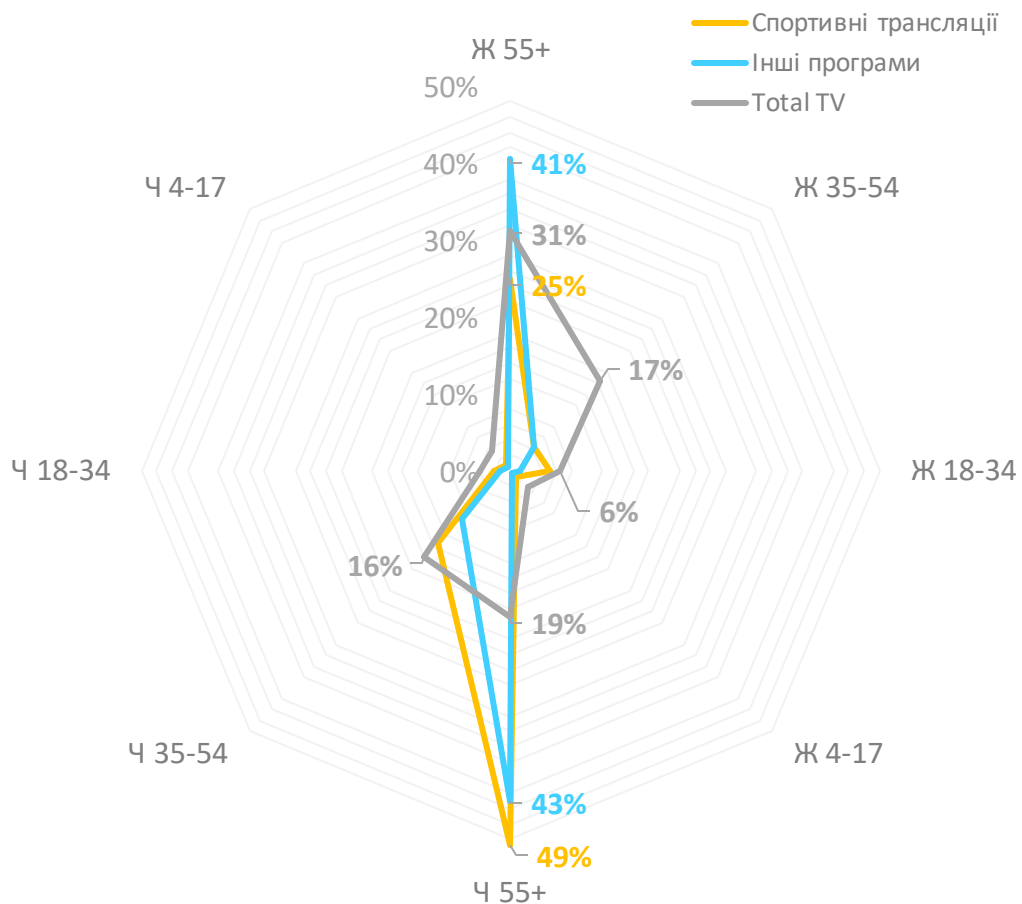


Частка аудиторії (shr%) Місцевих каналів
за **типом прийому**

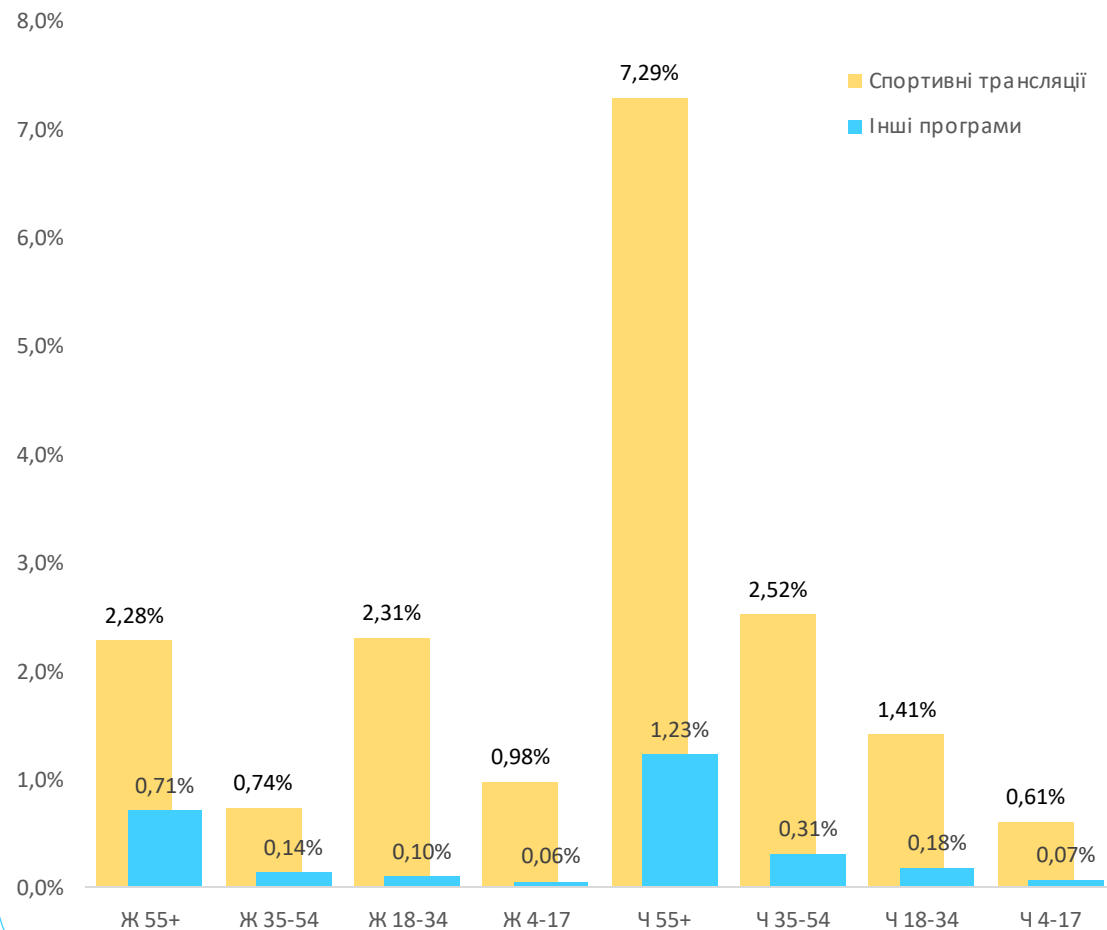


Спорт суттєво впливає на показники Місцевих каналів

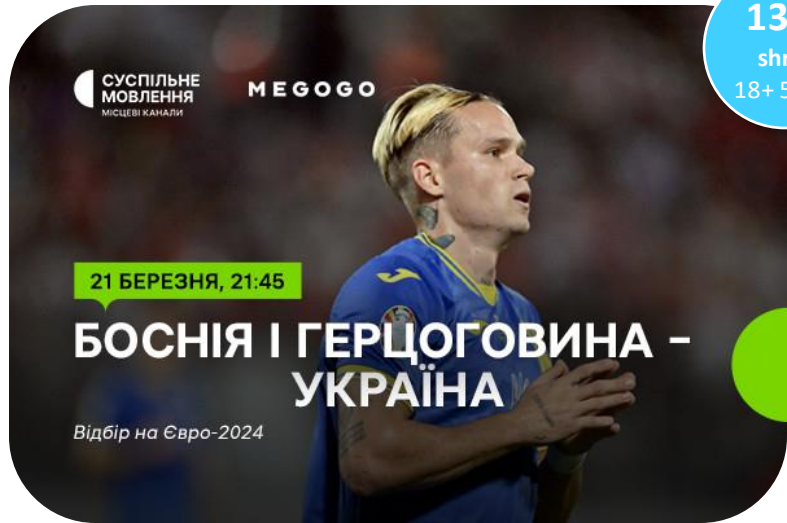
Внесок (adh%) аудиторій у перегляд спорт. трансляцій та інших програм Місцевих каналів



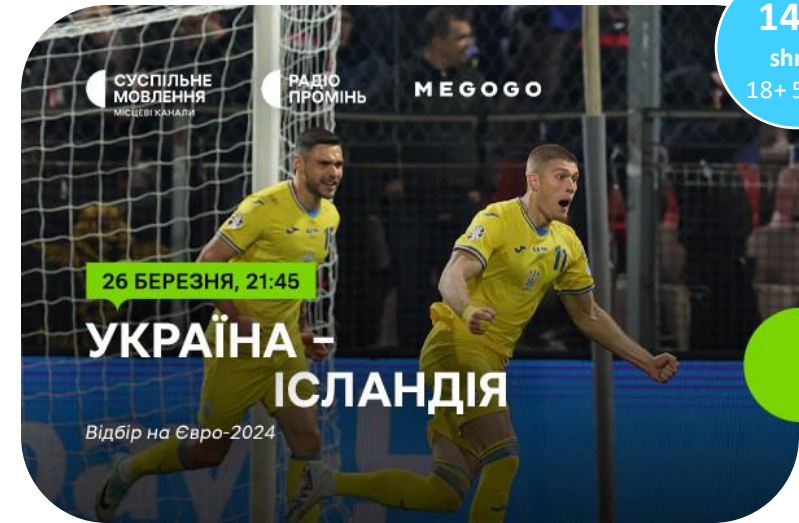
Частка (shr%) спортивних трансляцій та інших програм за аудиторіями на Місцевих каналах Суспільного



Матчі збірної України у відборі до ЄВРО-2024



13,9
shr%
18+ 50K+



14,6
shr%
18+ 50K+

538 тис.
телеглядачів*
(4+ років, міста 50 тис+)

1 млн. 184 тис.
телеглядачів**
Оцінка – 4+ років, вся Україна



589 тис.
телеглядачів*
(4+ років, міста 50 тис+)

1 млн. 296 тис.
телеглядачів**
Оцінка – 4+ років, вся Україна

ТОП-20 показів у I кварталі 2024 р.

№	Проект	Дата	Початок	Кінець	Хронометраж	18+ (50 тис+)		
						Rat%*	Shr%	Rch#
1	Футбол. ЧЕ 2024. Кваліфікація. Україна - Ісландія	26.03.2024	21:31:23	23:43:25	02:12:03	4,05	14,64	569 693
2	Футбол. ЧЕ 2024. Кваліфікація. Боснія і Герцеговина - Україна	21.03.2024	21:31:18	23:50:51	02:19:34	3,98	13,92	533 092
3	Суспільне Спорт. Футбол	21.03.2024	23:51:07	24:36:34	00:45:28	1,23	8,34	185 131
4	Біатлон. ЧС. Естафета. Жінки	17.02.2024	14:30:00	16:23:00	01:53:01	1,00	4,68	162 174
5	Біатлон. ЧС. Масовий старт. Чоловіки	18.02.2024	17:20:30	18:45:30	01:25:01	0,99	2,89	211 877
6	Біатлон. КС. Естафета. Чоловіки	07.01.2024	12:24:56	13:58:39	01:33:44	0,98	3,98	155 290
7	Біатлон. КС. Змішана естафета	03.03.2024	15:40:07	17:01:12	01:21:06	0,98	3,81	144 539
8	Біатлон. КС. Гонка переслідування. Жінки	14.01.2024	13:24:56	14:10:42	00:45:47	0,95	3,88	147 526
9	Біатлон. ЧС. Естафета. Чоловіки	17.02.2024	17:09:58	19:06:34	01:56:37	0,95	3,05	235 163
10	Біатлон. ЧС. Одиночна змішана естафета	15.02.2024	18:44:51	19:59:35	01:14:45	0,91	2,65	163 093
11	Біатлон. КС. Масовий старт. Жінки	17.03.2024	19:04:55	19:50:47	00:45:53	0,90	2,39	148 553
12	Біатлон. ЧС. Масовий старт. Жінки	18.02.2024	14:59:52	16:20:54	01:21:03	0,89	3,15	200 780
13	Біатлон. ЧС. Змішана естафета	07.02.2024	18:00:15	19:59:38	01:59:24	0,89	2,75	202 131
14	Біатлон. КС. Естафета. Жінки	07.01.2024	15:19:53	16:44:40	01:24:48	0,87	2,95	192 997
15	Біатлон. КС. Гонка переслідування. Чоловіки	14.01.2024	15:39:56	16:22:45	00:42:50	0,86	3,17	168 138
16	Біатлон. ЧЕ. Одиночна змішана естафета	28.01.2024	14:54:54	15:48:41	00:53:48	0,85	3,18	129 717
17	Біатлон. КС. Індивідуальні перегони. Чоловіки	01.03.2024	16:40:05	18:00:20	01:20:16	0,85	3,89	130 164
18	Біатлон. ЧС. Спринт. Чоловіки	10.02.2024	17:39:56	19:42:22	02:02:27	0,85	2,59	233 988
19	Біатлон. КС. Одиночна змішана естафета	20.01.2024	13:49:55	14:41:51	00:51:57	0,83	3,95	120 552
20	Біатлон. КС. Спринт. Чоловіки	13.01.2024	15:24:56	16:48:41	01:23:46	0,78	3,04	176 609

*Rat% (рейтинг) – середній відсоток людей у віці 18+ років у містах з населенням 50 тис.+ жителів, які подивились всю подію.

Shr% (частка) – частка аудиторії події в загальному перегляді ТБ під час мовлення цієї події.

Rch# (охоплення) – кількість осіб з ЦА 18+ (50 тис.+), які контактували з подією хоча би 1 секунду.

Джерело даних: Nielsen, ЦА 18+ (50 тис.+), I квартал 2024 р. Враховані події з хронометражем більше 15 хвилин. Одна назва може бути згадана 1 раз – кращий показ.

ТОП-20 показів у I кв. 2024 р. без спорт. трансляцій

№	Проект	Дата	Початок	Кінець	Хронометраж	18+ (50 тис+)		
						Rat%*	Shr%	Rch#
1	Суспільне Спорт. Футбол	21.03.2024	23:51:07	24:36:34	00:45:28	1,23	8,34	185 131
2	Суспільне Новини. Головне	04.01.2024	20:00:14	20:30:05	00:29:52	0,75	1,89	136 491
3	Суспільне Спорт	09.02.2024	20:40:07	21:00:15	00:20:09	0,70	1,81	82 918
4	Суспільне Спорт. Біатлон	07.01.2024	16:44:52	17:30:06	00:45:15	0,56	1,65	115 458
5	Суспільне. Студія	15.03.2024	14:21:00	15:00:17	00:39:18	0,55	4,17	146 237
6	Остання війна	26.01.2024	21:03:40	21:55:42	00:52:03	0,51	1,41	122 725
7	Комісар Алекс т/с	16.03.2024	20:41:10	21:25:54	00:44:45	0,42	1,17	86 523
8	Ремовська інтерв'ю	08.01.2024	21:00:14	22:06:28	01:06:15	0,42	1,15	147 484
9	Суспільне. Спротив. Інтерв'ю	21.02.2024	19:19:58	19:56:05	00:36:08	0,41	1,17	100 568
10	Суспільне. Спротив	13.02.2024	17:15:15	18:00:24	00:45:10	0,40	1,67	82 196
11	Стендап	08.03.2024	22:46:51	23:28:10	00:41:20	0,38	1,69	116 547
12	Україна. Рік 2024. Пресконференція Президента України	25.02.2024	16:47:45	18:52:23	02:04:39	0,38	1,14	187 440
13	Найвизначніші події Другої Світової війни д/с	15.02.2024	21:45:31	22:35:29	00:49:59	0,37	1,13	95 342
14	Суспільне. Спротив. Новини	05.01.2024	15:00:01	15:15:51	00:15:51	0,33	1,71	42 961
15	Операції ГУР в Чорному морі: інтерв'ю з Артемом Ракітіним	16.01.2024	21:00:50	21:43:39	00:42:50	0,31	0,84	106 572
16	Історія з братами Капрановими	09.02.2024	10:28:53	10:52:17	00:23:25	0,31	2,24	37 298
17	Схеми. Корупція в деталях	22.03.2024	19:18:32	19:49:35	00:31:04	0,31	1,01	76 715
18	Bihus.info	16.01.2024	19:29:23	19:55:48	00:26:26	0,30	0,85	70 869
19	Щедрик проти "руського міра" д/ф	01.01.2024	20:50:30	22:11:55	01:21:26	0,30	0,77	138 339
20	Плавильний котел д/ф	14.02.2024	22:55:50	23:41:21	00:45:32	0,28	1,27	60 737

*Rat% (рейтинг) – середній відсоток людей у віці 18+ років у містах з населенням 50 тис.+ жителів, які подивились всю подію.

Shr% (частка) – частка аудиторії події в загальному перегляді ТБ під час мовлення цієї події.

Rch# (охоплення) – кількість осіб з ЦА 18+ (50 тис.+), які контактували з подією хоча би 1 секунду.

Джерело даних: Nielsen, ЦА 18+ (50 тис.+), I квартал 2024 р. Враховані події з хронометражем більше 15 хвилин. Одна назва може бути згадана 1 раз – кращий показ.



- Частка аудиторії Місцевих каналів Суспільного Мовлення у I кварталі 2024 р. у порівнянні з IV кварталом 2023 р. збільшилась на +0,08 в.п. (+12%) – з 0,66% до **0,74%**.
- Найбільший інтерес до **спортивних трансляцій** та до **інших програм** Місцевих каналів Суспільного Мовлення мали чоловіки у віці **55+ років**. Найбільша середня частка спортивних трансляцій та інших програм також серед **чоловіків 55+ років (7,29% та 1,23% відповідно)**.
- ТОП-20 найбільш рейтингових подій I кварталу 2024 р. на **19 позицій** складається із **спортивних трансляцій**.
- Сумарний відсоток **спортивних трансляцій** в ефірі склав **4,5%** від загального хронометражу мовлення Місцевих каналів у I кварталі 2024 року (99 годин, 70 ефірів). Між тим, внесок спортивних трансляцій у рейтинг Місцевих каналів у I кварталі 2024 р. склав **27%**. Суттєвий внесок (13%) у рейтинг зробили два матчі: **Футбол. ЧЄ 2024. Кваліфікація. Україна – Ісландія** та **Футбол. ЧЄ 2024. Кваліфікація. Боснія і Герцеговина – Україна**.
- Середня частка аудиторії (shr%) спортивних трансляцій склала **3,04%**, що у **5,4 рази вище** за показники інших (неспортивних) програм Місцевих каналів.
- Найбільш рейтингові події власного виробництва у I кварталі 2024 року – випуск **Суспільне Спорт. Футбол** (21.03.2024, 23:51-24:36, rat – 1,23%, shr – 8,34%, охоплення – 185 тис. глядачів), програма **Суспільне Новини. Головне** (04.01.2024, 20:00-20:30, rat – 0,75%, shr – 1,89%, охоплення – 136 тис. глядачів).

Digital- платформи Суспільного

web-сайти
YouTube
Facebook
Viber
Telegram
Instagram
X (Twitter)



Web-Сайти Суспільного

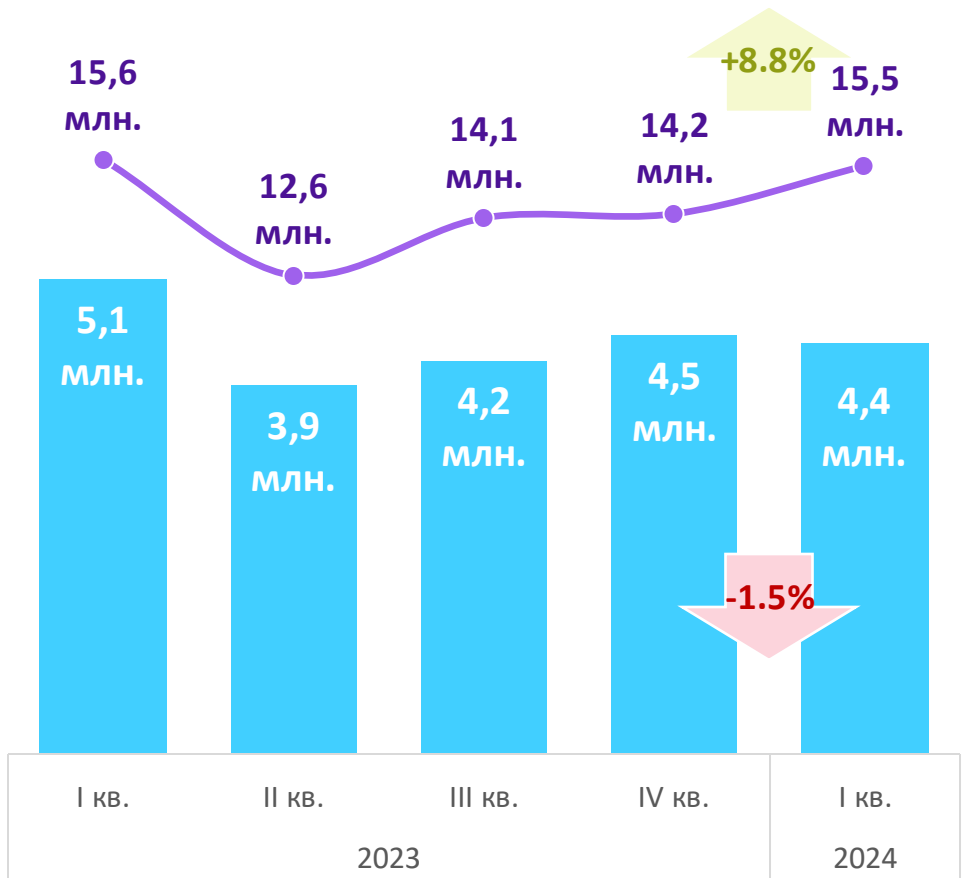


Динаміка користувачів веб-сайтів **suspilne.media**

Google Analytics 4

всесвітня аудиторія сайту (Україна+світ)

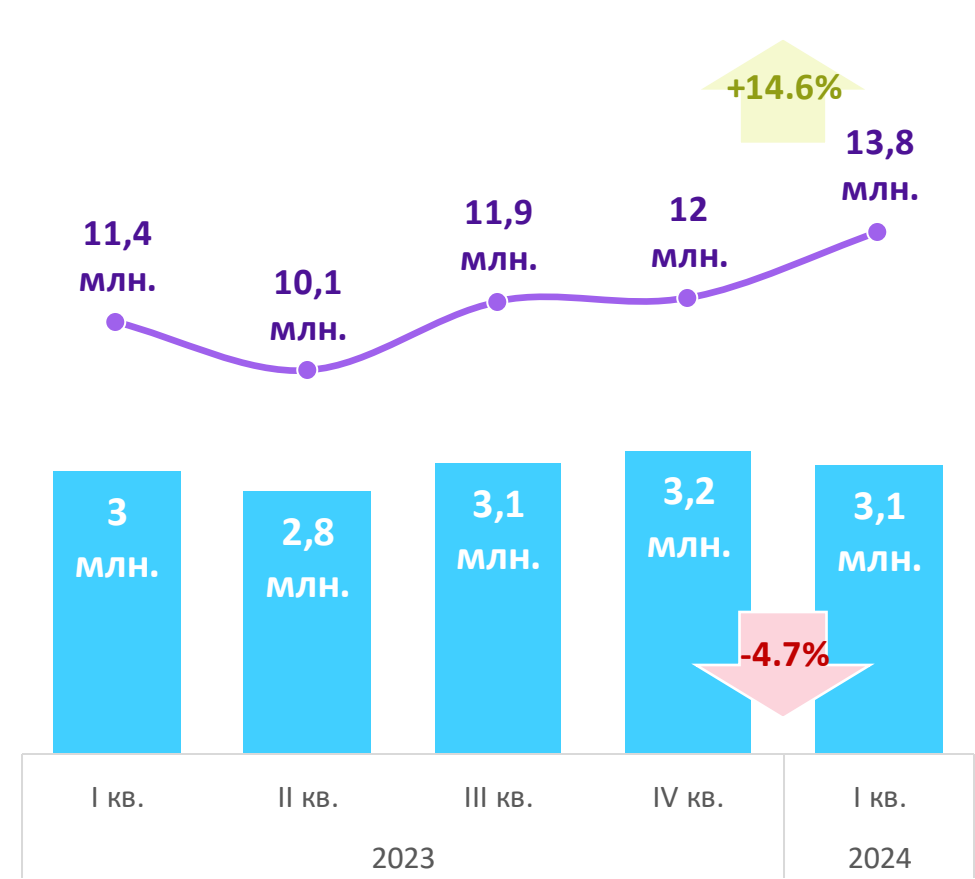
■ Унікальні Користувачі, сер/міс ● Перегляди, сер/міс



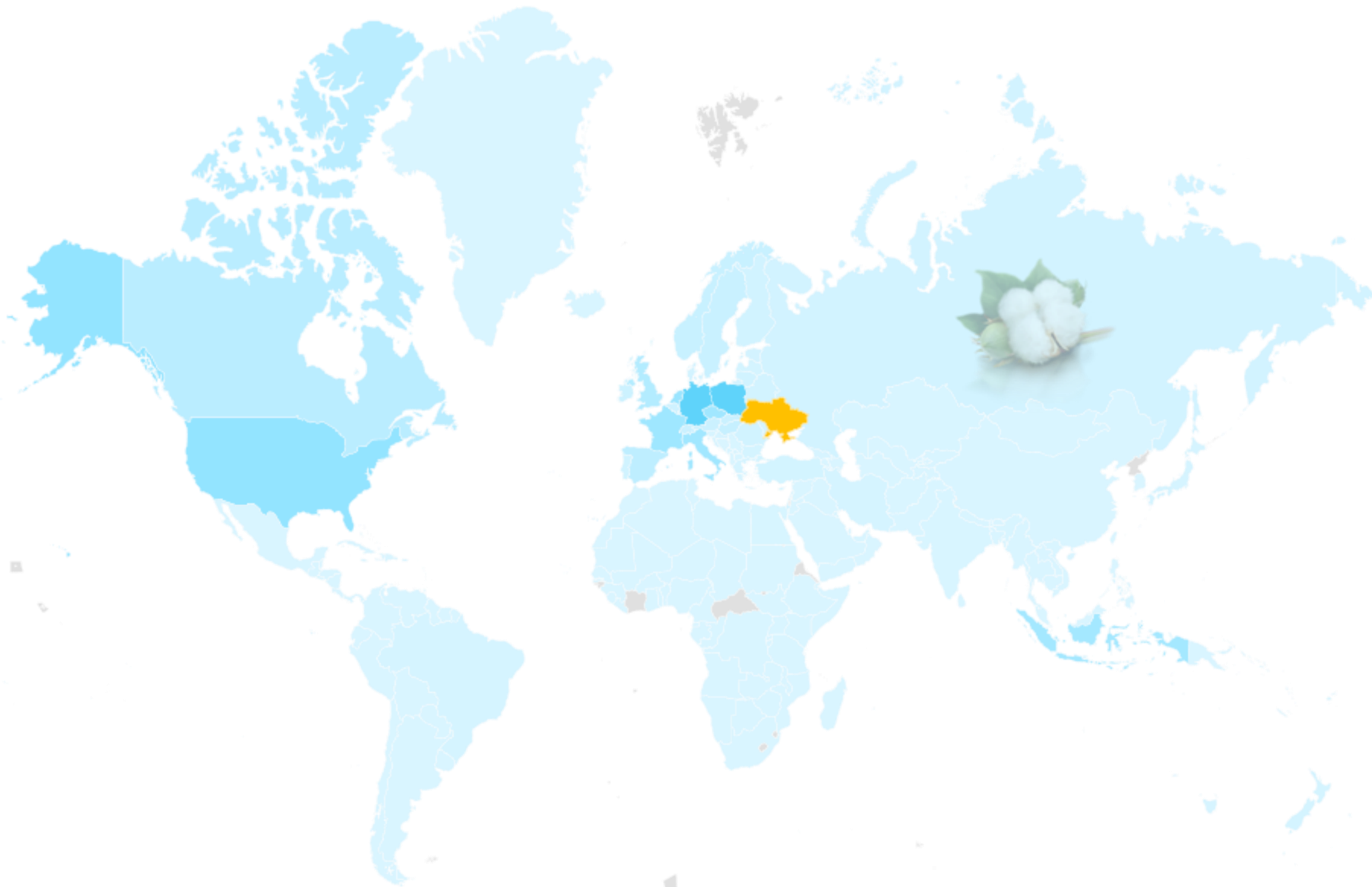
Gemius

внутрішня аудиторія сайту (лише Україна)

■ Унікальні Користувачі, сер/міс ● Перегляди, сер/міс



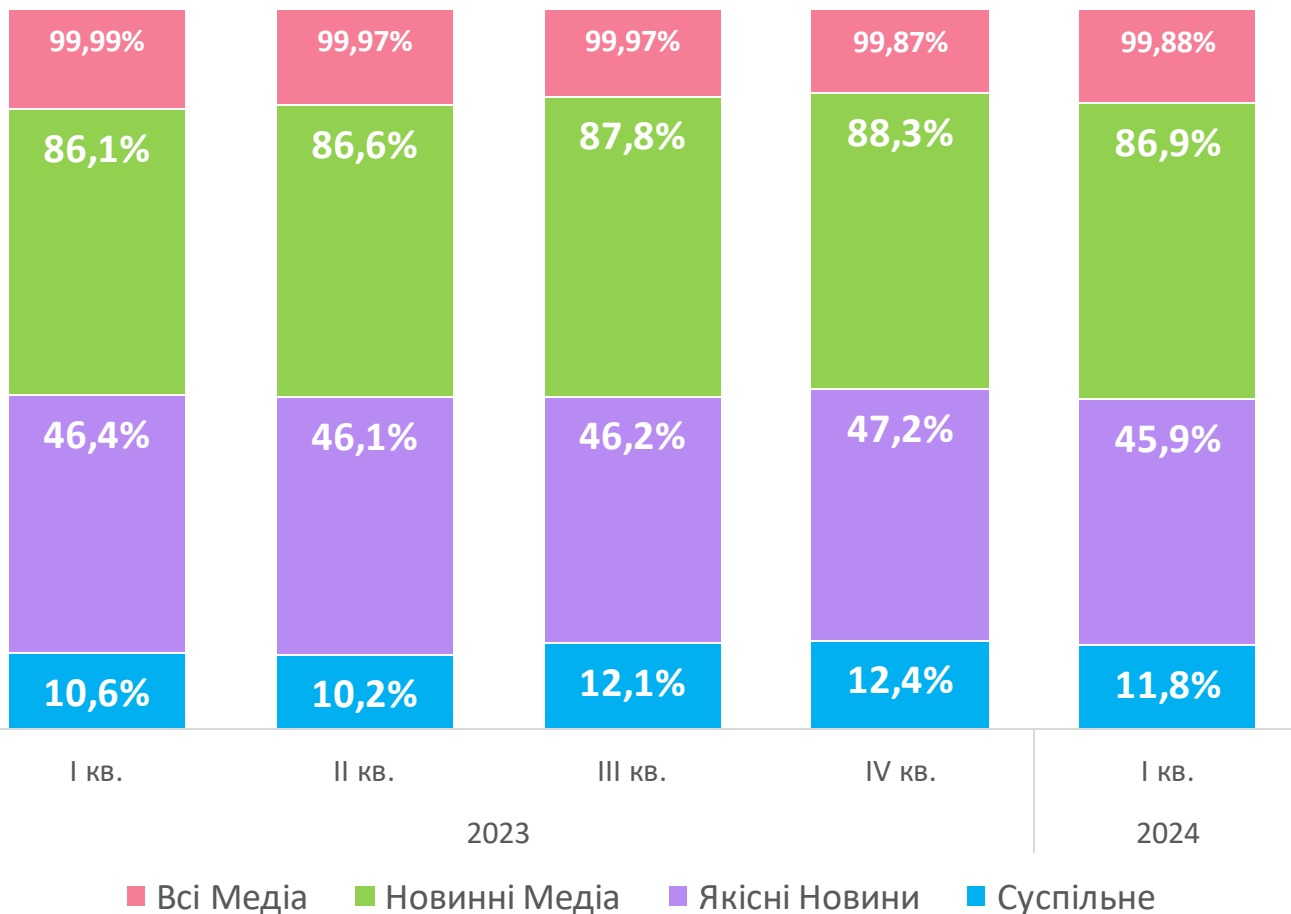
ТОП-30 Країн



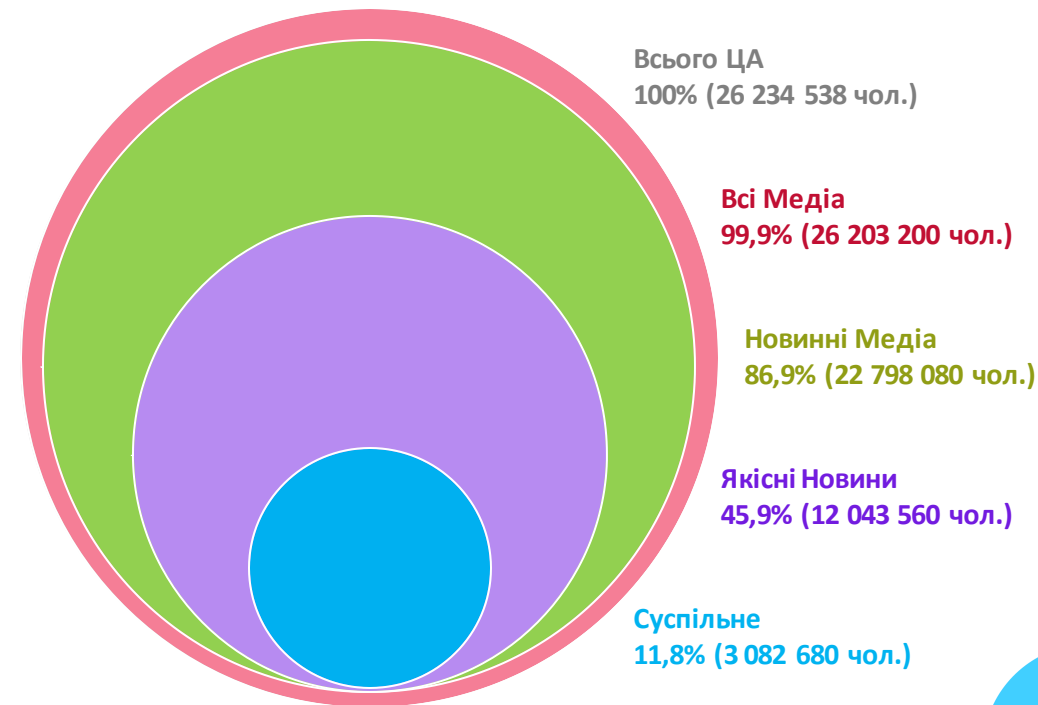
Україна	87,64%
Польща	2,03%
Німеччина	2,02%
США	0,80%
Нідерланди	0,73%
Франція	0,67%
Італія	0,65%
Чехія	0,64%
Індонезія	0,61%
Великобританія	0,43%
Канада	0,35%
Іспанія	0,31%
Угорщина	0,21%
Норвегія	0,19%
Швеція	0,18%
Словаччина	0,17%
Швейцарія	0,17%
Австрія	0,16%
Ірландія	0,14%
Бельгія	0,12%
Португалія	0,11%
Ізраїль	0,10%
Румунія	0,10%
Фінляндія	0,10%
Литва	0,09%
Білорусь	0,08%
Росія	0,08%
Данія	0,08%
Естонія	0,07%
Туреччина	0,06%

Кількість Користувачів новинних веб-ресурсів

Реальні користувачі, % (середнє за місяць)



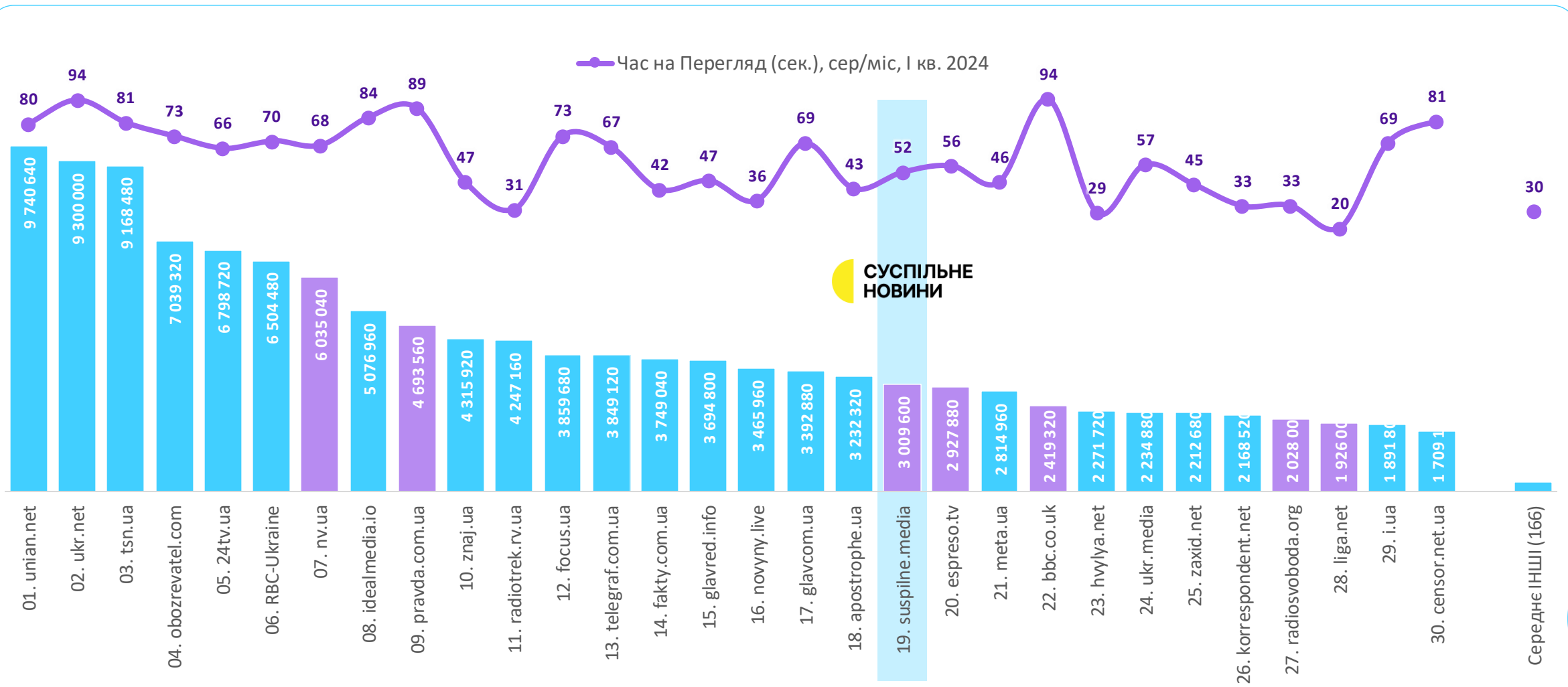
I кв. 2024 (сер/міс)



Якісні Новини:

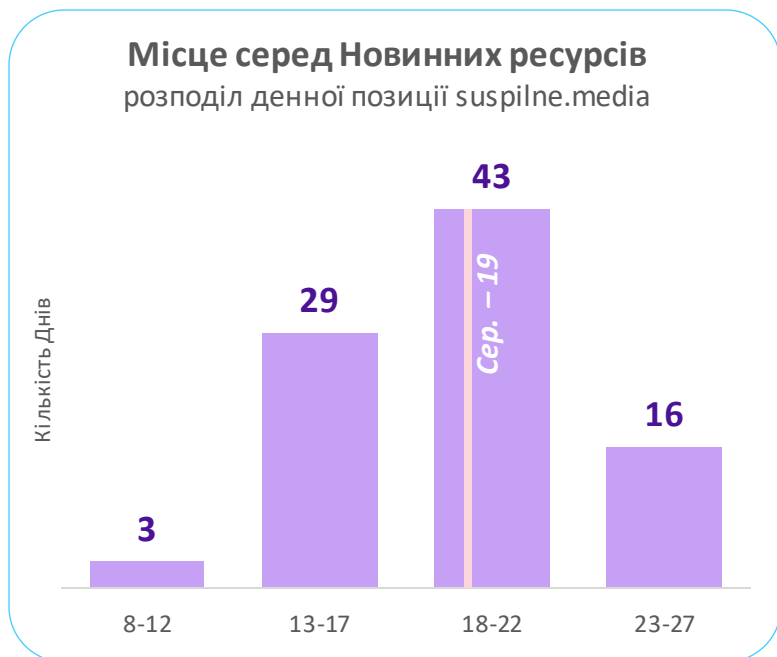
suspilne.media; pravda.com.ua; nv.ua; espreso.tv; zn.ua; radiosvoboda.org; liga.net; ukrinform.ua; bbc.co.uk; hromadske.radio

Кількість Користувачів ТОП-30 новинних веб-ресурсів



Серед новинних веб-ресурсів **susplne.media** у I кв. 2024 року посіло **19 позицію** (серед 196) по кількості щомісячних користувачів, що склало **3 млн. чоловік** по ЦА 18-69, та **3** сходинку серед якісних медіа

Розподілення денної **Позиції** та **Кіл-ті Користувачів**

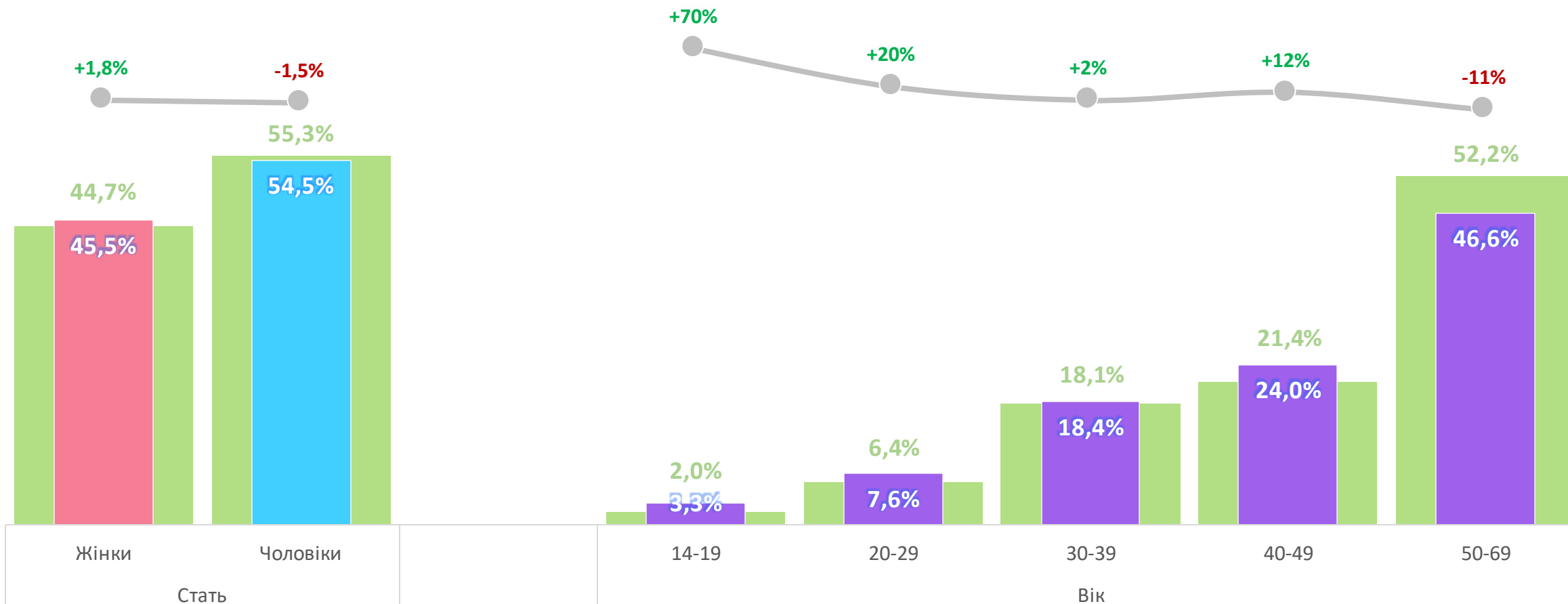


Середня кількість щоденних відвідувачів веб-ресурсу suspilne.media у I кв. 2024 року склала **248 тис. Унікальних Користувачів, та частіше за все коливалась у проміжку **між 228 та 305 тис.** В середньому suspilne.media посіло **19 позицію** серед Новинних ресурсів, **найчастіше** ж місце коливалось **з 18 по 22 позицію.****

Внесок в перегляд контенту (в загальний час перегляду)

■ Новинні ресурси, I кв. 2024 ■ suspilne.media, I кв. 2024

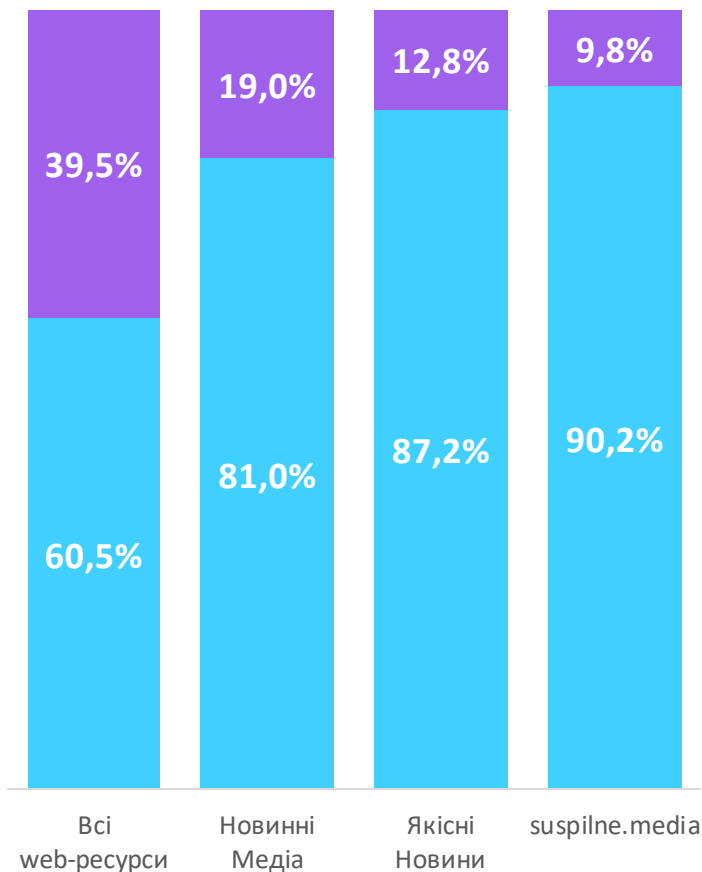
—●— Відхилення suspilne.media від Новин



Частка по використанню типу медіа Суспільного

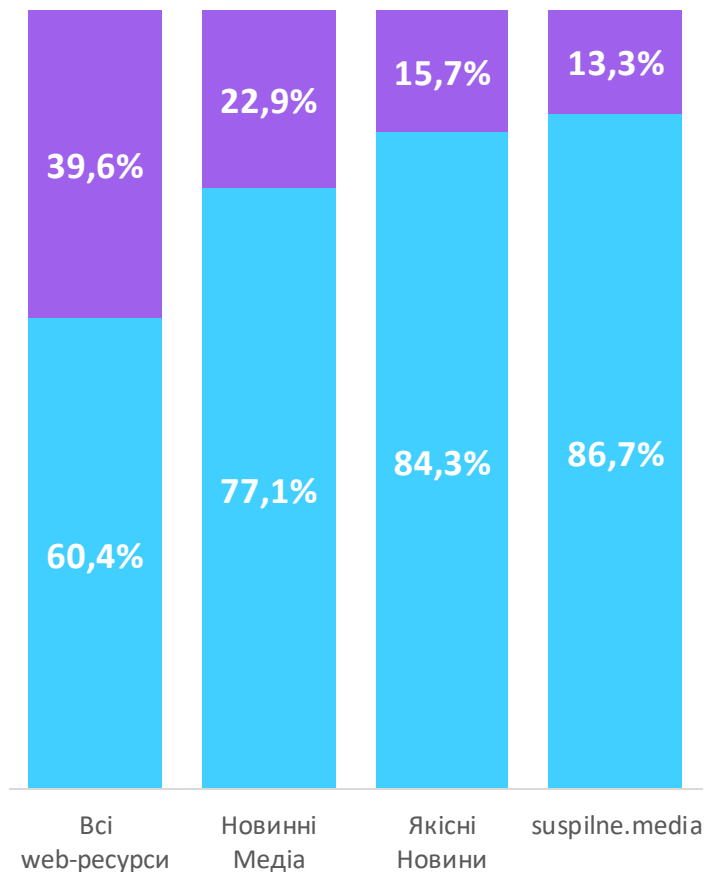
Візити
I кв. 2024

■ Мобільний ■ ПК



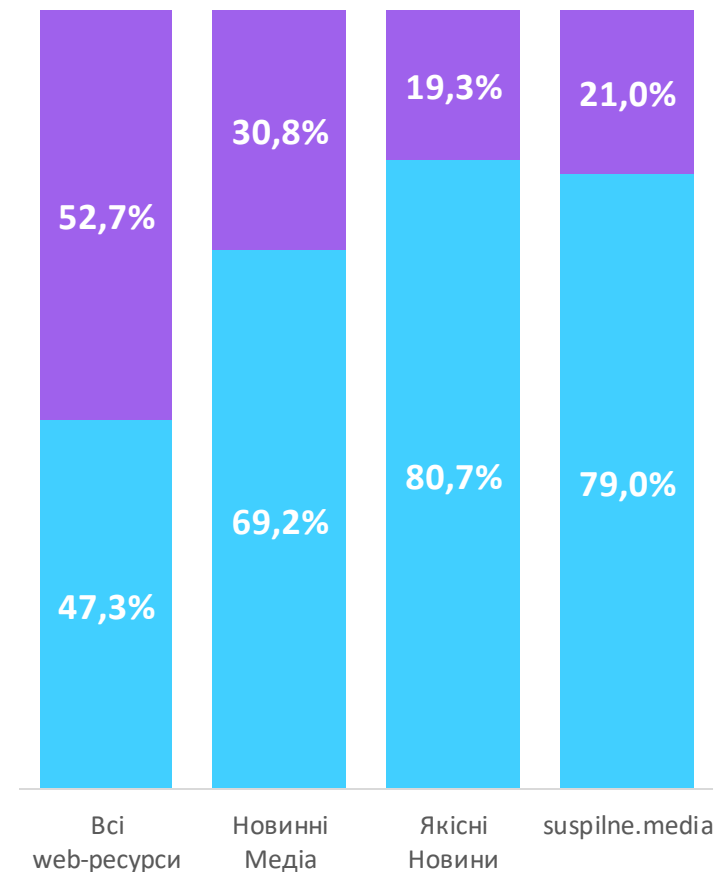
Перегляди
I кв. 2024

■ Мобільний ■ ПК



Час перегляду
I кв. 2024

■ Мобільний ■ ПК

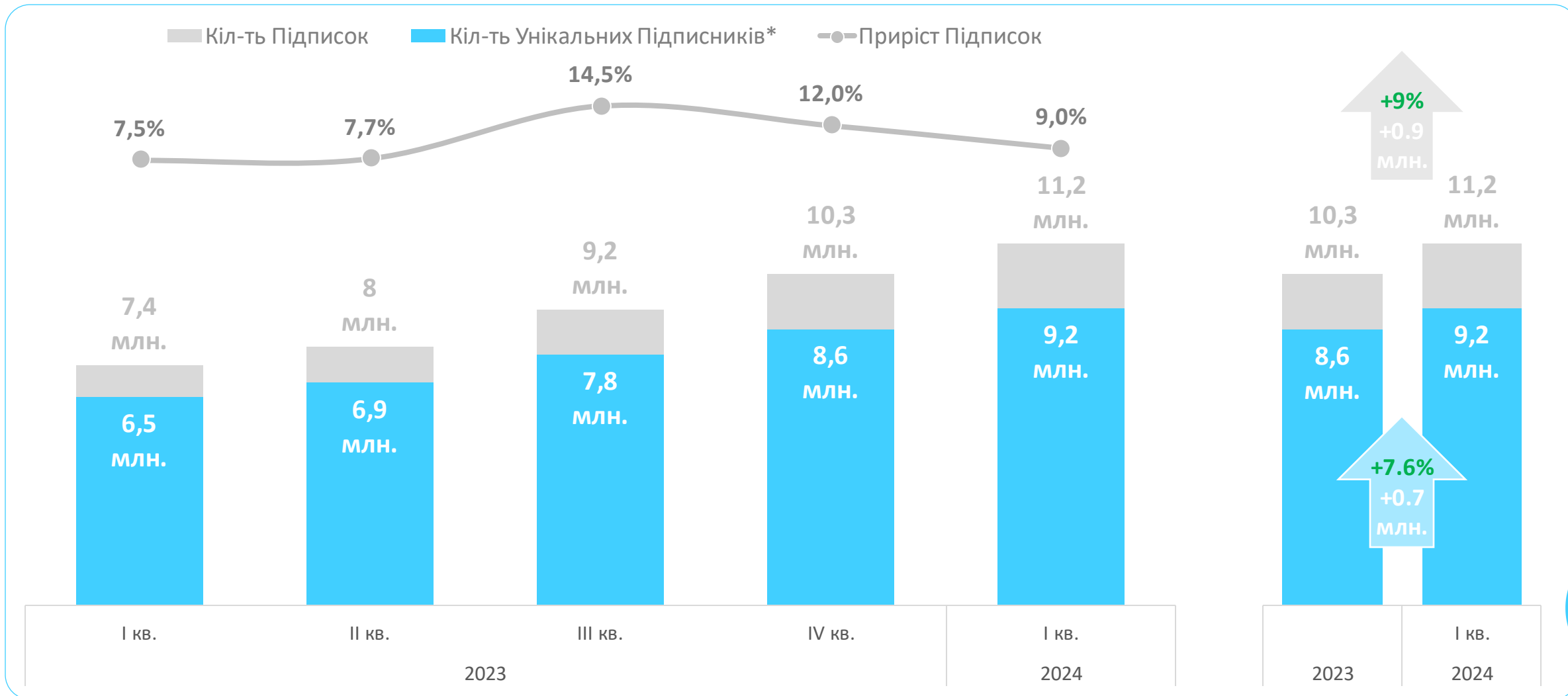


СоцМережі Суспільного



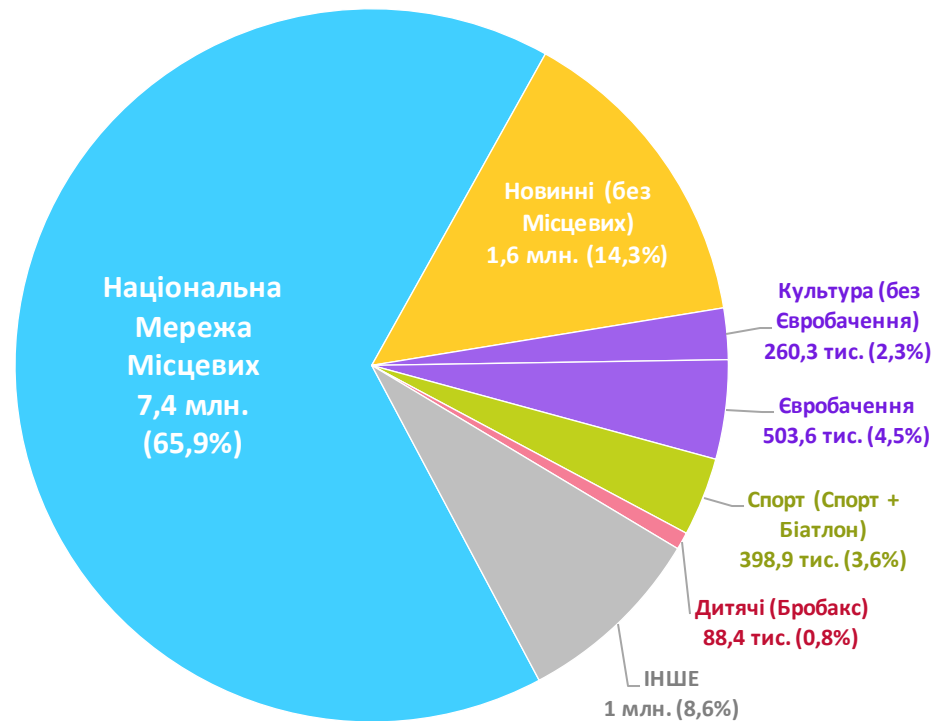
Динаміка сукупної кількості підписників в соцмережах

Всіх сторінок Суспільного

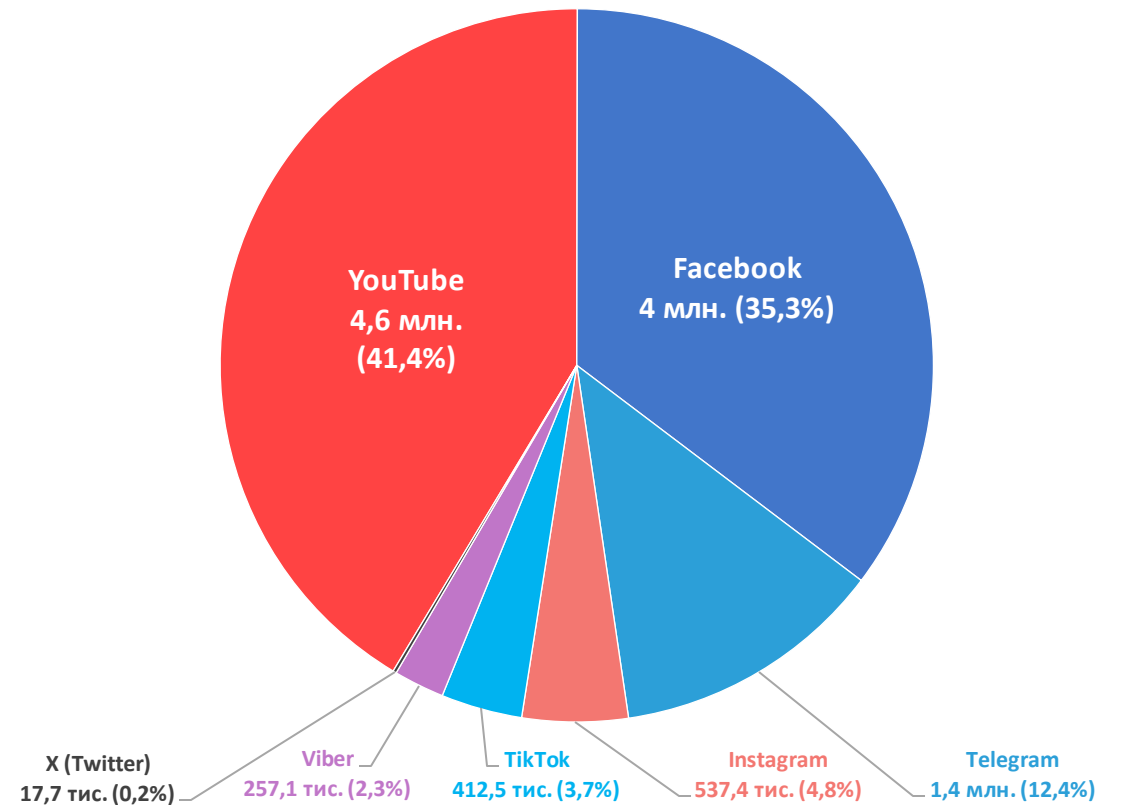


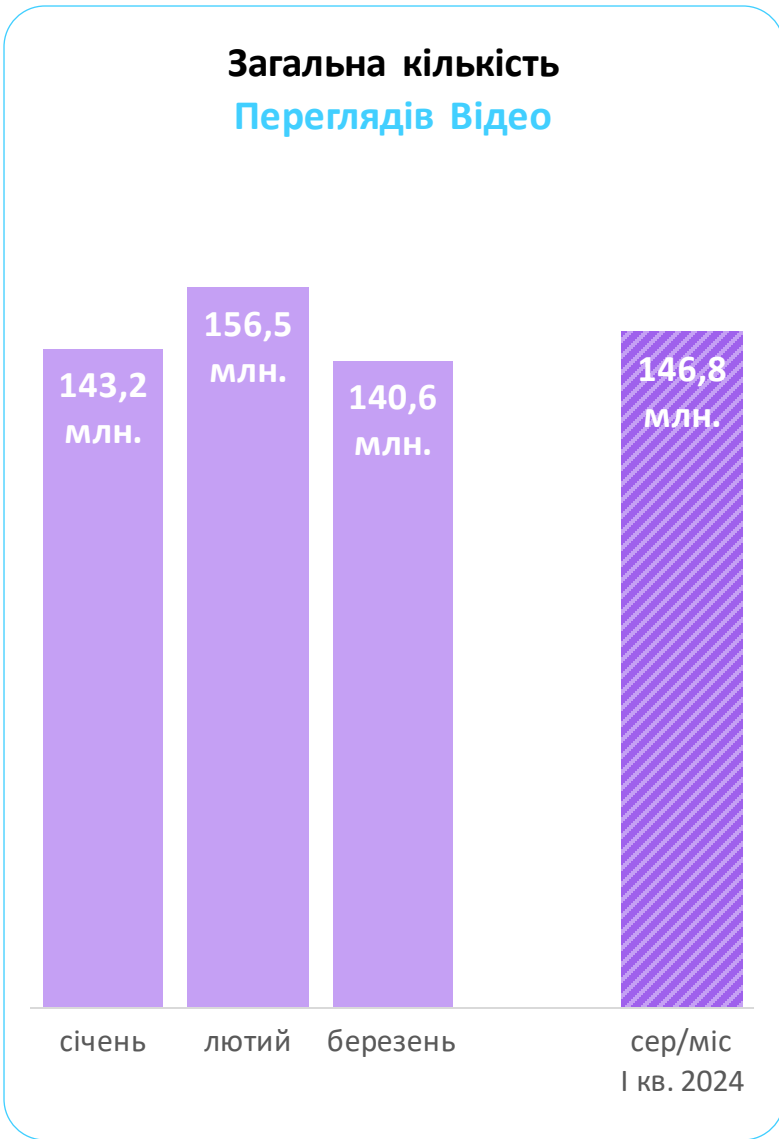
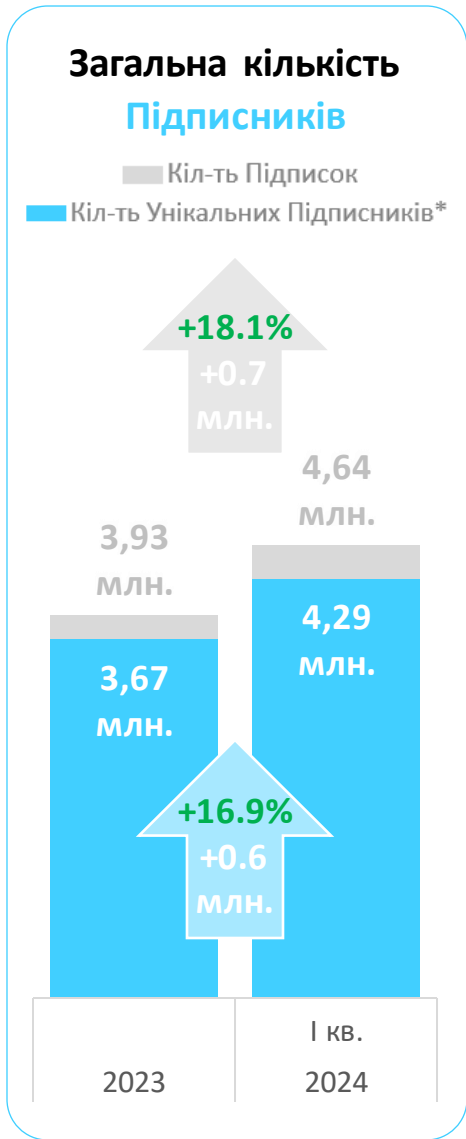
Частка Кількості Підписок по напрямам і платформах

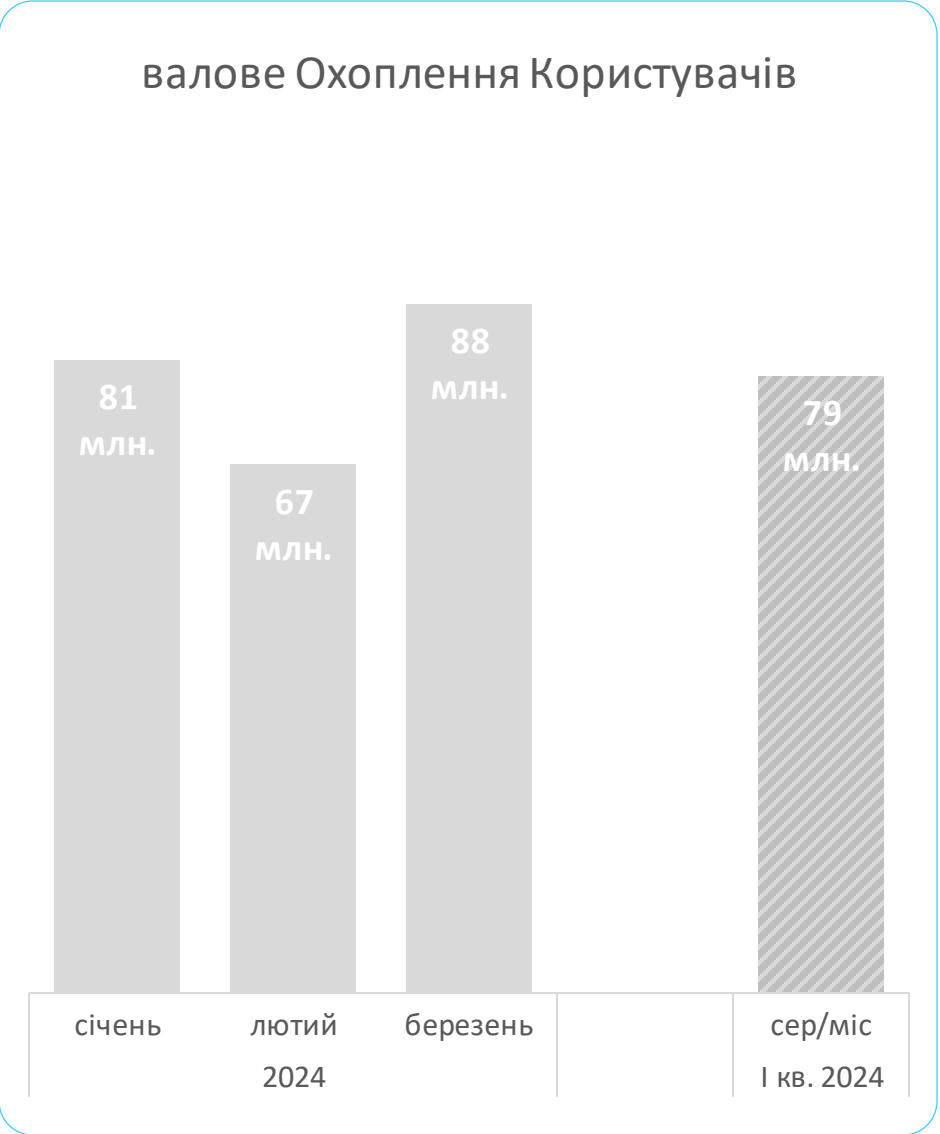
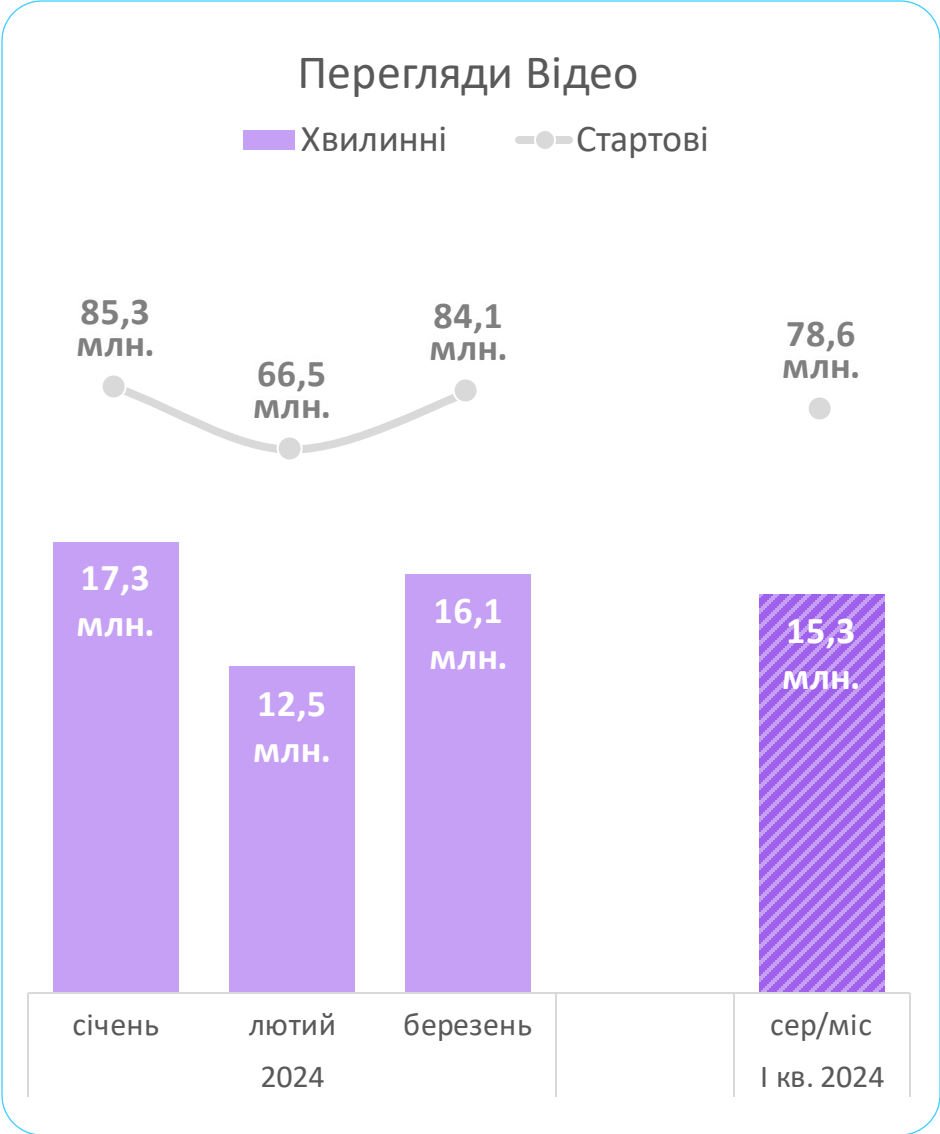
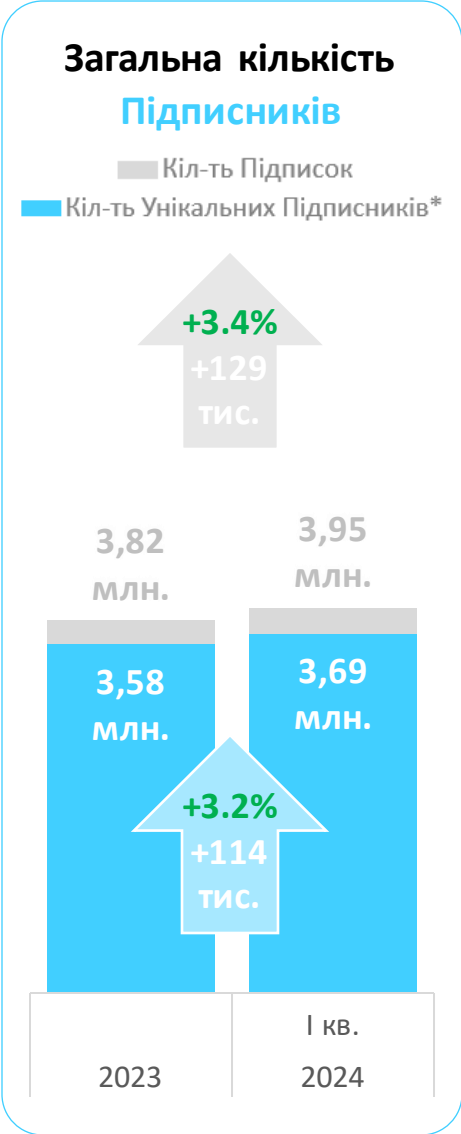
Кількість Підписок по Напрямам



Кількість Підписок по Платформам

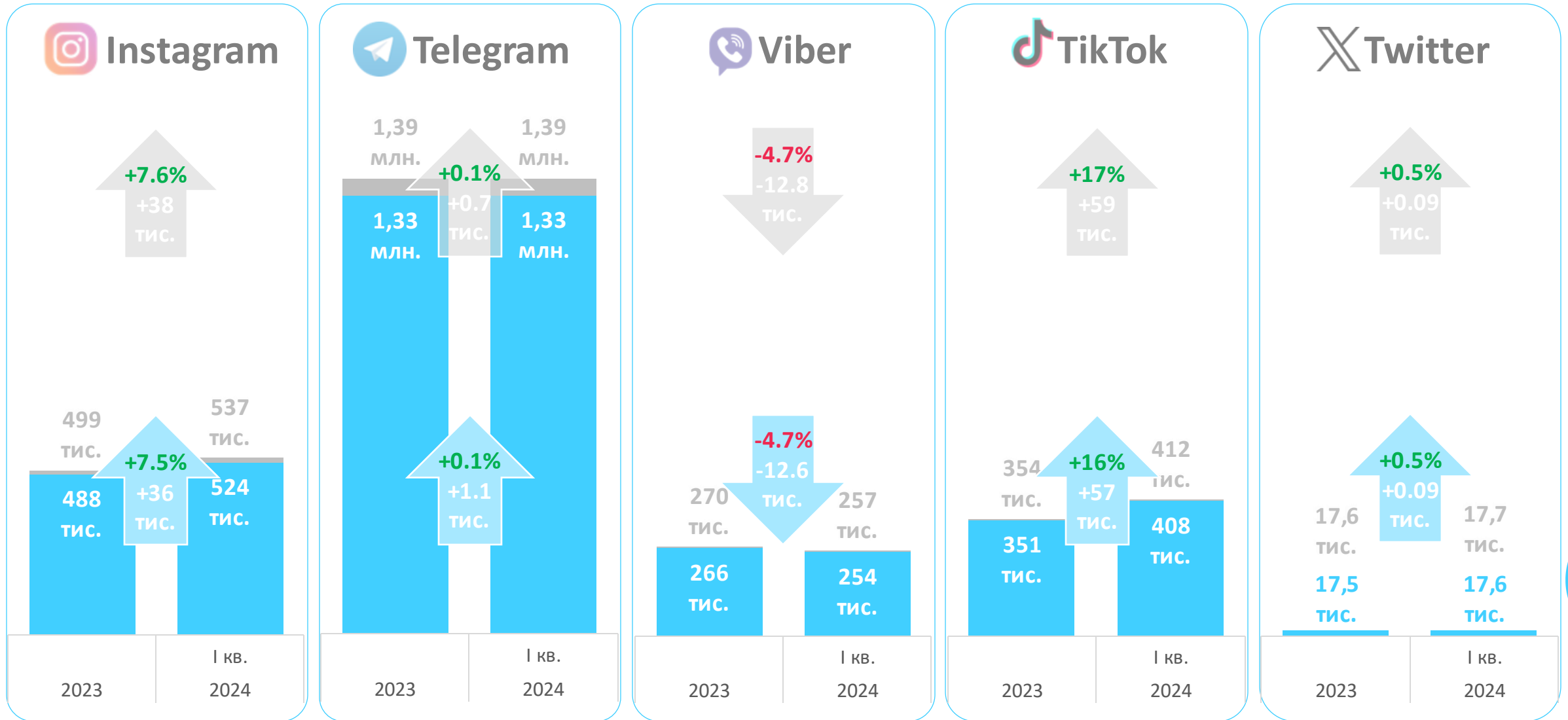






Сукупна кількість підписників в соцмережах

■ Кіл-ть Підписок ■ Кіл-ть Унікальних Підписників*



Джерело: кабінети ресурсів; січень – березень 2024; *Унікальні Підписники – розраховано за допомогою математичної моделі на основі формул теорії ймовірностей

Додаток 2



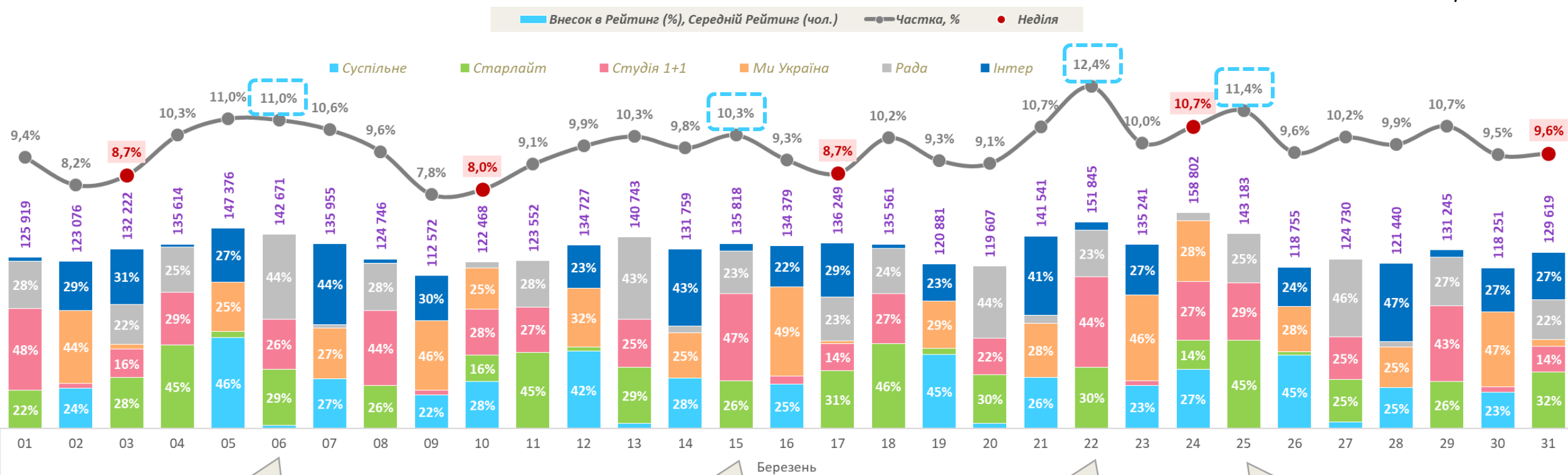


Телемарафон «Єдині новини»

**Короткий аналіз
поточної ситуації в 2024 р.**

Показники Телемарафону напряму залежать від новинного фону (інформаційних приводів)

Березень 2024



Ракетна атака Одеси, під час перебування там Президента України та прем'єр-міністра Греції

Ракетна атака Одеси (загинули працівники ДСНС)

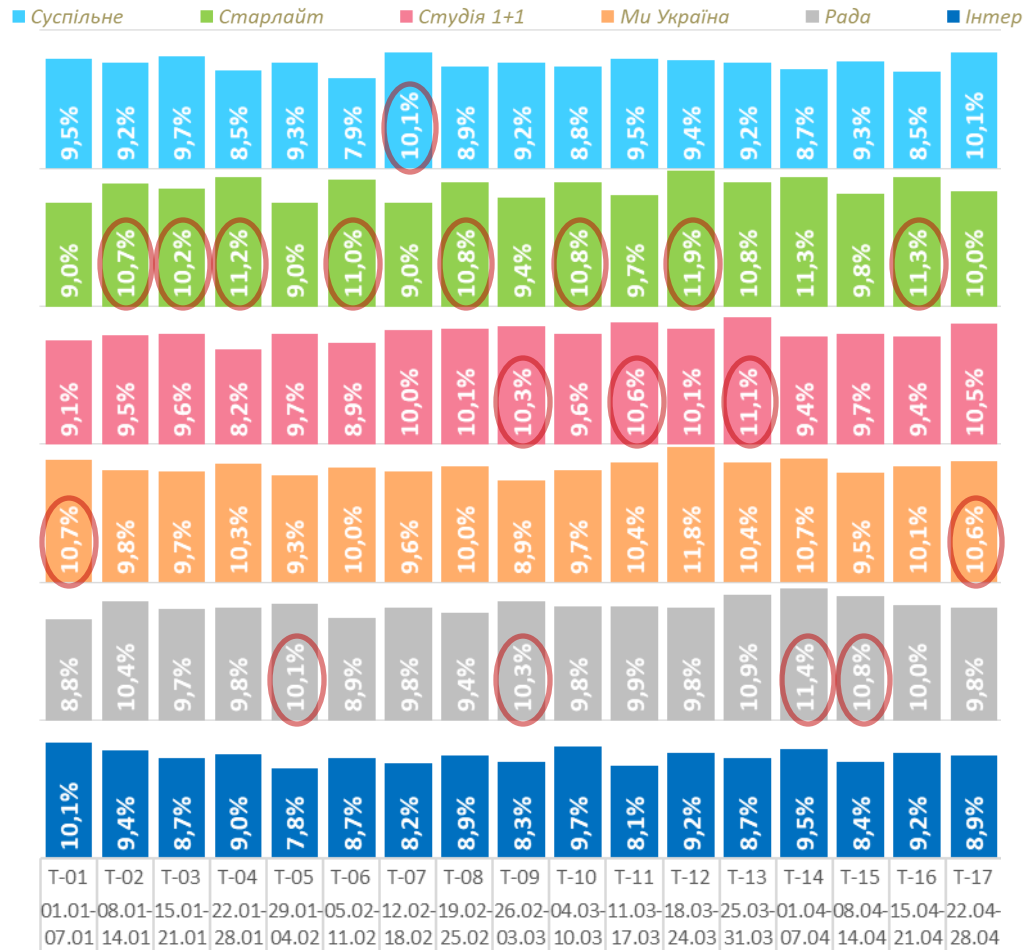
Наймасовіший у 2024 р. нічний обстріл України, зокрема і ДніпроГЕС; напад на ТРЦ «Крокус» у РФ

Ракетна атака Києва та України

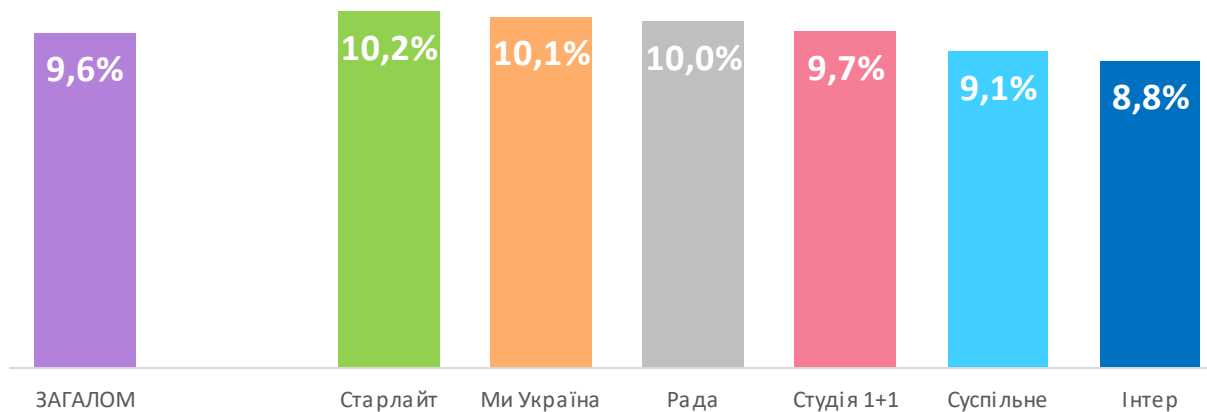
У березні найбільші показники Телемарафону були зумовлені такими подіями: **Ракетна атака Одеси під час перебування там Президента України та прем'єр-міністра Греції (6 березня) – 11,1%**, **Ракетна атака Одеси (загинули працівники ДСНС) (15 березня) – 10,5%**, **Нічна атака на Україну, зокрема і на ДніпроГЕС (22 березня) – 12,4%**, **Ракетна атака Києва та України (25 березня) – 11,2%**.

При середній частці **9,6%** найбільший розрив між частками виробників становить **1,4 в.п.**

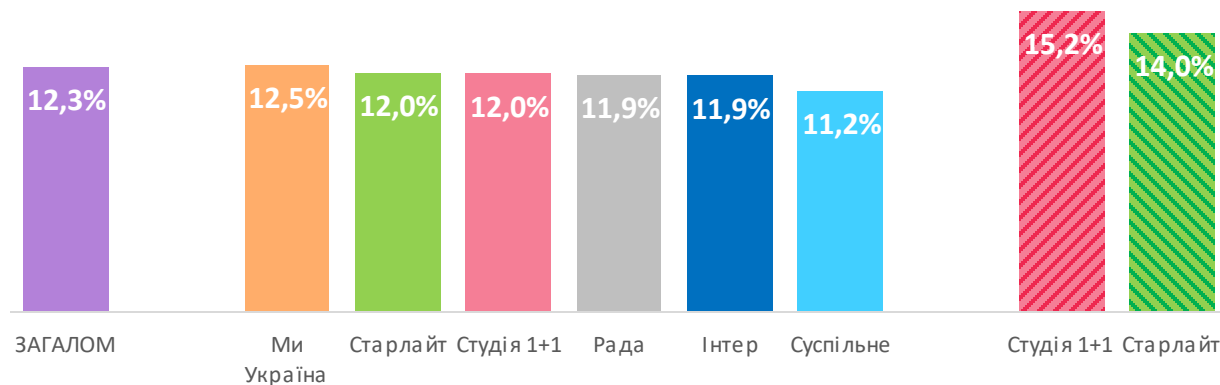
Потижнева динаміка частки аудиторії (Shr%) Телемарафону по продуцентам



Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону в залежності від його виробника

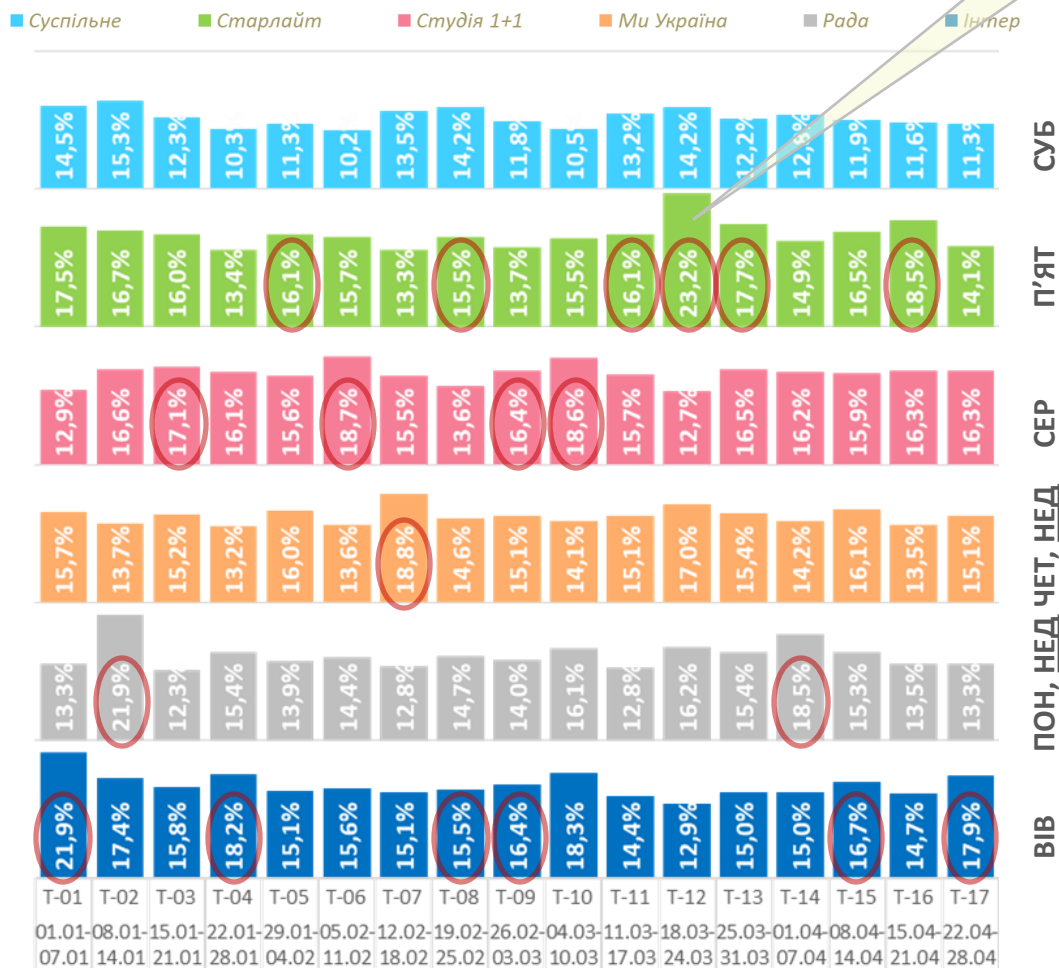


«Підсумки Дня» / «Підсумки Тижня» (20:00-21:00)



Середні частки продуцентів Телемарафону: 06:00-12:00

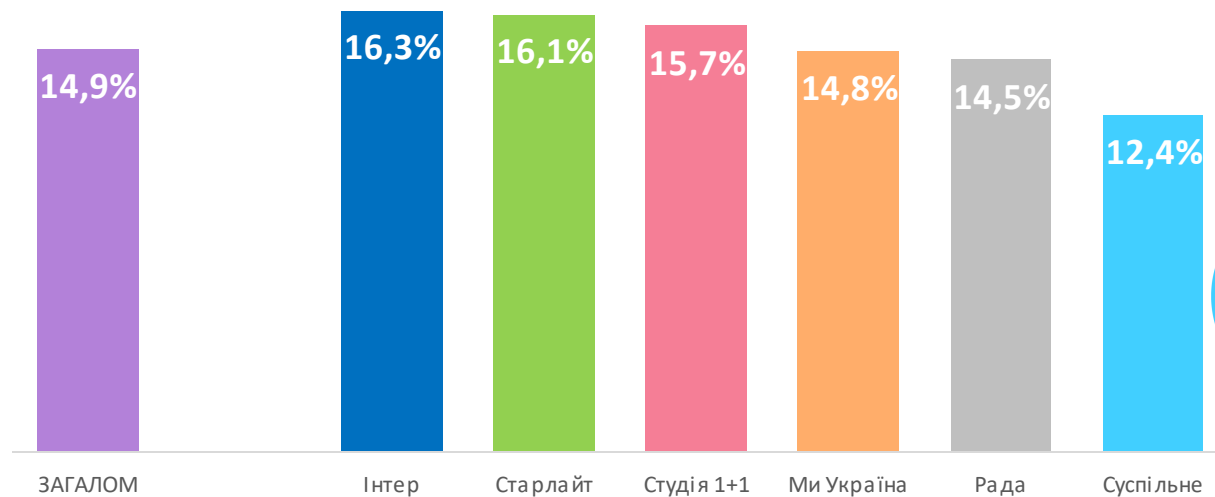
Потижнева динаміка частки аудиторії (Shr%) Телемарафону по продуцентам



Наймасовіший у 2024 р. обстріл України вночі

- Середня частка ранкового слоту є найвищою і становить **14,9%**
- Найбільший розрив між частками виробників – **3,9 в.п.**
- **Суспільне** суттєво поступається іншим виробникам, що пояснюється поведінкою глядачів, а не слабким виробництвом

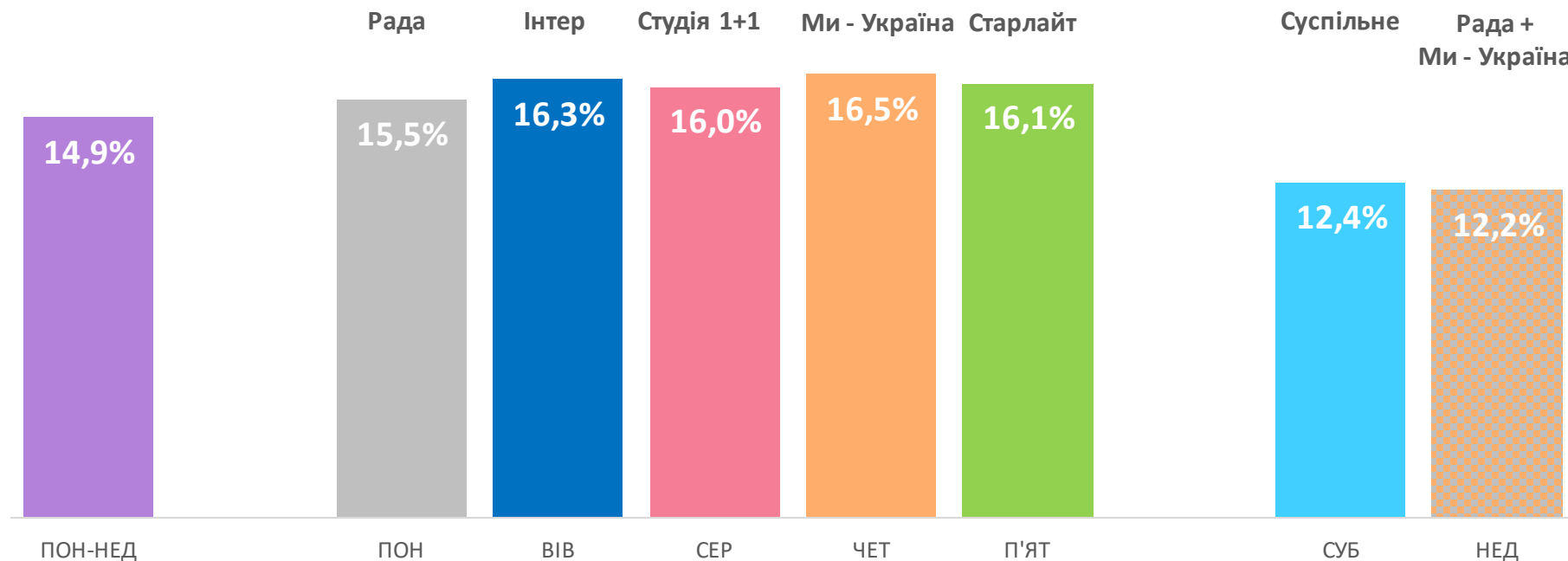
Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону в залежності від його виробника



Слот 06:00-12:00 по днях тижня та виробниках

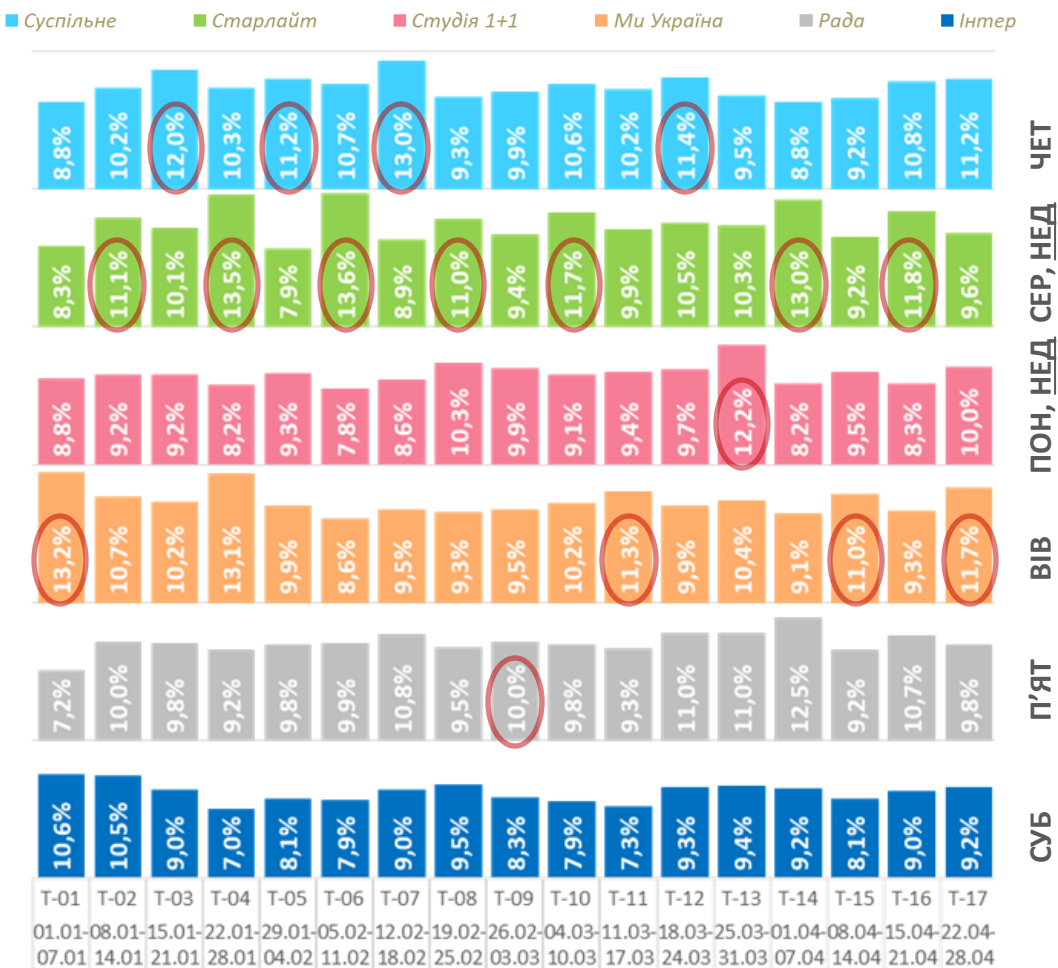
- Перегляд Телемарафону в ранковому слоті суттєво вдрізняється у будні та вихідні. Розрив по частці від 3 в.п. до 4 в.п.
- Суспільне виробляє лише один ранковий слот на тиждень у **суботу**.
- Рада та Ми - Україна чергують у ранковому **недільному** слоті, а також мають додаткові ранкові слоти у **понеділок** та **четвер**, що дозволяє «згладити ефект» низької неділі на результативних показниках даних виробників.
- Отже, частка ранкового слоту вихідних **не залежить від виробника**, а прямо вказує на поведінкові особливості ТВ аудиторії, яка не готова віддавати більше часу на перегляд Телемарафону в цей час у порівнянні із таким же часом в будні дні.

Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону
в залежності від дня тижня і виробника



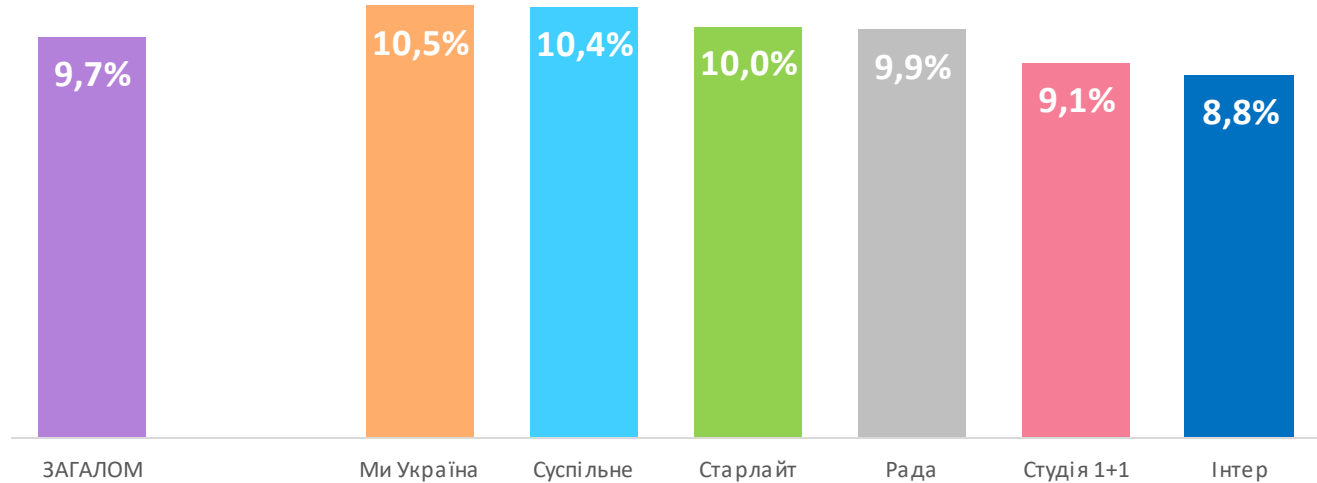
Середні частки продуцентів Телемарафону: 12:00-18:00

Потижнева динаміка частки аудиторії (Shr%)
Телемарафону по продуцентам



- Середня частка денного слоту становить 9,7%
- Найбільший розрив між частками виробників – 1,7 п.п.

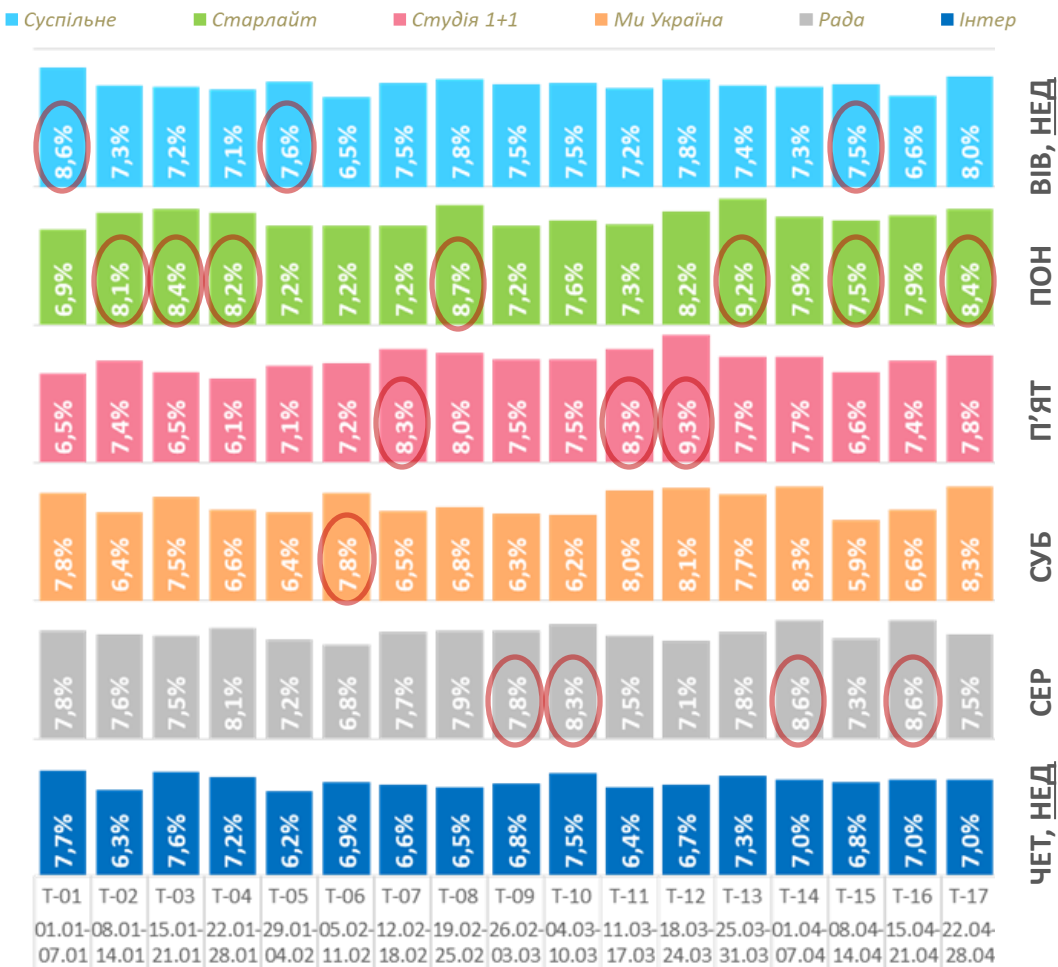
Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону
в залежності від його виробника



Джерело даних: Nielsen. ЦА 18+ (50 тис+). Період: 1 січня 2024 року – 28 квітня 2024 року

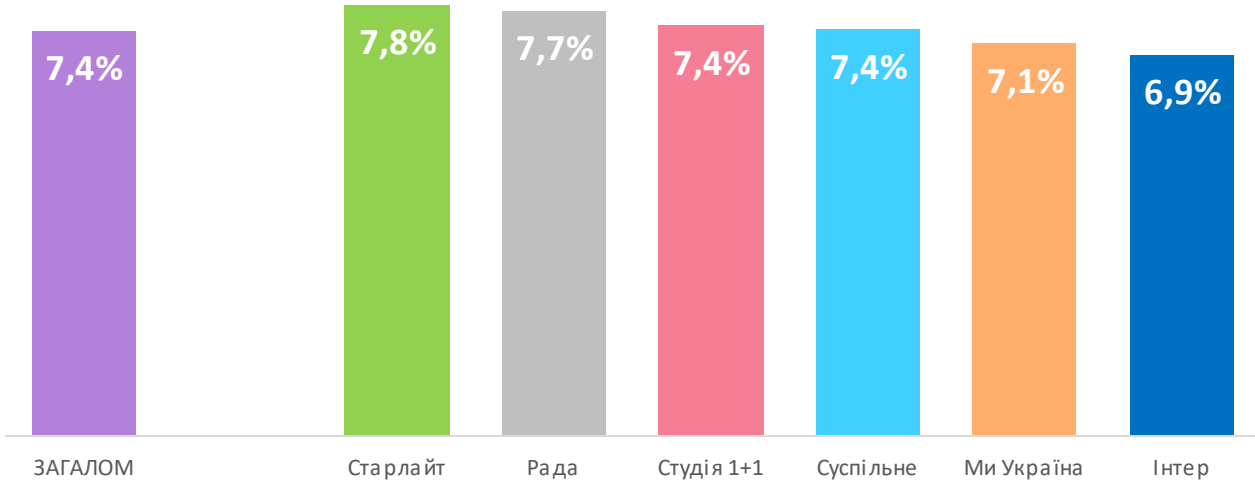
Середні частки продуцентів Телемарафону: 18:00-24:00 (без Підсумків)

Потижнева динаміка частки аудиторії (Shr%)
Телемарафону по продуцентам



- Середня частка прайму становить **7,4%**
- Найбільший розрив між частками виробників – **0,9 в.п.** і це найменший розрив між усіма виробниками

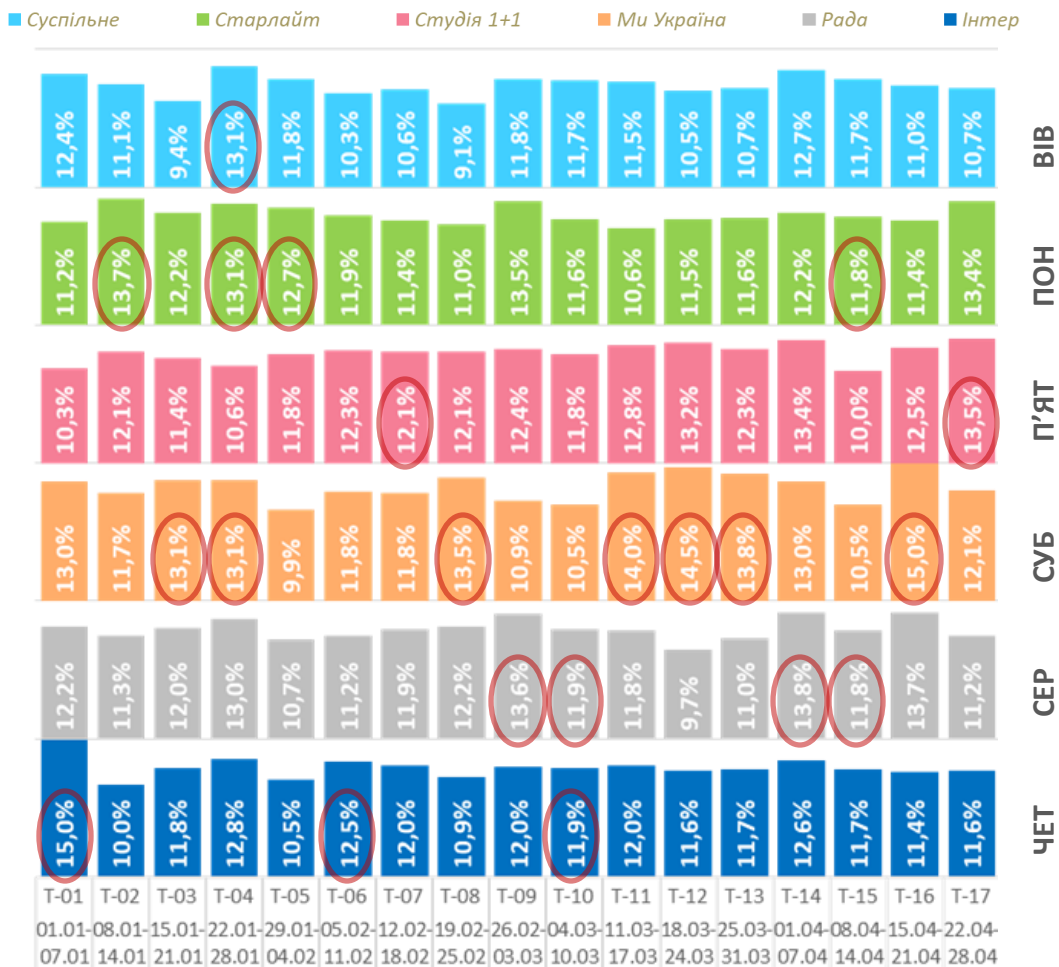
Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону
в залежності від його виробника



Джерело даних: Nielsen. ЦА 18+ (50 тис+). Період: 1 січня 2024 року – 28 квітня 2024 року

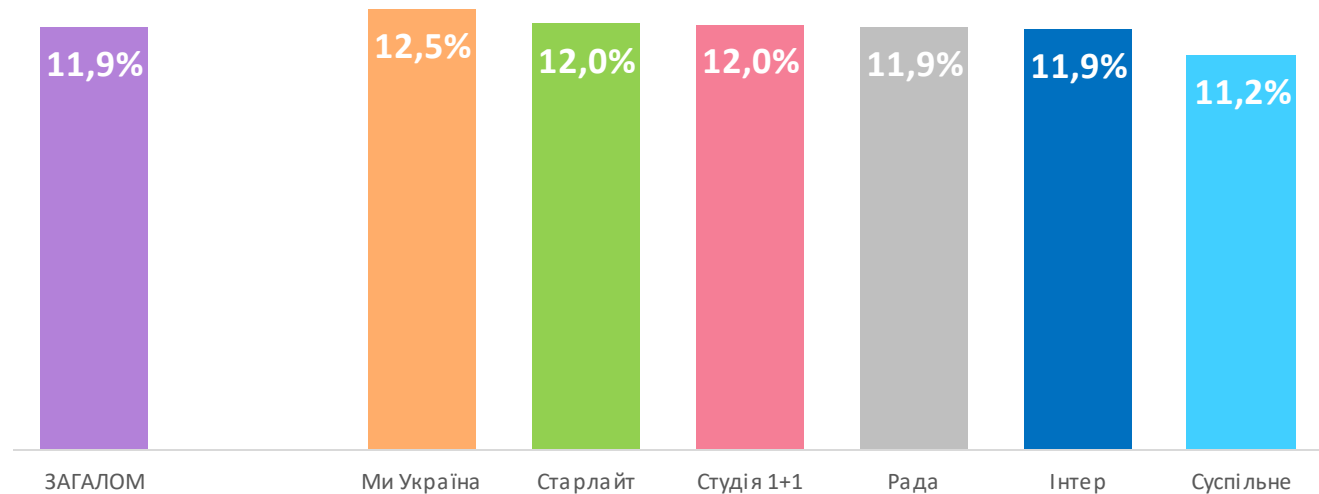
Середні частки продуцентів Телемарафону: 20:00-21:00, ПН-СБ (Підсумки Дня)

Потижнева динаміка частки аудиторії (Shr%)
Телемарафону по продуцентам



- Середня частка Підсумків дня становить **11,9%**
- Найбільший розрив між частками виробників – **1,3 в.п.**

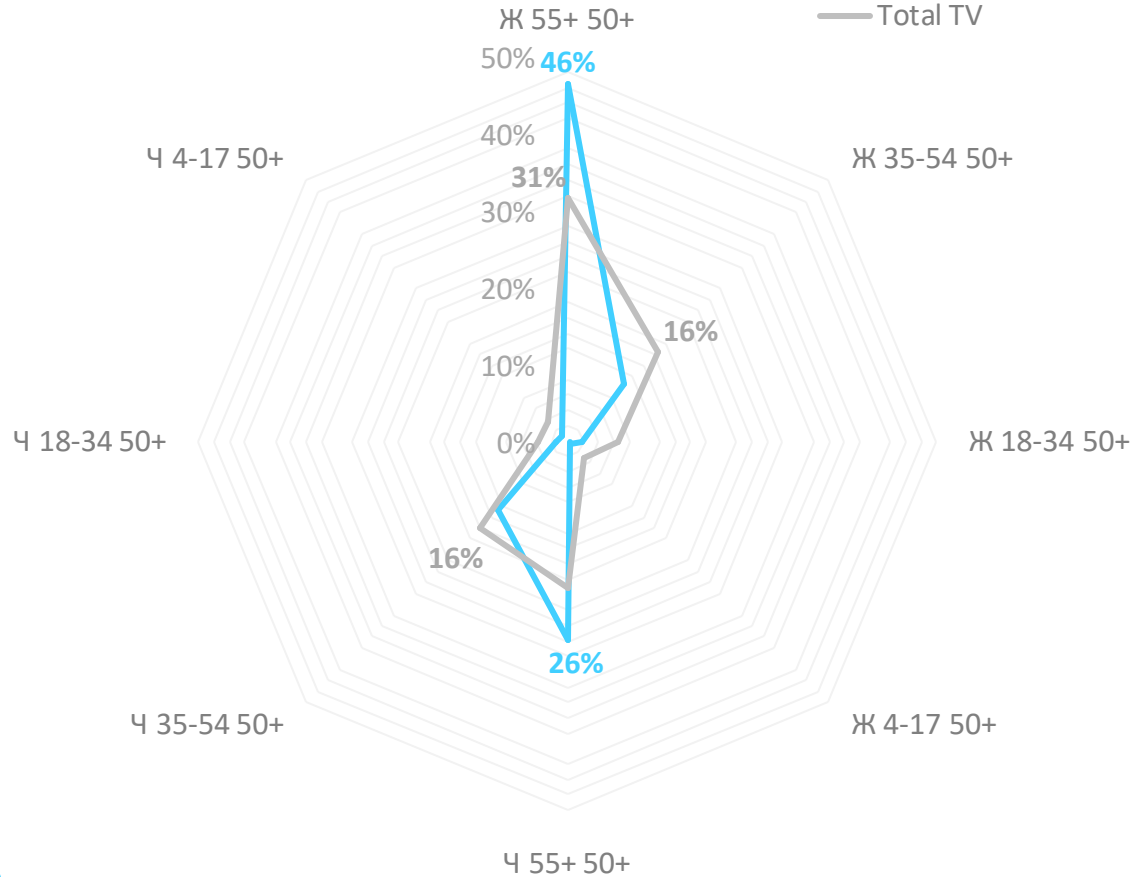
Частка аудиторії (Shr%) контенту Телемарафону
в залежності від його виробника



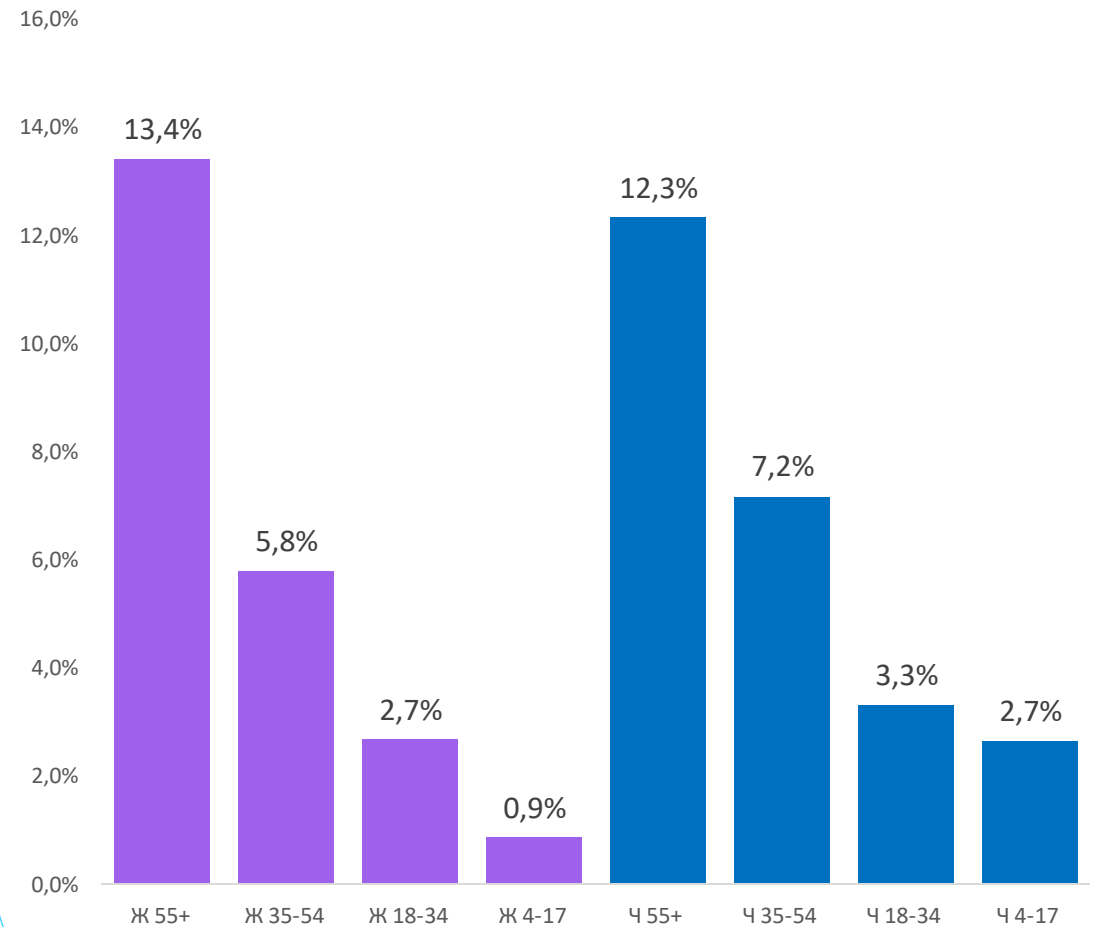
Внесок жінок 55+ у перегляд Телемарафону помітно вищий, ніж для ТБ в цілому. Вища shr% – у ЦА 55+ років

Внесок (adh%) аудиторій у телеперегляд

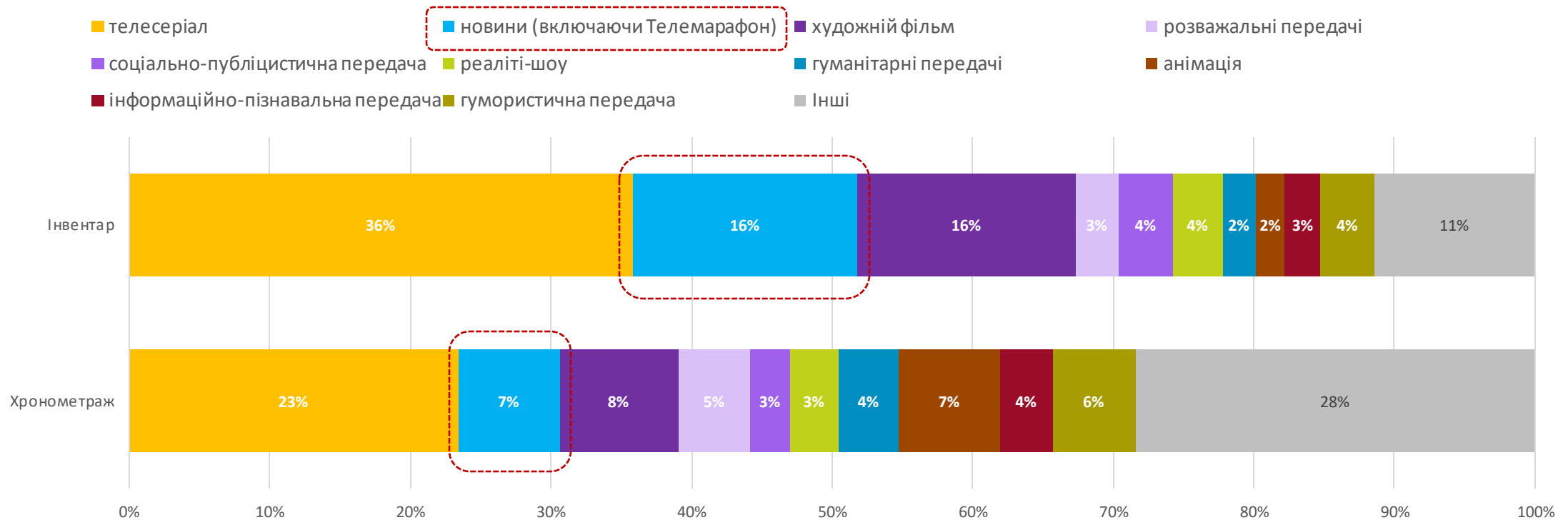
— Телемарафон
— Total TV



Частка (shr%) Телемарафону за аудиторіями



Співвідношення між **хронометражем** та **згенерованим інвентарем** демонструє, що **новинне споживання** аудиторією знаходиться на **високому рівні**. Тільки художні фільми серед інших жанрів демонструють схожий тренд. Тому, головна стратегія Телемарафону має працювати на **утримання**, а не на розширення аудиторії



Глядацький інвентар = $rat\# * \text{хронометраж у секундах}$.
 Всі телеканали, окрім OtherTV. Спільна частка аудиторії (shr%) розглянутих каналів, включаючи Телемарафон – 55%.

Джерело даних: Nielsen, ЦА 18+ (50 тис.+), Період 01.01.2024 – 28.04.2024

Джерело даних: Nielsen. ЦА 18+ (50 тис.+). Період: 1 січня 2024 року – 28 березня 2024 року

Рекомендації та заходи, які допоможуть у подальшому прийнятті рішень

- Програмний аналіз Комунікатійного Альянсу (назва програми/сюжету, тип/підтип програми, описання тощо)
- Контент-аналіз – детальний аналіз окремих елементів ефіру для утримання аудиторії більше часу (ведучі, гості студії, профайли гостей, тема обговорення, тематика сюжетів тощо)
- Якісно-кількісні соціологічні дослідження з метою регулярних зрізів інформаційно-новинних потреб та ставлення до Телемарафону

Дата	Часовий Інтервал	Продуцент	Ведучий	Гість	Кіл-ть Гостей	Частка, %	Хр-аж, хв.	Тренд% Частки	Індекс Прихильності
27.04	06:00-09:00	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко			16,5%			
27.04	06:43-06:54	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Романенко Ігор	1	22,2%	11:00	24,0%	1,96
27.04	07:16-07:20	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Гапон Олександр	1	22,1%	04:00	1,0%	1,95
27.04	07:23-07:30	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Барієв Ескендер	1	18,8%	07:00	-20,2%	1,66
27.04	07:41-07:48	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Левусь Дмитро	1	16,5%	07:00	-4,6%	1,46
27.04	07:53-07:57	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Ткачук Богдан	1	14,8%	04:00	-2,4%	1,30
27.04	08:15-08:29	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Рева Андрій	1	16,0%	14:00	-20,3%	1,41
27.04	08:35-08:39	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Зарко Юрій	1	12,4%	04:00	6,2%	1,09
27.04	08:40-08:50	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Кучеренко Олексій	2	14,6%	10:00	21,2%	1,29
27.04	08:40-08:50	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Нагорняк Сергій	2	14,6%	10:00	21,2%	1,29
27.04	08:51-08:57	Суспільне	Ніцевич, Чередниченко	Плетенчук Дмитро	1	14,8%	06:00	-6,5%	1,31
27.04	09:00-12:00	Суспільне	Москвіна, Іванов			8,4%			
27.04	09:15-09:21	Суспільне	Москвіна, Іванов	Павлюк Василь	1	14,4%	06:00	2,2%	1,27
27.04	09:22-09:29	Суспільне	Москвіна, Іванов	Латушко Павло	1	13,4%	07:00	-15,6%	1,18
27.04	09:33-09:43	Суспільне	Москвіна, Іванов	Синютка Олег	2	9,5%	10:00	-26,0%	0,84
27.04	09:33-09:43	Суспільне	Москвіна, Іванов	Тарасенко Тарас	2	9,5%	10:00	-26,0%	0,84
27.04	09:46-09:57	Суспільне	Москвіна, Іванов	Рейтерович Ігор	1	8,9%	11:00	-11,7%	0,78
27.04	10:11-10:19	Суспільне	Москвіна, Іванов	Сімутін Роман	1	10,0%	08:00	4,1%	0,88
27.04	10:20-10:25	Суспільне	Москвіна, Іванов	Мойсеєнко Ігор	1	9,4%	05:00	-10,8%	0,83
27.04	10:26-10:30	Суспільне	Москвіна, Іванов	Лисогор Артем	1	8,3%	04:00	-9,0%	0,73
27.04	10:32-10:36	Суспільне	Москвіна, Іванов	Пендзин Олег	1	7,3%	04:00	-3,9%	0,65
27.04	10:47-10:55	Суспільне	Москвіна, Іванов	Дикий Євген	1	5,9%	08:00	-7,9%	0,52
27.04	11:30-11:35	Суспільне	Москвіна, Іванов	Качарян Арман	1	4,7%	05:00	-24,7%	0,42
27.04	11:40-11:44	Суспільне	Москвіна, Іванов	Гомбалевська Поліна	1	5,3%	04:00	-13,2%	0,47

ЦА

Рівень Зсув Часу

Продуцент

ПОН ВІВ СЕР ЧЕТ П'ЯТ СУБ НЕД

Дата

Ведучий

Гість

Тренд% частки – приріст частки, співвідношення показнику частки останньої хвилини сюжету до показнику хвилини перед сюжетом.
Індекс прихильності – співвідношення частки сюжету до загальної частки чергування продуценту.

Приклад контент-аналізу Суспільного – аналіз гостей студії

Дата	Часовий Інтервал	Гість	Опис Сюжету або Тема	Кіл-ть Гостей	Рейтинг, чол.	Частка, %	Хр-аж, хв.	Тренд% Частки	Індекс Прихильності
15.02	16:47-16:50	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на фронті та ймовірних дій ворога	1	170 260	10,5%	03:00	7,3%	0,61
22.02	17:28-17:34	Гуменюк Наталя	оперативна ситуація на півдні	1	155 448	8,1%	06:00	-9,6%	0,87
05.03	23:48-23:53	Гуменюк Наталя	ситуація на півдні	1	123 179	8,8%	05:00	0,8%	0,76
07.03	12:44-12:49	Гуменюк Наталя	читуація на півдні країни	1	133 621	11,8%	05:00	-10,8%	1,11
09.03	06:22-06:27	Гуменюк Наталя	ситуація на півдні	1	53 633	12,4%	05:00	17,9%	1,19
10.03	18:52-18:55	Гуменюк Наталя	ситуація на півдні країни	1	188 439	6,7%	03:00	-12,3%	1,04
12.03	21:52-21:56	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на певній ділянці фронту та ймовірних дій во	1	156 578	5,6%	04:00	9,3%	0,49
16.03	06:13-06:17	Гуменюк Наталя	щодо обстрілів Одеси	1	69 272	19,3%	04:00	-9,0%	1,47
19.03	23:51-23:56	Гуменюк Наталя	ситуація на півдні країни	1	88 995	6,6%	05:00	2,0%	0,63
23.03	06:54-06:58	Гуменюк Наталя	начальниця Об'єднаного координаційного пресцентру Сил о	1	85 658	16,2%	04:00	15,3%	1,14
26.03	22:50-22:55	Гуменюк Наталя	щодо аналізу ситуації на фронті	1	95 925	4,6%	05:00	-7,1%	0,43
28.03	14:50-14:54	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на фронті та ймовірних дій ворога	1	110 828	9,3%	04:00	12,7%	0,98
02.04	22:51-22:58	Гуменюк Наталя	оперативна ситуація на півдні	1	136 924	6,8%	07:00	-3,3%	0,54
06.04	06:27-06:31	Гуменюк Наталя	ситуація на півдні	1	66 756	14,7%	04:00	2,0%	1,15
09.04	21:45-21:49	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на певній ділянці фронту та ймовірних дій во	1	155 140	5,9%	04:00	0,4%	0,50
11.04	16:48-16:53	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на фронті та ймовірних дій ворога	1	100 413	8,4%	05:00	3,1%	0,91
13.04	06:16-06:19	Гуменюк Наталя	щодо ситуації на певній ділянці фронту та ймовірних дій во	1	40 495	10,5%	03:00	-5,2%	0,88
16.04	22:26-22:30	Гуменюк Наталя	вперше в історії українець подав позов до Федерального суду	1	129 769	5,5%	04:00	4,2%	0,50

ЦА

18+ (50T+) 18-54 (50T+) Universe

Рівень

0 1 2 3

Зсув Часу

Live Consolidated 7tsv

Продюцент

Суспільне Студія 1+1 Старлайт Рада

Ми Україна Інтер

ПОН ВІВ СЕР ЧЕТ П'ЯТ СУБ НЕД

Дата

26.02 27.02 28.02 29.02 01.03 02.03 03.03

04.03 05.03 06.03 07.03 08.03 09.03 10.03

11.03 12.03 13.03 14.03 15.03 16.03 17.03

18.03 19.03 20.03 21.03 22.03 23.03 24.03

25.03 26.03 27.03 28.03 29.03 30.03 31.03

01.04 02.04 03.04 04.04 05.04 06.04 07.04

08.04 09.04 10.04 11.04 12.04 13.04 14.04

15.04 16.04 17.04 18.04 19.04 20.04 21.04

22.04 23.04 24.04 25.04 26.04 27.04 28.04

Ведучий

Агарков, Єрема Агарков, Москвіна

Агарков, Ніцевич Діхтяренко, Москвіна

Діхтяренко, Ніцевич Єрема, Москвіна

Іванов, Ніцевич Ніцевич, Москвіна

Гість

Гнатуш Наталія Гомбалевська Поліна

Гончаренко Олексій Гопка Максим

Гопко Ганна Гота Андрій

Грінчук Світлана Грушецький Антон

Гудков Геннадій Гудков Дмитро

Гуменюк Наталя Грод Павло

Дабаян Аркадій Давидюк Микола

Данілов Олексій Демченко Андрій

Денисенко Вадим Денисов Костянтин

Дешиця Андрій Джигир Юрій

Джигун Максим Дзюба Тарас

Дикий Євген Дібров Сергій

Тренд% частки – приріст частки, співвідношення показнику частки останньої хвилини сюжету до показнику хвилини перед сюжетом.

Індекс прихильності – співвідношення частки сюжету до загальної частки чергування продуценту.

Дякуємо за увагу!

