

<https://doi.org/10.15407/socium2023.03.137>
УДК 303.62



Creative Commons Attribution 4.0 International

Демчук В.С., соціологиня проєкту U-Report, ГО “Українська Волонтерська Служба”, вул. Князів Острозьких, 46/2, Київ, 01015, Україна, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

ДАЙДЖЕСТ ОПИТУВАНЬ U-REPORT: III КВАРТАЛ 2023 Р. (ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ, РАДІАЦІЙНА ТА ЯДЕРНА БЕЗПЕКИ, ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ)

Показано результати опитувань інноваційного молодіжного проєкту U-Report за липень – вересень 2023 р.: внутрішній туризм, радіаційна та ядерна безпека, фінансова грамотність.

Ключові слова: U-Report, думка молоді, внутрішній туризм, туризм, ядерні загрози, радіаційна безпека, фінансова грамотність.

Demchuk V.S., sociologist of the U-Report project, NGO "Ukrainian Volunteer Service", 46/2, Kniaziv Ostrozkykh Str., Kyiv, 01015, Ukraine, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

DIGEST OF U-REPORT SURVEY: THIRD QUARTER OF 2023 (DOMESTIC TOURISM, RADIATION AND NUCLEAR SAFETY, FINANCIAL LITERACY)

Paper demonstrated the results of surveys of the innovative youth project U-Report for July – September 2023: domestic tourism, radiation and nuclear safety, financial literacy.

Keywords: U-Report, youth opinion, domestic tourism, tourism, nuclear threats, radiation safety, financial literacy.

Громадська організація “Українська Волонтерська Служба” спільно з Представництвом Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) в Україні реалізовує глобальний молодіжний проєкт U-Report (“Ю-Репорт”)¹.

Проєкт U-Report – інтерактивний інструмент для проведення щотижневих актуальних опитувань серед підлітків і молоді через Facebook Messenger, Telegram, Viber. Результати опитувань використовуються у діяльності урядових установ, громадських об’єднань і міжнародних організацій.

Сьогодні U-Report реалізовується у 96 країнах світу та налічує понад 30,7 млн учасників.

¹ Приєднатись до U-Report можна у трьох чат-ботах: Telegram, Viber, Facebook Messenger. Щоб запустити бот, потрібно написати слово “СТАРТ”. Інформацію про проєкт, посилання на чат-боти, а також результати досліджень можна знайти за посиланням: <https://ukraine.ureport.in/about/>

В Україні кількість U-репортерів становить більше ніж 111 000 осіб і постійно зростає. За 7 років існування проєкту команда U-Report запустила понад 205 опитувань на актуальні теми для молоді та провела більше ніж 400 презентацій і тренінгів по всій Україні.

U-Report – простий спосіб молоді донести свою думку до осіб, які приймають рішення. У попередніх публікаціях можна ознайомитися з думкою молоді щодо їхньої безпеки та фінансової допомоги під час війни [1], повернення українців з-за кордону [2] та медіаграмотності [3], а також щодо ментального здоров'я та мінної безпеки [4]. Останній матеріал був присвячений таким темам: насильство в міжособистісних стосунках, освіта та міграційні настрої, а також професійна орієнтація молоді [5]. У цій публікації знайомимо читачів з новими результатами наших опитувань.

Опитування “Внутрішній туризм”. Це опитування проводилося з 18 по 27 серпня 2023 р. разом з Державним агентством розвитку туризму. У ньому взяли участь 5525 респондентів віком 14–34 роки.

З огляду на поточну ситуацію в країні, метою цього опитування була потреба дізнатися, чим керується молодь при виборі місця та сезону подорожі, а також що саме цікавить молодих людей під час відвідин інших регіонів України, зокрема з метою підтримки локальних виробників послуг і продукції.

Враховуючи значення молоді як активної та впливової групи, опитування може надати цінну інформацію щодо їхніх вподобань, потреб та очікувань від туристичного відпочинку. Отримані дані допоможуть розробити та вдосконалити туристичні маршрути, продукти та послуги, що відповідають їхнім інтересам і сприяють популяризації нашої країни.

Понад половину опитаних (54,7%) не відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року; 1–2 рази відвідували 26% респондентів, 3–5 разів – 12%, більше ніж 5 разів – 7,3% (рис. 1).

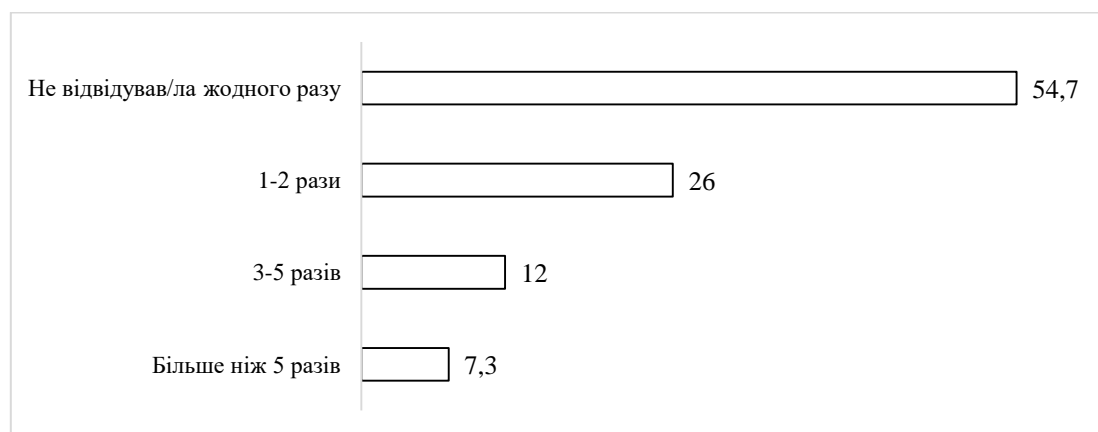


Рис. 1. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Скільки разів Ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?”, N = 5525

Подорожують більш активно влітку 47,6% U-респондентів (N = 5339), не подорожують більш активно в певну пору року 43,2%.

Вдвічі більше опитаних чоловіків (3,6%), ніж жінок (1,8%) віддали перевагу зимовому туризму.

Згідно з результатами опитування, на вибір сезону для подорожей Україною впливають: відпустка/канікули – 56,3%; ціни на відпочинок – 21,8%; погодні умови – 21,8%; нічого не впливає – 14,6%; тип відпочинку (морський/гірськолижний тощо) – 14,2%; інше – 1,5%.

Понад половину респондентів (54%) серед видів відпочинку віддають перевагу пішим прогулянкам і дослідженню міського середовища; вважають за доцільне захоплюватися культурним туризмом, а саме екскурсіями до історичних пам'яток і музеїв 28,4% респондентів, надають перевагу відпочинку на пляжі 23,1%. Подієвий туризм (заходи, фестивалі) захоплює 22,8%, а гастрономічний туризм (відвідування ресторанів, дегустація страв і напоїв) – 21,8% опитаних. Інші місця висвітлено на рис. 2.



Рис. 2. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Якому виду відпочинку в Україні Ви надаєте перевагу?”, N = 4752, %

Відпочинок на пляжі розглядають як найдоцільніший 16,5% чоловіків і 25,1% жінок, а щодо гастрономічного туризму, то перевагу йому надають 18% чоловіків і 22,9% жінок. Серед інших альтернатив різниця у гендерному розподілі була мінімальною та незначною.

При виборі місця для подорожі U-респонденти (N = 4608) звертають увагу на: природу – 51,5%; цінову доступність і бюджет подорожі – 45,7%; культурну спадщину

та історичні пам'ятки – 35,6%; безпеку та стабільність регіону – 27,2%; місцеву культуру – 15,9%; відомість/популярність місця – 15,8%; місцеву кухню – 12,8%; розвиненість крафтового виробництва – 4,9%; інше – 2,7%.

У 23,4% U-репортерів (N = 4471) ставлення до подорожей під час воєнного стану не змінилося. Проте 23,2% опитаних не мають змоги подорожувати через складне матеріальне становище. Продовжують подорожувати, адже вважають, що це спосіб підтримати країну економічно 21,1% респондентів; уникають подорожей через можливу небезпеку 20,7%. Не вважають доцільними подорожі під час воєнного стану 11,7% опитаних.

Респонденти зазначають, що серед перешкод та обмежень для подорожей в Україні в умовах воєнного стану є питання безпеки – 57,4%, фінансові витрати – 42,2%, втрата доступу до морських курортів – 24,4% (рис. 3).



Рис. 3. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Які перешкоди або обмеження Ви бачите для подорожей в Україні в умовах воєнного стану?", N= 4407, %

З метою дізнатися більше про місце подорожі опитані (N= 4333) користуються такими джерелами інформації, як інтернет (63,3%), соціальні мережі (48,9%), друзі/знайомі, які були вже в тій місцевості (28,2%), медіа (6,6%), дізнаюся у місцевих жителів (5,7%).

Згідно з результатами опитування, понад 50% респондентів не відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 р.

Серед типів відпочинку, якому надають перевагу опитані, можна виокремити піші прогулянки та дослідження міського середовища, культурний туризм (екскурсії до історичних пам'яток і музеїв) і відпочинок на пляжі.

При виборі місця для подорожі U-респонденти найбільше звертають увагу на: природу (51,5%), цінову доступність і бюджет подорожі (45,7%), культурну спадщину та історичні пам'ятки (35,6%), безпеку та стабільність регіону (27,2%), місцеву культуру (15,9%).

Лише 5,9% опитаних не бачать перешкод або обмежень для подорожей Україною під час воєнного стану, проте більшість виокремлює питання безпеки, фінансових витрат і втрату доступу до морських курортів.

Такі джерела інформації, як інтернет (63,3%), соціальні мережі (48,9%) є найпоширенішими серед респондентів, щоб дізнатися більше про місце подорожі.

Опитування “Радіаційна та ядерна безпека”. Опитування проводилося з 28 серпня по 2 вересня 2023 р. спільно з Державним науково-технічним центром з ядерної та радіаційної безпеки. У цьому опитуванні взяли участь 3553 респонденти.

Основною метою цього дослідження було визначити рівень поінформованості молоді щодо питань, пов'язаних з ядерною та радіаційною безпекою (ЯРБ); проаналізувати, якими джерелами інформації послуговуються молоді люди та яким довіряють найбільше у питаннях ЯРБ; визначити рівень обізнаності та довіри до Державного науково-технічного центру з ядерної та радіаційної безпеки (ДНТЦ ЯРБ).

Згідно з аналізом відповідей, можна виявити настрої молоді та шляхи найбільш дієвої комунікації щодо ЯРБ, а також питання, які найбільше хвилюють молодь, отримати зріз знань, наскільки молодь поінформована щодо засобів індивідуального захисту у випадку радіаційної аварії (наскільки молодь готова до різного розвитку подій), визначити, чи є потреба і яка саме у покращенні просвітницької діяльності ДНТЦ ЯРБ.

Про стан ядерної та радіаційної безпеки в Україні більшість опитаних (50,8%) дізнаються із соціальних мереж, офіційних інформаційних ресурсів ДСНС України – 27,4%, офіційних інформаційних ресурсів органів місцевого самоврядування – 25,6% (N = 3553). Джерелами інформації слугують телебачення, преса, радіо (13,6%), інтернет (10,9%), офіційні інформаційні ресурси Державного науково-технічного центру з ядерної та радіаційної безпеки (5,7%), а також відомі блогери (2,4%).

Згідно зі шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не доступна, а 5 – доступна повністю, U-репортери (N = 3419) зазначили, що інформація про стан ядерної та радіаційної безпеки доступна для них на рівні 3,51. Згідно з результатами опитування, не було зафіксовано різниці в даних щодо вікового, гендерного розподілу або розподілу за макрорегіонами.

Опитані хотіли б дізнатися більше про дії при надходженні повідомлення про радіаційну аварію – 63,8%, радіаційне благополуччя житла – 34,5%, як впливає виробництво електроенергії на АЕС на кожного/у з нас – 34,2%. Серед запропонованих альтернатив зазначено розвиток новітніх ядерних технологій – 26,2%, наслідки аварії на ЧАЕС – 19,4%, застосування джерел іонізуючого випромінювання у медицині – 16,0% (рис. 4).

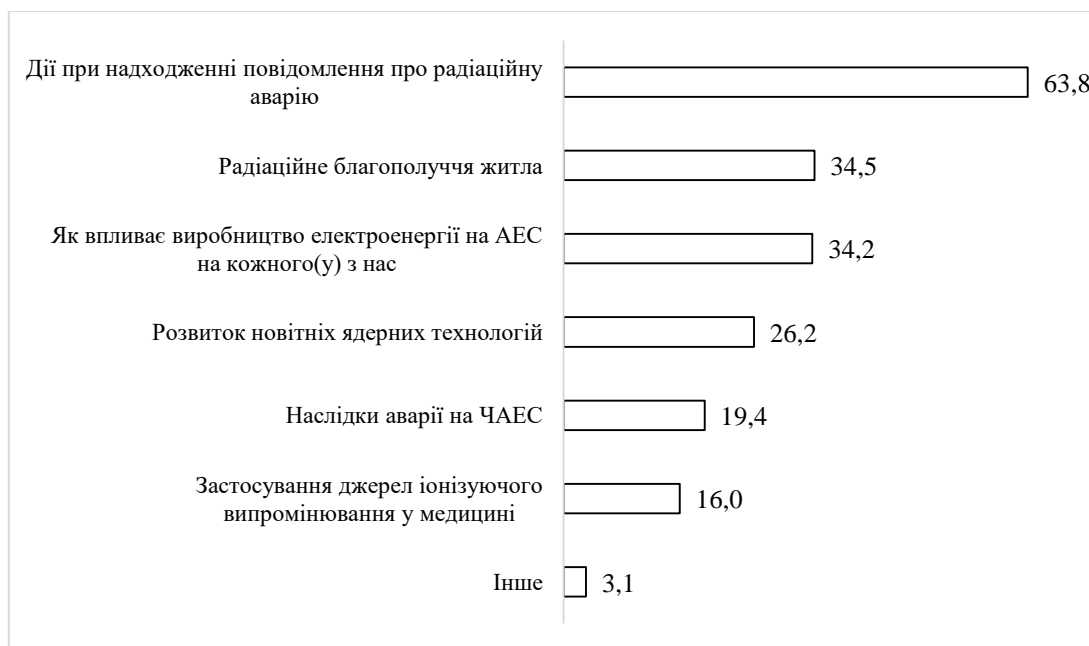


Рис. 4. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Про що Ви хотіли б дізнатися більше?", N= 3166, %

Цікаво зауважити, що серед опитаних до 14 років цікавляться дізнатися більше про наслідки аварії на ЧАЕС 39,7%, у той час серед категорії 35+ років ця тема актуальна для 17,7%. Зворотна ж тенденція спостерігається і для альтернативи про дії при надходженні повідомлення про радіаційну аварію: серед категорії до 14 років зацікавлені отримати відповіді 54%, а серед 35+ років – 65,7%.

Найбільш зручним форматом подачі інформації про ядерну та радіаційну безпеку серед респондентів (N = 3119) є: дописи з Telegram-каналів – 48,0%; дописи у соціальних мережах – 33,1%; відеосюжети на телебаченні та у соціальних мережах – 19,8%; статті в медіа – 14,6%; семінари, вебінари від експертів – 6,7%.

Згідно зі шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не стурбовані, а 5 – дуже стурбовані, U-репортери (N = 3107) зазначили, що вони стурбовані питанням радіаційної безпеки в Україні на рівні показника 3,50. Серед чоловіків цей показник сягає 3,15, а серед жінок – 3,60. Стурбованість питанням радіаційної безпеки збільшується з віком опитаних згідно з віковим розподілом.

Отже, головними джерелами інформації про стан ядерної та радіаційної безпеки в Україні для U-респондентів є соціальні мережі, офіційні інформаційні ресурси ДСНС України та офіційні інформаційні ресурси органів місцевого самоврядування.

Опитані хотіли б дізнатися більше про дії при надходженні повідомлення про радіаційну аварію, радіаційне благополуччя житла, як впливає виробництво електроенергії на АЕС на кожного(у) з нас.

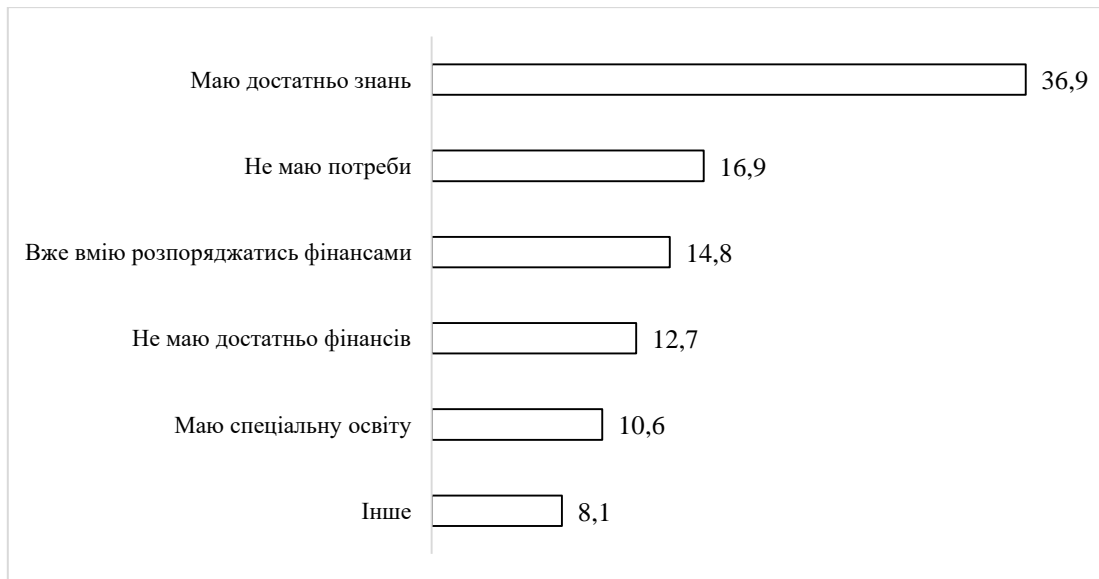


Рис. 5. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Чому Ви не відчуваєте необхідність дізнатися більше про те, як краще розпоряджатися власними фінансами?”, N= 236, %

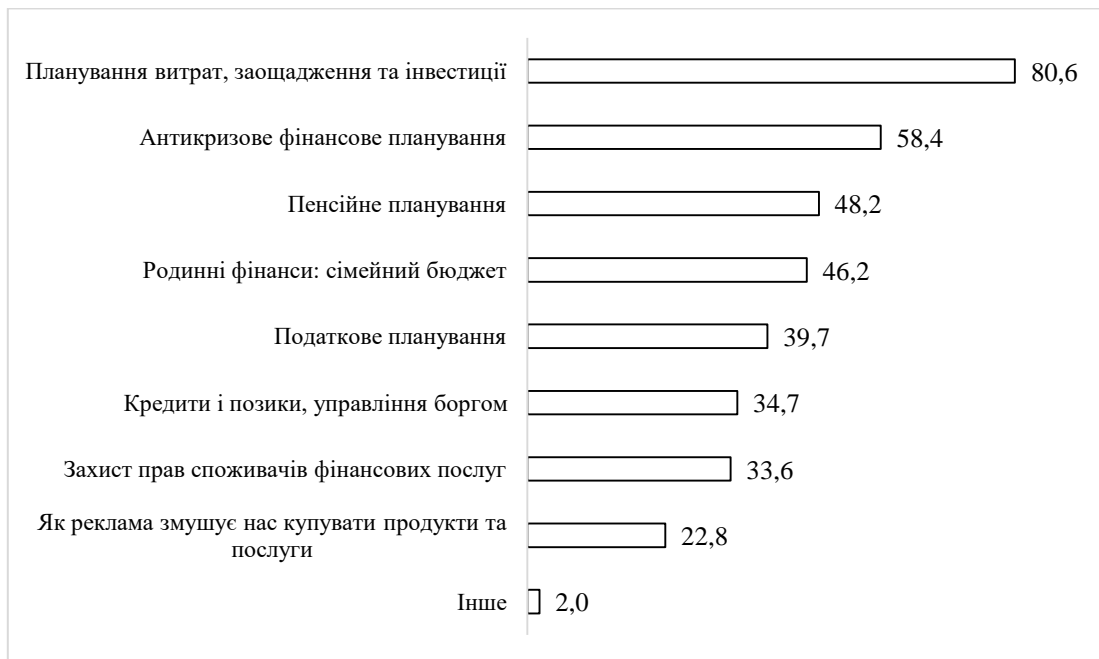


Рис. 6. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Які теми з фінансової грамотності Вам цікаві?”, N= 3546, %

Згідно з результатами дослідження, лише 59,9% опитаних (N = 3528) знали, що назва національної валюти в Україні (гривня) походить від назви старовинної прикраси часів Київської Русі, яку носили на шиї або гриві, як казали тоді.

На питання “Про що Ви хотіли б дізнатися більше?” U-респонденти (N = 3405) обрали такі альтернативи: що робити, якщо виявили купюри, які можуть бути підробленими – 61,8%; чи можна обміняти вилучені з обігу банкноти та монети – 45,3%; як обміняти пошкоджені або зношені банкноти гривні – 39,8%; чи може касир банку або іншої юридичної особи не приймати банкноти та монети національної валюти (гривні) – 36,4%; як швидко перевірити справжність банкнот – 35,1%.

Середнім показником частоти використання готівки згідно зі шкалою від 1 до 5, де 1 – дуже нечасто, а 5 – дуже часто є 2,66. Цікаво зауважити, що серед опитаних віком від 14 років, а також серед 14–18-річних цей показник вищий, ніж серед інших вікових груп, проте ці показники схожі з результатом опитаних 35+ років.

Для 59,4% опитаних війна не вплинула на частоту розрахунків готівкою. Проте 37,5% респондентів зазначили, що зараз розраховуються рідше і лише 13,1% мали зворотну тенденцію (рис. 7).

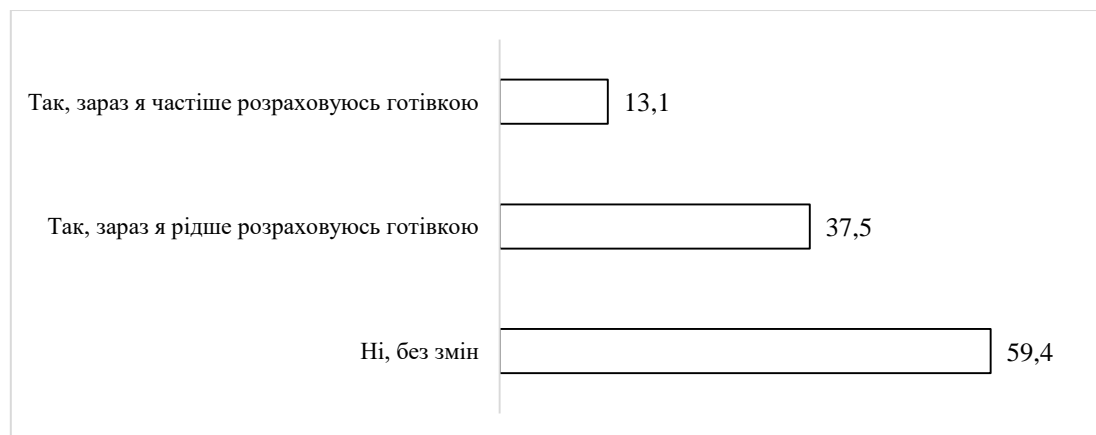


Рис. 7. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Чи вплинула війна на частоту Ваших розрахунків готівкою?”, N= 3365, %

Серед найпоширеніших джерел, звідки було б цікаво почерпнути нову інформацію про фінансову грамотність, лідирують Telegram (58,7%), спеціальний додаток (31,5%) та Instagram (25,4%) (N = 3339).

Отже, більшість U-репортерів вважають, що їх середній рівень фінансової грамотності (N = 4325) за шкалою від 1 до 5, де 1 – низький, а 5 – високий сягнув показника 3,12 (з альтернативою “3” згодні 42,9%), лише 16,6% (N = 4178) опитаних не відчують необхідності дізнатися більше про те, як краще розпоряджатися власними фінансами.

Знали, що назва національної валюти в Україні (гривня) походить від назви старовинної прикраси часів Київської Русі, яку носили на шиї або гриві, як казали тоді, 59,9% опитаних.

Серед найпоширеніших джерел, звідки було б цікаво почерпнути нову інформацію про фінансову грамотність, лідирують Telegram, спеціальний додаток та Instagram.

Більше інформації щодо проєкту U-Report і результатів інших досліджень можна знайти за посиланнями: www.facebook.com/ureportukraine та www.ukraine.ureport.in. Якщо Ви маєте пропозиції щодо опитувань або пріоритетних тем, які стосуються діяльності Вашої організації та з приводу яких U-Report може провести діалог з великою кількістю молоді України, будь ласка, звертайтеся за телефоном +38 (097) 319-70-53 (Валентина Демчук), +38 (063) 200-23-11 (Дмитро Бурак) або email: ureport.ukraine@gmail.com.

Список використаних джерел

1. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: I квартал 2022 р. (національне кіно, цифрові професії, молодь в умовах війни: безпека та волонтерство, фінансова допомога). *Український соціум*. 2022. № 1 (80). С. 123–134. <https://doi.org/10.15407/socium2022.01.123>
2. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: III квартал 2022 р. (повернення українців з-за кордону, торгівля людьми, управління відходами). *Український соціум*. 2022. № 3 (82). С. 130–140. <https://doi.org/10.15407/socium2022.03.130>
3. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: IV квартал 2022 р. (медіаграмотність, молодіжні ради, бонуси від волонтерства). *Український соціум*. 2022. № 4 (83). С. 92–104. <https://doi.org/10.15407/socium2022.04.092>
4. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: I квартал 2023 р. (ментальне здоров'я, використання пластику та мінна безпека). *Український соціум*. 2023. № 1 (84). С. 155–165. <https://doi.org/10.15407/socium2023.01.155>
5. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: II квартал 2023 р. (насильство в міжособистісних стосунках, освіта та міграційні настрої, професійна орієнтація). *Український соціум*. 2023. № 2 (85). С. 220–230. <https://doi.org/10.15407/socium2023.02.220>

Отримано 04.09.23 та прийнято 21.09.23

References

1. Demchuk, V.S. (2022). Digest of U-Report surveys: 1st quarter of 2022 (national cinema, digital professions, youth in war: security and volunteering, financial assistance). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 1 (180), 123-134. <https://doi.org/10.15407/socium2022.01.123> [in Ukrainian]
2. Demchuk, V.S. (2022). Digest of U-Report surveys: 3rd quarter of 2022 (return of Ukrainians from abroad, human trafficking, waste management). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 3 (82), 130-140. <https://doi.org/10.15407/socium2022.03.130> [in Ukrainian]
3. Demchuk, V.S. (2022). Digest of U-Report surveys: 4th quarter of 2022 (media literacy, youth councils, benefits from volunteering). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 4 (83), 92-104. <https://doi.org/10.15407/socium2022.04.092> [in Ukrainian]
4. Demchuk, V.S. (2023). Digest of U-Report surveys: 1st quarter of 2023 (mental health, use of plastic, and mine safety). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 1 (84), 155-165. <https://doi.org/10.15407/socium2023.01.155> [in Ukrainian]
5. Demchuk, V.S. (2023). Digest of U-Report surveys: 2nd quarter of 2023 (intimate partner violence, education and migration attitudes, career guidance). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 2 (85), 220-230. <https://doi.org/10.15407/socium2023.02.220> [in Ukrainian]

Received on 04.09.23 and accepted 21.09.23