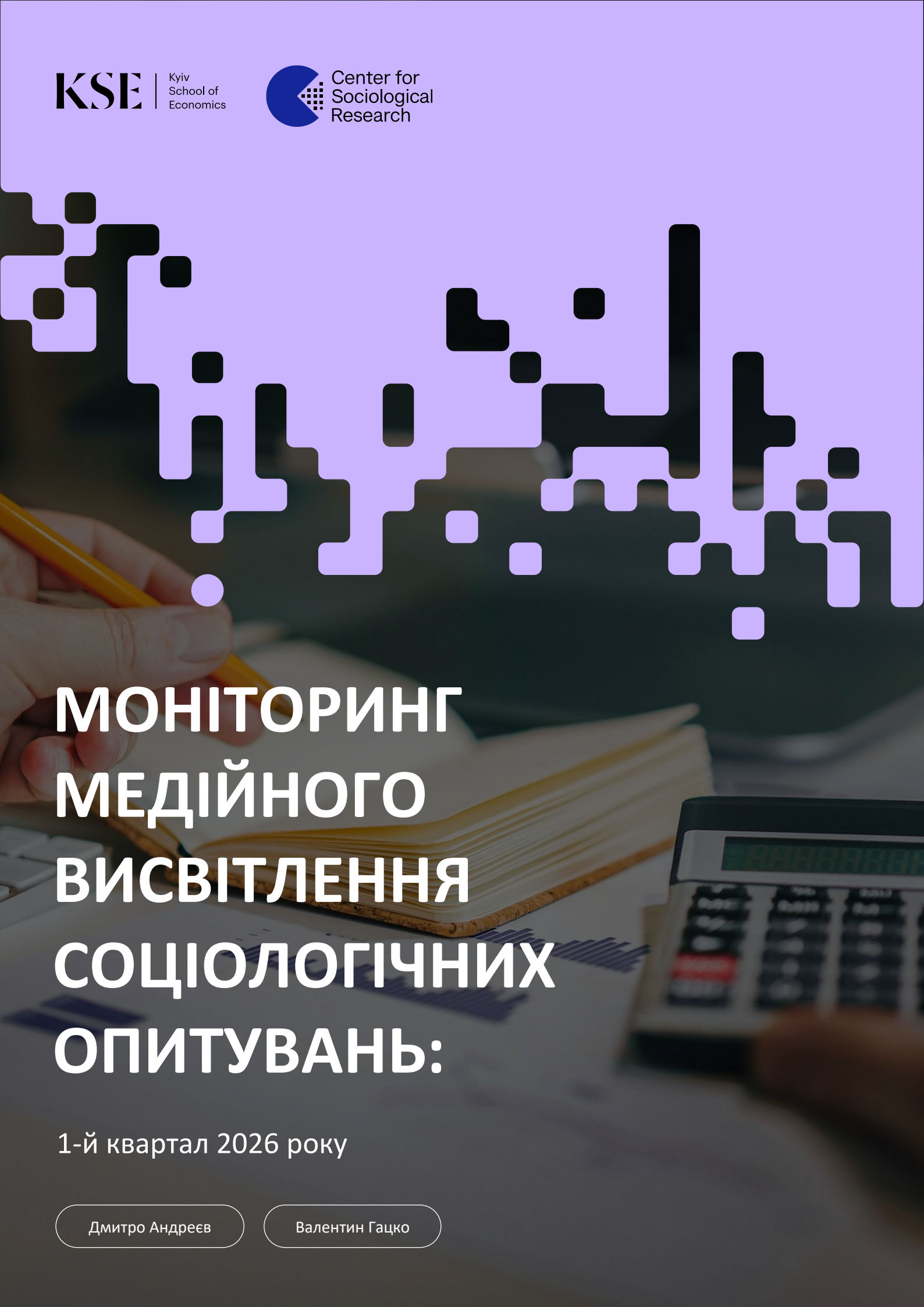




МОНІТОРИНГ МЕДІЙНОГО ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІОЛОГІЧНИХ ОПИТУВАНЬ:

1-й квартал 2026 року

Дмитро Андреев

Валентин Гацко

ПРО ПРОЄКТ

Моніторинг медійного висвітлення соціологічних опитувань — проєкт, спрямований проаналізувати практики використання та представлення результатів соціологічних досліджень у медійному просторі України.

Проєкт реалізується у форматі регулярного моніторингу, результати якого узагальнюються у кварталних аналітичних звітах. У межах аналізу визначаються ключові замовники та виконавці соціологічних опитувань, їх тематика, виявляються найбільш поширювані опитування та оцінюється дотримання стандартів розкриття інформації відповідно до критеріїв AAPOR.

У межах проєкту застосовуються інструменти штучного інтелекту для автоматизованого виокремлення інформації про соціологічні опитування та ручна верифікація отриманих результатів.

Раніше було успішно реалізовано пілотний етап дослідження, що охоплював аналіз новин про соціологічні опитування за лютий 2025 року, а також проведено аналіз даних за 3-й квартал 2025 року. Результати представлені в [аналітичних звітах](#) та [публікаціях](#) на платформі VoxUkraine.

Поточний звіт ґрунтується на аналізі новинних публікацій за 1-й квартал 2026 року. [Код](#) дослідження доступний у відкритому доступі на GitHub.

КОРОТКІ ВИСНОВКИ

Згадки організацій

- У 1-му кварталі 2026 року беззаперечним лідером за кількістю згадок соціологічних досліджень в українських медіа став KMIC (16%).
- Друге та третє місця посіли група “Рейтинг” (4.3%) і Центр Разумкова (2%). Серед інших помітних українських дослідницьких організацій найчастіше згадували Socis, Active Group та Gradus Research.
- Серед іноземних дослідницьких організацій найчастіше згадували дослідження Ipsos (1.9%), а також YouGov, Левада-Центр, Median і ВЦИОМ.
- Окрему групу становлять інституційні економічні актори — Національний банк України та Європейська бізнес асоціація (по 1.7%).

Теми опитувань

- Тематична структура опитувань залишилася подібною до 3-го кварталу 2025 року: лідирують міжнародні відносини (20.6%), політична довіра та врядування (19%) і економіка (10.7%) — сукупно понад 50% усіх згадок.
- Порівняно з 3-м кварталом 2025 року найбільше зросла частка опитувань про політичну довіру та врядування (+4.8%). Також більш ніж утричі збільшилася частка згадок про енергетику (+2.1%) на тлі складного зимового періоду.

Найбільш поширювані опитування

- **Громадська думка в умовах спроб Росії занурити Україну в темряву і холод** — опитування КМІС про готовність українців терпіти війну, очікування щодо її завершення та ставлення до територіальних компромісів.
- **Думки і погляди українців щодо питань війни і миру** — опитування КМІС про ставлення українців до різних варіантів мирних планів і територіальних компромісів.
- **Динаміка довіри Президенту В. Зеленському, сприйняття перспектив української влади та стан демократії** — опитування КМІС щодо довіри до Президента та оцінки стану демократії в умовах війни.

Рівень дотримання стандартів

- Найчастіше журналісти вказували генеральну сукупність (88.9%), виконавця дослідження (63.6%) та дати проведення опитування (50.2%).
- Порівняно з 3-м кварталом 2025 року більшість показників зросла. Найбільше зросла частка матеріалів, у яких вказували метод проведення опитування (+5.7%) та метод вибірки (+4.3%). Єдиним показником, що продемонстрував помітне зниження, стало інформування про замовника дослідження (-3.6%).
- Загальний рівень дотримання стандартів розкриття інформації дещо покращився: частка новин із високим рівнем зросла до 25.9% (+4.7% порівняно з 3-м кварталом 2025), переважно за рахунок скорочення частки із середнім рівнем. Водночас частка матеріалів із низьким рівнем залишилася практично незмінною (17.2%).

МЕТА І МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою цього дослідження є виявлення особливостей висвітлення соціологічних опитувань у медійному полі України. Для досягнення цієї мети були сформульовані такі основні дослідницькі завдання:

- Визначити ключових замовників і постачальників соціологічних даних, присутніх у медійному просторі.
- Проаналізувати тематичну спрямованість соціологічних опитувань, які висвітлюються українськими ЗМІ.
- Виявити та охарактеризувати найбільш резонансні випадки використання результатів соціологічних досліджень у медіа.
- Оцінити рівень дотримання стандартів розкриття інформації про опитування відповідно до вимог AAPOR (American Association for Public Opinion Research).

Первинний масив даних, зібраний з веб-ресурсів за ключовими словами “опитування”, “соціологічне дослідження” та “дослідження громадської думки”, містив 24 879 публікацій. Критерієм виключення з вибірки була відсутність у публікації результатів конкретного соціологічного опитування.

Фінальний масив для аналізу містить 15 442 новинних повідомлення, опубліковані у 1-му кварталі 2026 року (січень-березень) на українських медіаресурсах.

Методи обробки публікацій поєднували автоматизований аналіз текстів за допомогою моделей штучного інтелекту (GPT-4o/mini; GPT-4.1 mini) з ручною верифікацією результатів (детальніше див. [“Методологія моніторингу медійного висвітлення соціологічних опитувань”](#)). Зокрема, ми:

- відібрали релевантні новини, які містять результати конкретних проведених опитувань;
- виокремили назви організацій (виконавців та замовників) і короткий зміст кожного опитування;
- стандартизували і уніфікували назви організацій;
- оцінили наявність 10 ключових елементів методологічної інформації відповідно до стандартів AAPOR та розрахували Індекс дотримання стандартів розкриття інформації (Transparency Index);
- класифікували тематику кожного дослідження за закритим переліком із 17 тем на основі методології Comparative Agendas Project (див. Додаток 1).

Валідація автоматизованого кодування за допомогою ручного кодування показала високий рівень точності: 89% для відбору релевантних новин, де згадувалися результати конкретних проведених соціологічних опитувань, і стільки ж для визначення організацій; 89-100% для оцінки елементів стандартів розкриття інформації, 89% для тематичної класифікації опитувань (див. [“Звіт про валідацію”](#)).

Детальний опис процедур, промптів і алгоритмів обробки подано в технічному додатку [“Технічні деталі аналізу”](#).

РЕЗУЛЬТАТИ

1. Частота згадок окремих організацій у 1-му кварталі 2026 року

У 1-му кварталі 2026 року беззаперечним лідером за кількістю згадок соціологічних досліджень в українських медіа є Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) — 16%. Це вкотре підкреслює його провідну роль як ключового джерела емпіричних даних про українське суспільство.

Інші українські дослідницькі та аналітичні центри також присутні в медіапросторі, однак із суттєво меншими частками. Друге місце займає соціологічна група “Рейтинг” — 4.3%, третє — Центр Разумкова (2%). Окрім них, до найбільш згадуваних у 1-му кварталі 2026 року потрапили:

- Socis — 1.4%;
- Active Group — 1.1%;
- Gradus Research — 1%;
- Київський Безпековий Форум — 0.9%;
- Інститут економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД) — 0.8%.

Серед іноземних дослідницьких організацій українські медіа найчастіше посилаються на результати:

- Ipsos¹ — 1.9%;
- YouGov² — 1.3%;
- Левада-Центр³ — 1.2%;
- Median⁴ — 0.9%;
- ВЦИОМ⁵ — 0.7%.

¹ Міжнародна дослідницька компанія (Франція).

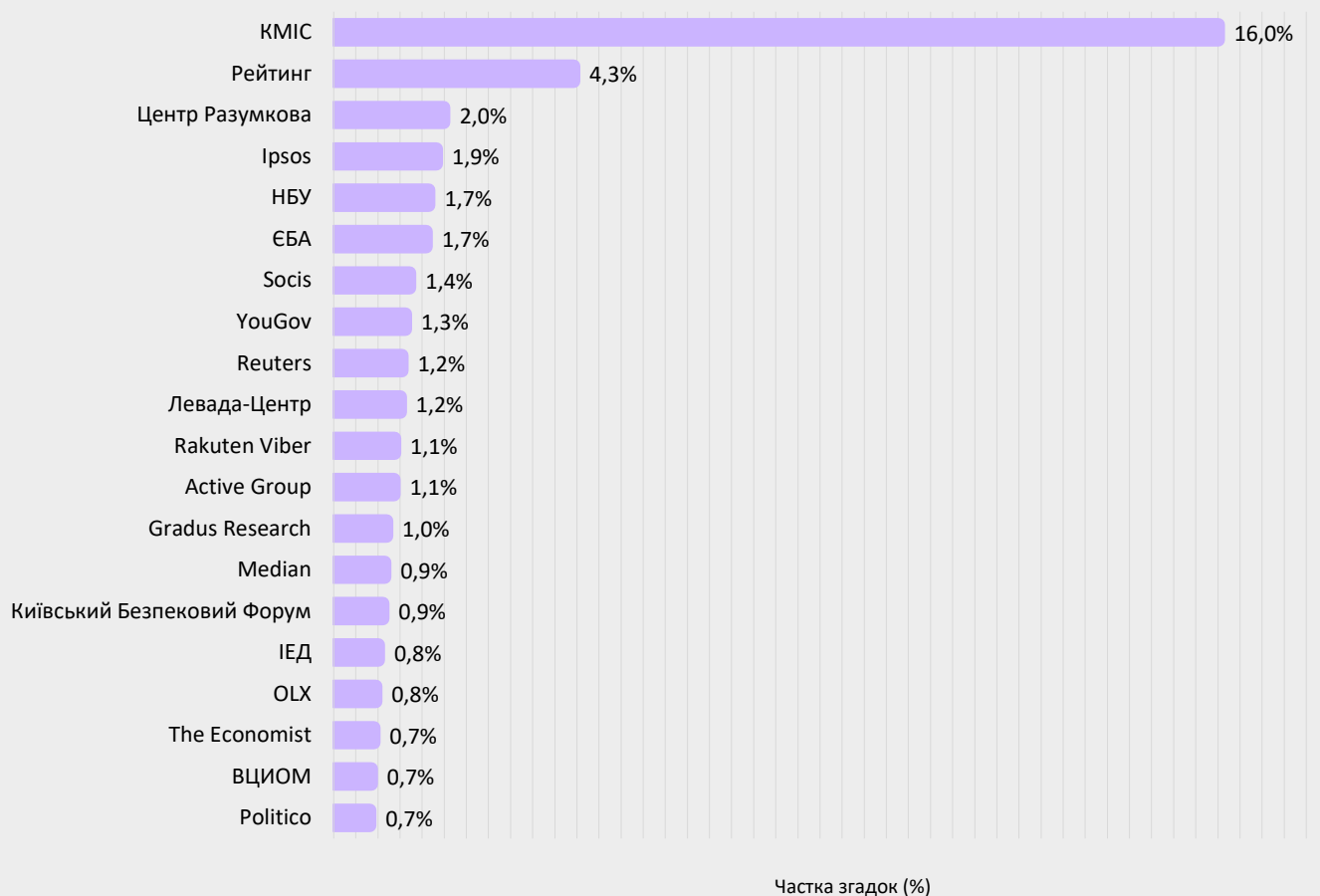
² Міжнародна дослідницька та аналітична група (Велика Британія).

³ Російська недержавна дослідницька організація.

⁴ Угорська дослідницька компанія.

⁵ Російська державна дослідницька організація.

Частота згадок організацій у 1-му кварталі 2026 року



Примітка. На графіку наведено 20 організацій, які найбільше згадувалися у медіа. Частка згадок обчислювалася від загальної кількості усіх згаданих організацій.

Окрему групу становлять інституційні економічні актори — Національний банк України та Європейська бізнес асоціація (по 1.7%). Вони не є класичними соціологічними центрами, однак регулярно проводять опитування та аналітичні дослідження у сфері економіки та бізнес-клімату.

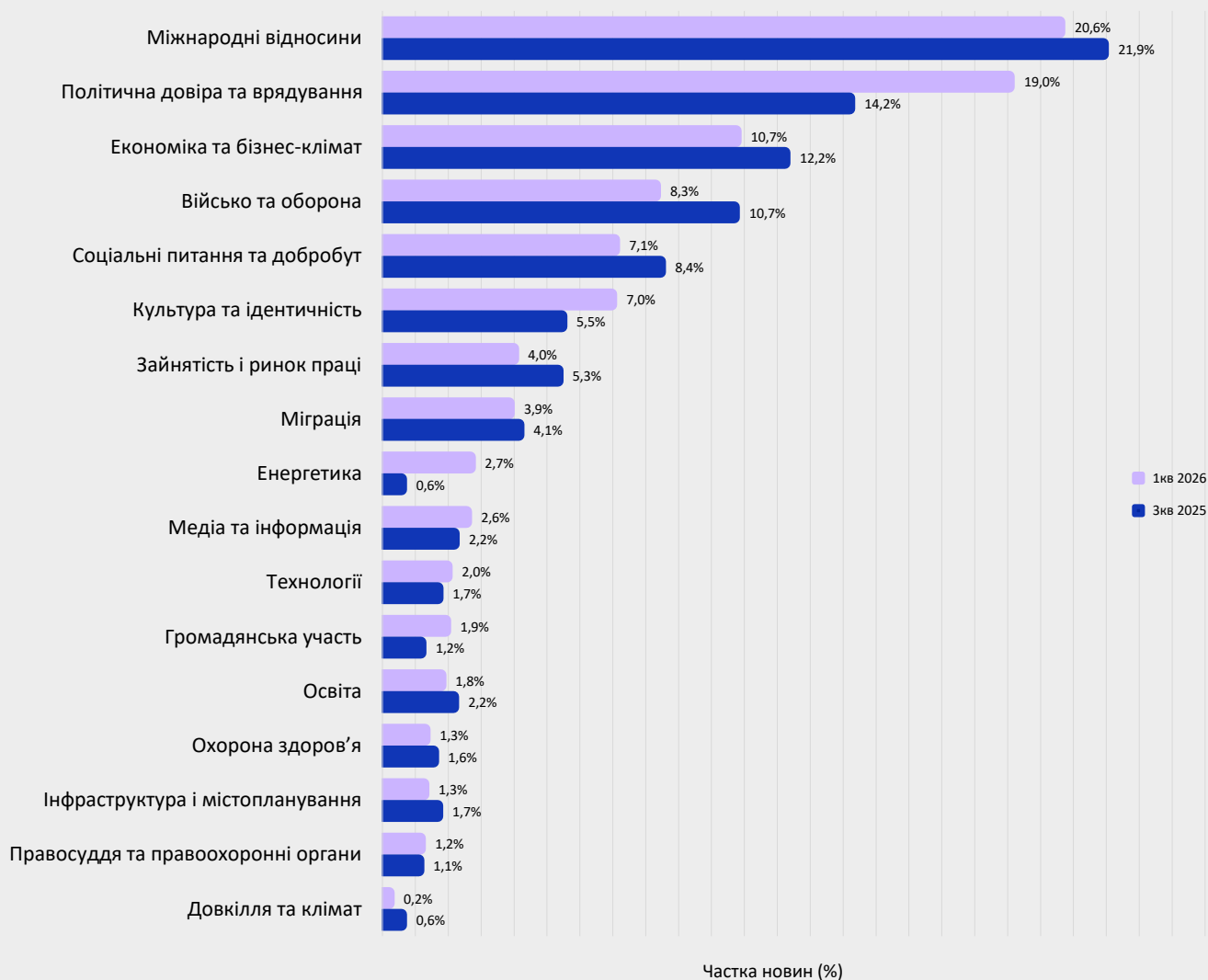
Також окремо виділяються міжнародні медіа — Reuters (1.2%), The Economist та Politico (по 0.7%), які виступають замовниками соціологічних досліджень.

Серед організацій, які українські медіа часто згадують у контексті опитувань також є Rakuten Viber — 1.1% та OLX — 0.8%.

2. Про які опитування пишуть медіа?

У 1-му кварталі 2026 року, як і в 3-му кварталі 2025 року, найбільше медійних згадок про соціологічні опитування стосувалася тем міжнародних відносин, політичної довіри та економіки. Сукупно понад 50% усіх згадок про опитування.

Найпопулярніші теми опитувань



Примітка. Для кожної новинної публікації визначалася одна найбільш відповідна тема або жодна. Частка обчислювалася від загальної кількості новин.

Найбільшу частку становили міжнародні відносини — 20,6% усіх згадок. Ця тематика залишалася актуальною на тлі триваючих спроб мирного врегулювання війни. У медіа висвітлювали результати [опитування](#) КМІС про сприйняття можливого референдуму про мирну угоду. Згадували [опитування](#) Центру Разумкова на замовлення Київського Безпекового Форуму про можливі аспекти мирної угоди та очікувань після її підписання. Цитували [результати](#) Левада-Центру про ставлення росіян до мирних переговорів з Україною та різноманітні опитування про ставлення громадян інших країн до україно-російських перемовин.

На другому місці перебувала тематика політичної довіри та врядування (19%). У публікаціях активно висвітлювали усі [дослідження](#) КМІС про довіру до президента Володимира Зеленського, а також [опитування](#) SOCIS про актуальні проблеми українців (окрім війни), рівень довіри до політиків, ставлення до

проведення виборів та електоральні настрої. Згадували [опитування](#) Центру Разумкова щодо підтримки демократичних цінностей, бачення майбутнього та зовнішньополітичних орієнтацій громадян.

Тематика економіки та бізнес-клімату становила 10.7% згадок. До неї належали насамперед щомісячні [опитування](#) підприємств України, які проводить Національний Банк, [дослідження](#) Європейської Бізнес Асоціації “Бізнес в умовах війни”, а також щомісячні [опитування](#) підприємств від ІЕД.

Тема війська та оборони охопила 8.3% згадок. Вона включала [дослідження](#) російських військовополонених “Слова, що вбивають: як російська пропаганда впливає на мобілізацію та бойову мотивацію”, проведеного ГО LingvaLexa. А також міжнародні дослідження, зокрема [опитування](#) YouGov щодо ставлення американців до можливого вторгнення в Гренландію та [опитування](#) від Reuters/Ipsos щодо підтримки військової операції у Венесуелі.

Соціальні питання та добробут згадувалися у 7.1% публікацій. У межах цієї тематики медіа висвітлювати результати [дослідження](#) “Портрет ветерана 2025”, проведене соціологічною групою “Рейтинг” за ініціативи Українського ветеранського фонду, [опитування](#) групи “Рейтинг” щодо очікувань українців від 2026 року та [опитування](#) КМІС щодо бачення майбутнього України.

Інші тематичні напрями згадувались рідше: культура та ідентичність охопила 7% згадок, зайнятість і ринок праці — 4%, міграція — 3.9%, тоді як решта тем не перевищувала 3% новинних повідомлень.

Порівняно з 3-м кварталом 2025 року, у 1-му кварталі 2026 року не відбулося помітних змін у тематичній структурі медійних згадок. Водночас простежуються окремі цікаві тенденції. На тлі обговорення можливих сценаріїв завершення війни та перспектив проведення виборів найбільше зросла частка матеріалів, присвячених політичній довірі та врядуванню (+4.8%), що може свідчити про поступове зміщення акцентів від питання перемоги у війні до внутрішньополітичної конкуренції. Крім того, більш ніж удвічі зросла частка згадок про енергетику (+2.1%), що пов'язано з проходженням чергового складного зимового періоду. Інші зміни в тематичній структурі були незначними й не вплинули на загальний розподіл тематичних пріоритетів.

3. Найбільш поширювані опитування

Для виявлення найбільш поширюваних опитувань ми ідентифікували у масиві новинні публікації про одне й те саме опитування за відповідністю принаймні двом із трьох критеріїв: однакова тема; публікація новин про опитування в межах 5 днів та наявність щонайменше однієї спільної організації.

Ми свідомо не наводимо точну кількість згадок, оскільки не можемо гарантувати цілковиту точність підрахунків. Тож у таблиці вказано 10 найбільш поширюваних опитувань без ранжування за місцями.

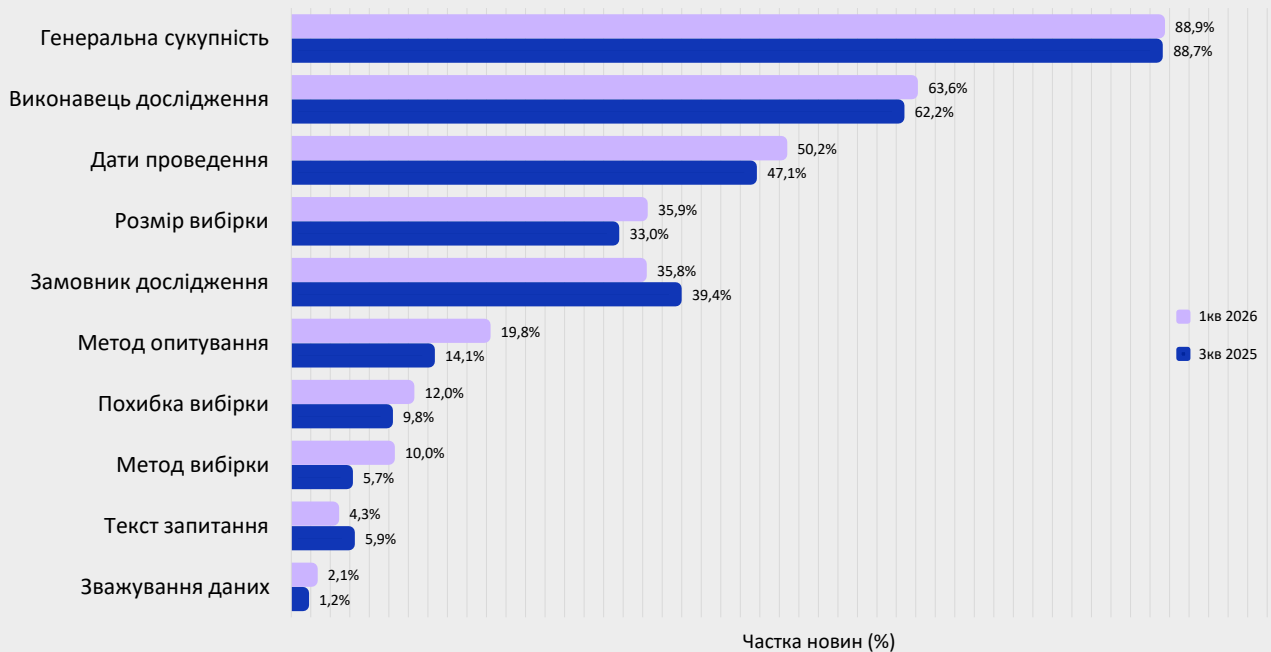
ТОП опитування 1-го кварталу 2026 року за кількістю поширень у медіа

Опитування	Короткий зміст
Громадська думка в умовах спроб Росії занурити Україну в темряву і холод	Опитування КМІС щодо готовності українців тривалий час терпіти війну, очікувань щодо термінів її завершення, їхнього ставлення до територіальних компромісів та бачення майбутнього України.
Думки і погляди українців щодо питань війни і миру	Опитування КМІС щодо ставлення українців до різних варіантів мирних планів і територіальних компромісів, очікувань щодо термінів завершення війни та готовності її терпіти.
Динаміка довіри Президенту В. Зеленському, сприйняття перспектив української влади та стан демократії	Опитування КМІС щодо динаміки довіри Президенту Володимирі Зеленському, сприйняття перспектив чинної влади та оцінки стану демократії в Україні в умовах війни.
Сприйняття можливого референдуму щодо мирної угоди	Опитування КМІС щодо готовності українців до референдуму про мирну угоду та ставлення до виведення військ з Донбасу в обмін на гарантії безпеки.
Довіра до Президента В. Зеленського, ставлення до проведення виборів, сприйняття боротьби з корупцією та рух країни до демократії	Опитування КМІС щодо рівня довіри до Президента Володимира Зеленського, ставлення до проведення виборів, сприйняття боротьби з корупцією та оцінки розвитку демократії в Україні.
Війна і мир: думки і погляди українців	Опитування КМІС щодо уявлень українців про цілі Росії у війні, оцінки можливості переговорів, ставлення до територіальних компромісів та перспективи укладання й референдуму щодо мирної угоди.
Скільки українців відзначають 8 березня?	Опитування групи "Рейтинг" щодо ставлення українців до святкування 8 березня та динаміки його популярності.
Довіра до Президента В. Зеленського і ставлення до проведення виборів	Опитування КМІС щодо рівня довіри до Президента Володимира Зеленського та ставлення до проведення національних виборів.
Загальна соціально-політична ситуація в Україні	Опитування SOCIS щодо актуальних проблем українців (окрім війни), рівня довіри до політиків, ставлення до проведення виборів та електоральних настроїв.
Сприйняття перемовин та ставлення до пропозиції обміну Донбасу на гарантії безпеки	Опитування КМІС щодо віри українців у досягнення сталого миру через перемовини та їхнього ставлення до виведення військ з Донбасу в обмін на гарантії безпеки.

4. Оцінка дотримання стандартів розкриття інформації про опитування

Аналіз медійних згадок у 1-му кварталі 2026 року знову підкреслює, що лише окремі методологічні деталі соціологічних опитувань стабільно фігурують у новинних публікаціях. Як і раніше, найчастіше журналісти зазначають генеральну сукупність (88.9%), виконавця дослідження (63.6%) та дати проведення (50.2%).

Наявність методологічної інформації в медіапублікаціях



Примітка. Кожна новинна публікація оцінювалася за 10 елементами методологічної інформації відповідно до стандартів AAPOR. Показники є окремими дихотомічними змінними, а відсотки на графіку не сумуються. Частка обчислювалася від загальної кількості новин.

У близько третині новин про соціологічні опитування міститься інформація про розмір вибірки (35.9%) та замовника дослідження (35.8%), а в кожній п'ятій — про метод проведення опитування (19.8%). Ще рідше трапляються згадки про похибку (12%) та метод вибірки (10%).

Найменше уваги приділено тексту запитань (4.3%) та використанню вагових коефіцієнтів (2.1%). Втім, останній показник може відображати не лише редакційні практики медіа, а й той факт, що зважування застосовується не в кожному дослідженні або що відповідна інформація не завжди подається у звітах соціологічних організацій. Слід також враховувати, що текст запитання може подаватися на зображеннях графіків із результатами, тоді як у нашому аналізі враховувався лише текстовий контент публікацій.

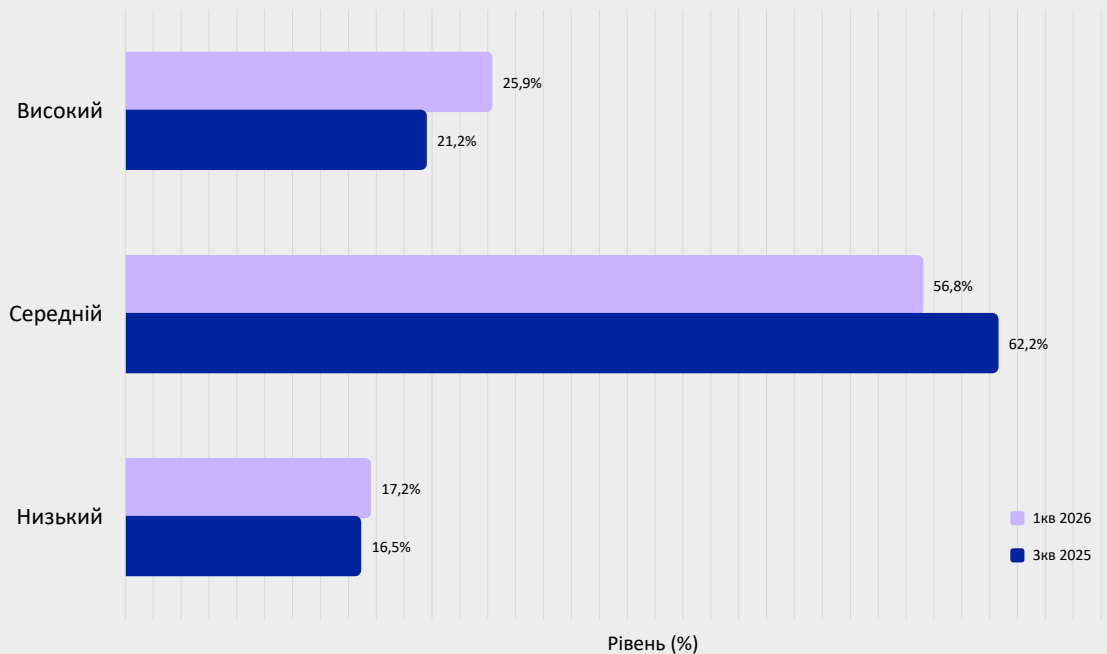
У порівнянні з 3-м кварталом 2025 року, у більшості показників спостерігається зростання у 1-му кварталі 2026 року, що, ймовірно, свідчить про посилення уваги журналістів до методології досліджень. Найбільший приріст зафіксовано щодо методу проведення опитування (+5.7%) та методу вибірки (+4.3%), а єдине суттєве зниження спостерігається щодо інформування про замовника дослідження (-3.6%).

Також ми оцінюємо не лише наявність окремих методологічних показників у новинних публікаціях, а й загальний рівень дотримання журналістами стандартів розкриття інформації про соціологічні опитування. Для цього використовується розроблений Transparency Index, у межах якого наведені вище показники згруповані за трьома вимірами: опис походження, опис вибірки та опис дизайну (див. Додаток 2).

Ми розуміємо, що детальне подання методологічних параметрів не завжди є обов'язковим. Якщо результати соціологічного опитування не становлять основного змісту новини, достатнім є посилання на

першоджерело дослідження. Натомість у матеріалах, де дані опитування є головною темою повідомлення, розкриття методологічної інформації дослідження є необхідною умовою інформування аудиторії.

Рівень дотримання стандартів розкриття інформації



У 1-му кварталі 2026 року серед новин, де головною темою були результати дослідження, високому рівню дотримання стандартів розкриття інформації відповідали 25.9%, 56.8% продемонстрували середній рівень, а 17.2% — низький.

У порівнянні з 3-м кварталом 2025 року, помітне певне зміщення від середнього рівня до високого (+4.7%). При цьому низький рівень фактично залишається стабільним — кожна шоста новина зовсім не містить або містить мінімальний обсяг методологічної інформації, необхідної для інтерпретації результатів дослідження аудиторією.

Попри деяку позитивну динаміку, остаточну відповідь на те, чи є це покращення якості інформування журналістами своєї аудиторії, чи випадковістю, можна буде дати після аналізу даних наступних кварталів.

ДОДАТКИ

Додаток 1. Тематика опитувань та їх визначення

Категорія	Що охоплює
Політична довіра та врядування	Довіра до органів влади, політичних лідерів, державних інституцій, політичні настрої, врядування.
Міжнародні відносини	Міжнародна дипломатія, зовнішня політика, відносини між країнами, геополітика, міжнародні організації.
Військо та оборона	Збройні сили, національна безпека, бойові дії, військова політика, ставлення до армії.
Економіка та бізнес-клімат	Економічні тенденції, бізнес-середовище, інвестиції, підприємництво, ринок.
Зайнятість і ринок праці	Рівень зайнятості, ринок праці, безробіття, умови праці, трудові права.
Соціальні питання та добробут	Бідність, нерівність, соціальний захист, демографія, вразливі групи, якість життя.
Охорона здоров'я	Медичні послуги, здоров'я населення, інфраструктура, страхування, захворювання.
Освіта	Школи, університети, якість освіти, грамотність, політика в освіті, інфраструктура.
Інфраструктура і містопланування	Транспорт, дороги, житло, розвиток міст, комунальні послуги, просторове планування.
Громадянська участь	Участь у виборах, громадська активність, волонтерство, взаємодія з владою.
Культура та ідентичність	Національна ідентичність, традиції, мова, історична пам'ять, культурні практики.
Правосуддя та правоохоронні органи	Злочинність, правоохоронна система, суди, безпека громадян, поліція, тюрми.
Довкілля та клімат	Екологія, зміна клімату, забруднення, охорона природи, стале використання ресурсів.
Медіа та інформація	Медіа, довіра до інформації, споживання новин, дезінформація, медіаграмотність.
Технології	Технології, цифровізація, інтернет, кібербезпека, інновації, діджитал-інфраструктура.
Енергетика	Політика в енергетиці, джерела енергії, ринки палива, відновлювана енергетика.
Міграція	Міграція, біженці, інтеграція, політика щодо іммігрантів, громадська думка про мігрантів.

Додаток 2. Transparency Index



Індекс дотримання стандартів розкриття інформації про опитування (Transparency Index) сформовано на основі 10 елементів методологічної інформації. Концепт містить три виміри: “опис походження”, “опис вибірки” та “опис дизайну”. Кожен вимір, у свою чергу, має свої індикатори (див. схему).

Для кожного виміру обчислюється частка заповнених індикаторів: сума значень індикаторів ділиться на їхню кількість у цьому вимірі. У результаті формуються три окремі показники — по одному для кожного виміру. Загальний індекс обраховується як середнє арифметичне цих трьох показників, оскільки усі виміри мають однакову вагу. Значення індексу лежить у межах від 0 до 1.

Рівні дотримання стандартів були категоризовані: низький [0-0.3); середній [0.3-0.6); високий [0.6-1].