



ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЗНАНЬ ПРО ВІЛ/СНІД

Жовтень 2023



Метод збору інформації:

самозаповнення анкет у мобільному додатку



Цільова група дослідження:

Чоловіки та жінки віком від 18 до 60 років, вся Україна. Онлайн-панель Gradus відображає структуру населення України у віці 18-60 років за статтю, віком, розміром населеного пункту та регіоном



Кількість результативних інтерв'ю:

2060



Період опитування:

15-19 вересня 2023 року

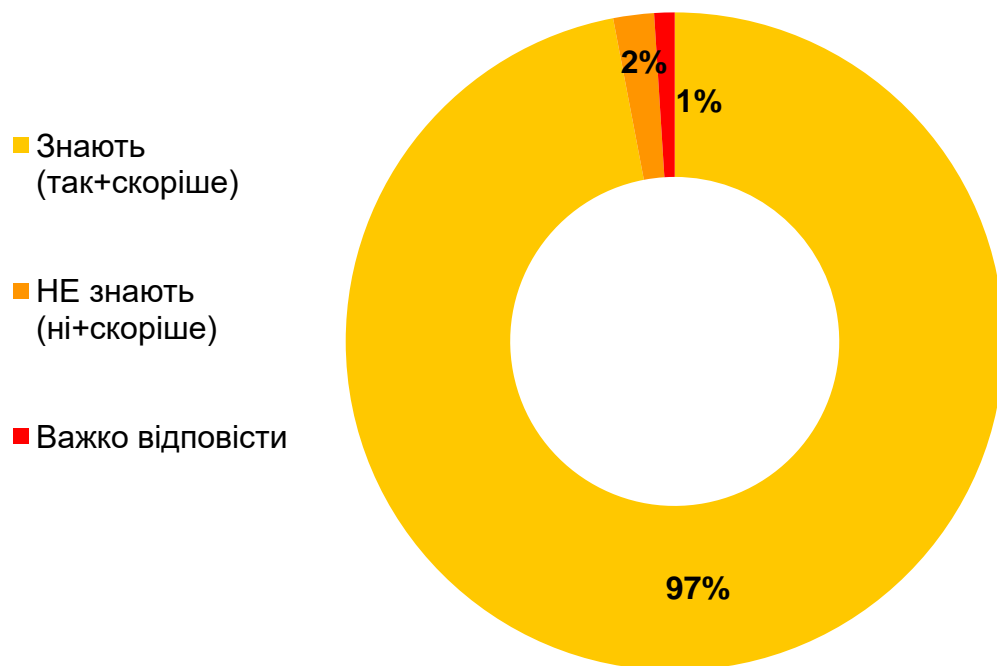


ОБІЗНАНІСТЬ ЩОДО ВІЛ/СНІД

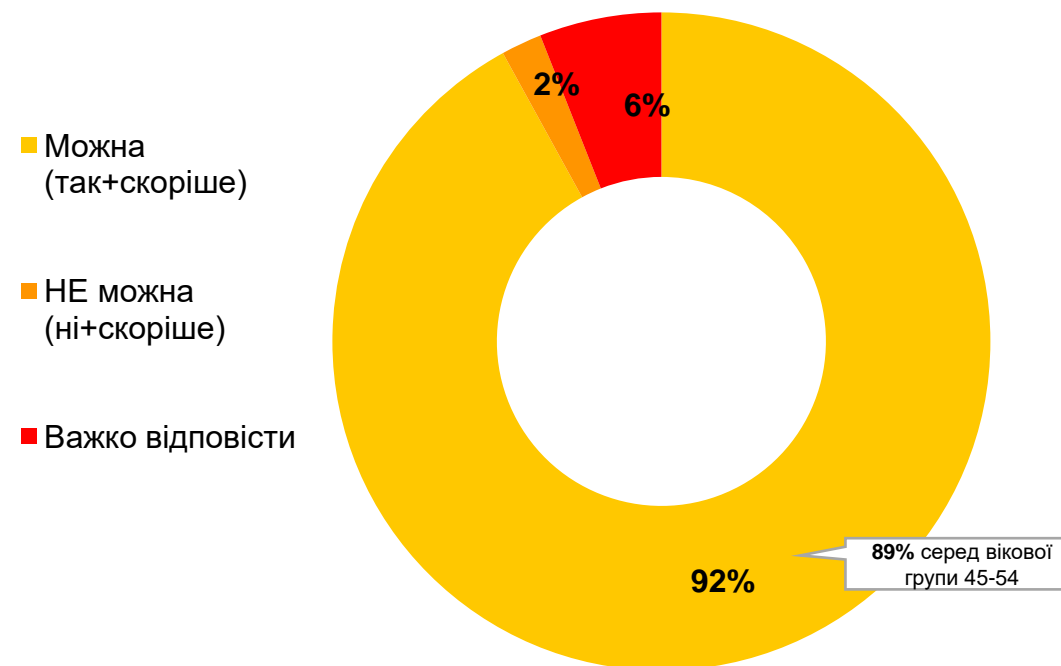


ОБІЗНАНІСТЬ ЩОДО ВІЛ/СНІД ТА ЗАХИСТУ

Чи знаєте Ви, що таке ВІЛ та СНІД?

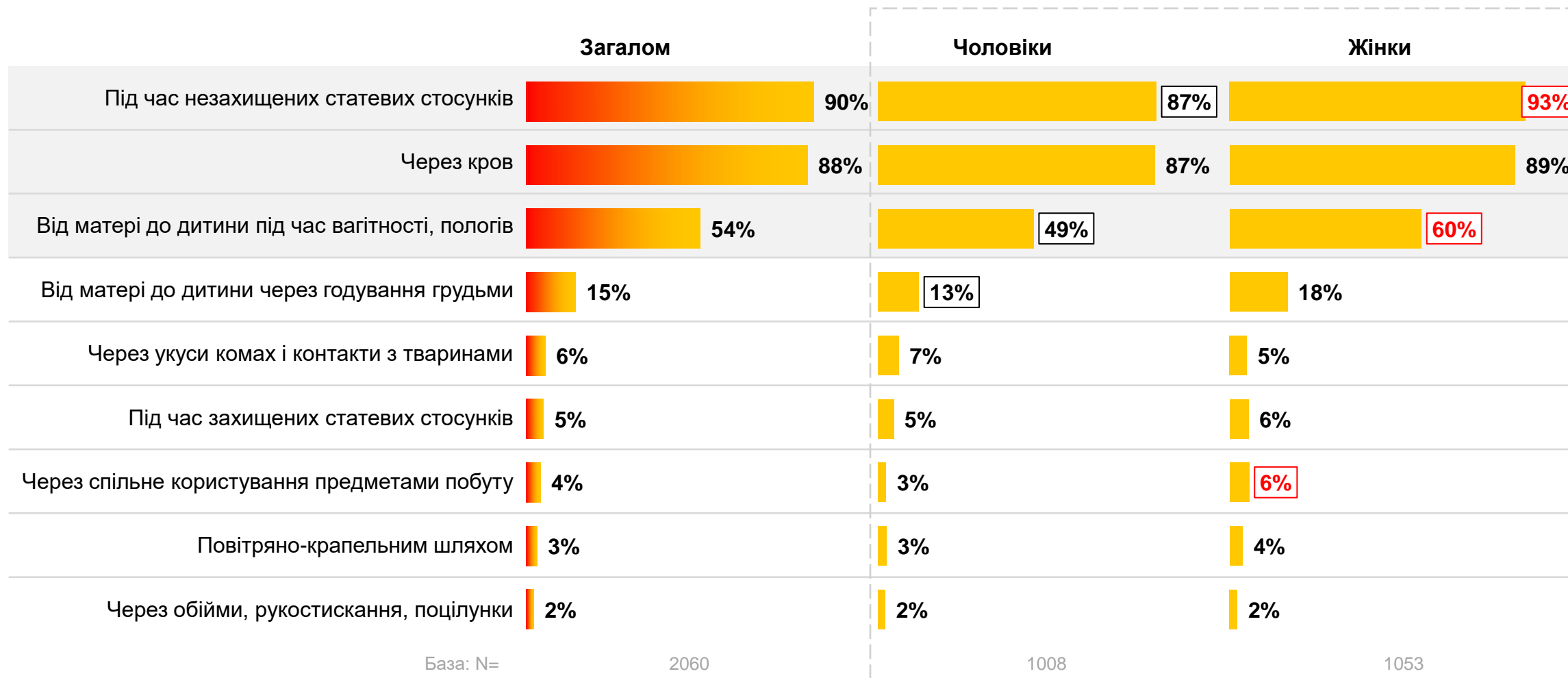


Чи можна захиститися від ВІЛ?



ШЛЯХИ, ЯКИМИ ПЕРЕДАЄТЬСЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА СТАТТЮ



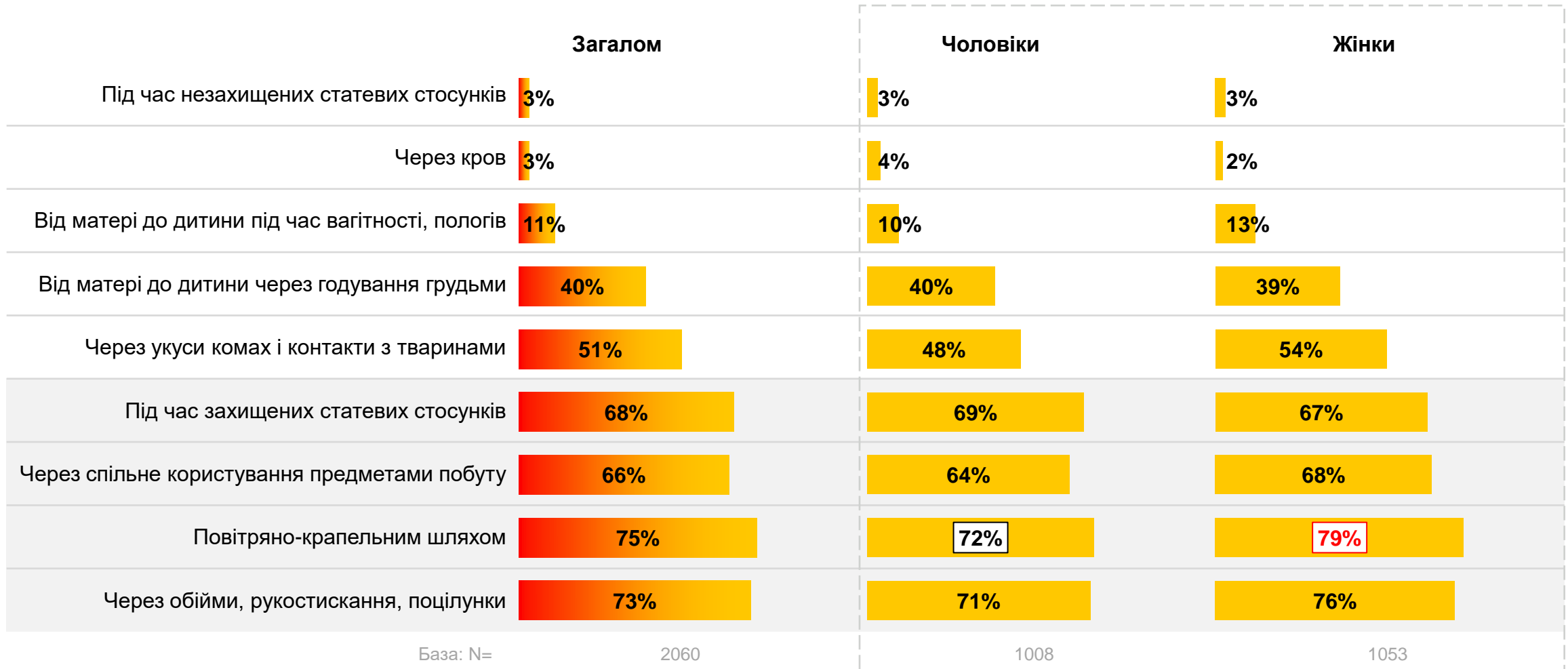
ШЛЯХИ, ЯКИМИ ПЕРЕДАЄТЬСЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА ВІКОМ

| | Загалом | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-60 |
|--|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Під час незахищених статевих стосунків | 90% | 83% | 90% | 92% | 91% | 89% |
| Через кров | 88% | 82% | 89% | 89% | 89% | 89% |
| Від матері до дитини під час вагітності, пологів | 54% | 43% | 64% | 55% | 58% | 40% |
| Від матері до дитини через годування грудьми | 15% | 30% | 20% | 11% | 13% | 9% |
| Через укуси комах і контакти з тваринами | 6% | 10% | 6% | 5% | 5% | 6% |
| Під час захищених статевих стосунків | 5% | 8% | 5% | 6% | 6% | 2% |
| Через спільне користування предметами побуту | 4% | 7% | 6% | 5% | 3% | 1% |
| Повітряно-крапельним шляхом | 3% | 13% | 2% | 2% | 3% | 1% |
| Через обійми, рукостискання, поцілунки | 2% | 4% | 3% | 1% | 3% | 2% |
| База: N= | 2060 | 235 | 485 | 575 | 484 | 281 |

ШЛЯХИ, ЯКИМИ НЕ ПЕРЕДАЄТЬСЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА СТАТТЮ



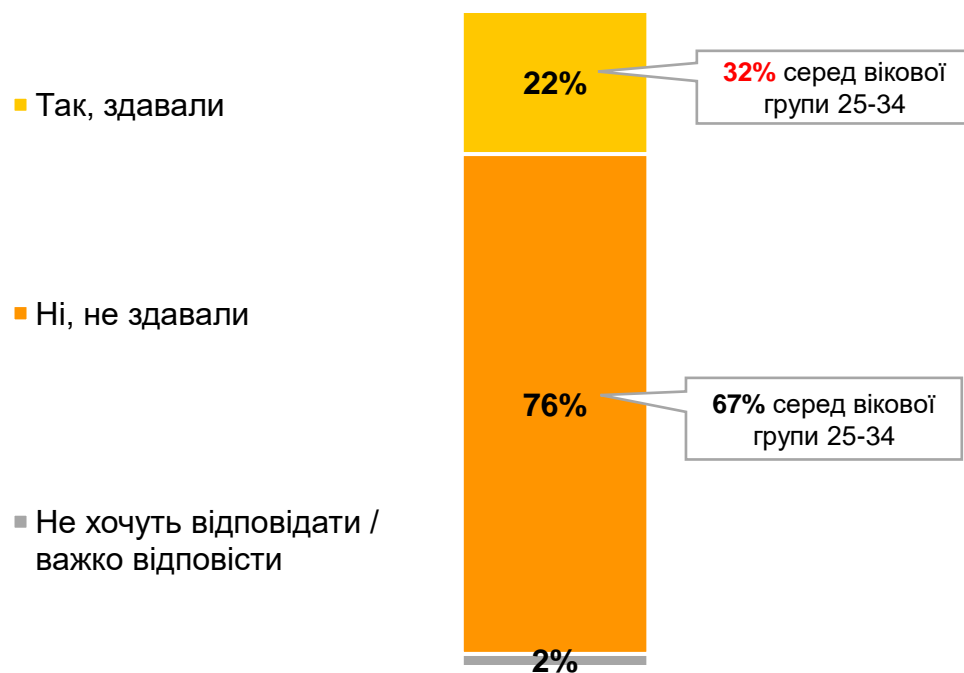
ШЛЯХИ, ЯКИМИ НЕ ПЕРЕДАЄТЬСЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА ВІКОМ

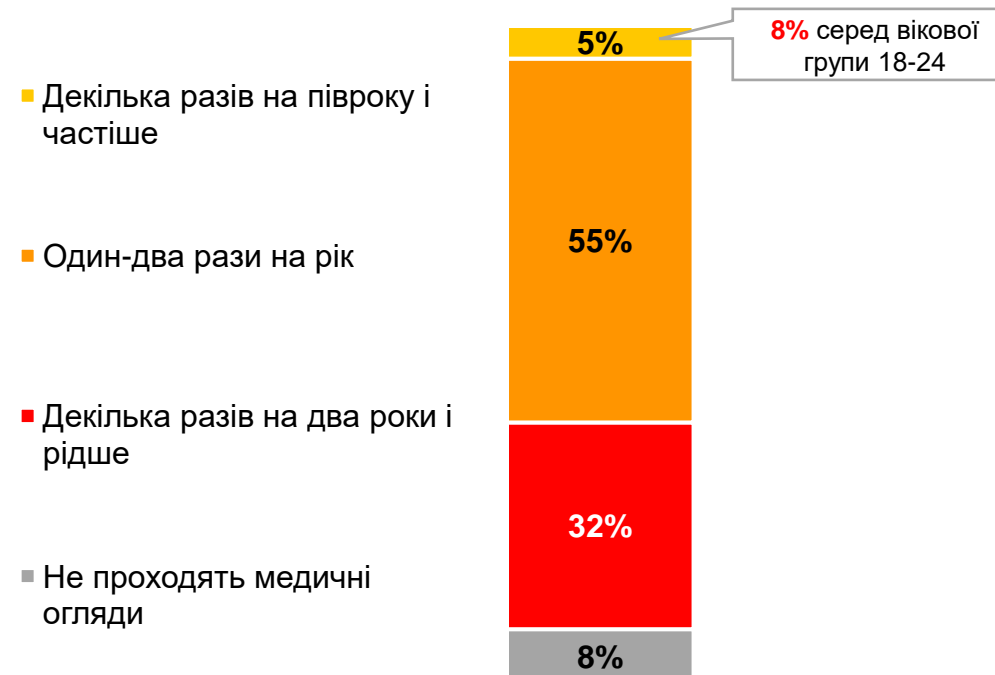
| | Загалом | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-60 |
|--|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Під час незахищених статевих стосунків | 3% | 4% | 2% | 3% | 4% | 3% |
| Через кров | 3% | 3% | 2% | 3% | 4% | 3% |
| Від матері до дитини під час вагітності, пологів | 11% | 16% | 10% | 12% | 9% | 12% |
| Від матері до дитини через годування грудьми | 40% | 32% | 41% | 40% | 44% | 38% |
| Через укуси комах і контакти з тваринами | 51% | 46% | 55% | 52% | 53% | 46% |
| Під час захищених статевих стосунків | 68% | 54% | 69% | 69% | 71% | 68% |
| Через спільне користування предметами побуту | 66% | 55% | 69% | 65% | 71% | 64% |
| Повітряно-крапельним шляхом | 75% | 65% | 75% | 76% | 78% | 78% |
| Через обійми, рукостискання, поцілунки | 73% | 75% | 75% | 73% | 75% | 66% |
| База: N= | 2060 | 235 | 485 | 575 | 484 | 281 |

ТЕСТУВАННЯ НА ВІЛ ТА ЧАСТОТА ПРОХОДЖЕННЯ МЕДИЧНИХ ОГЛЯДІВ

Чи здавали тест на ВІЛ за останній рік?



Частота проходження регулярних медичних оглядів



База: всі респонденти, N=2060

Чи здавали Ви тест на ВІЛ за останній рік?

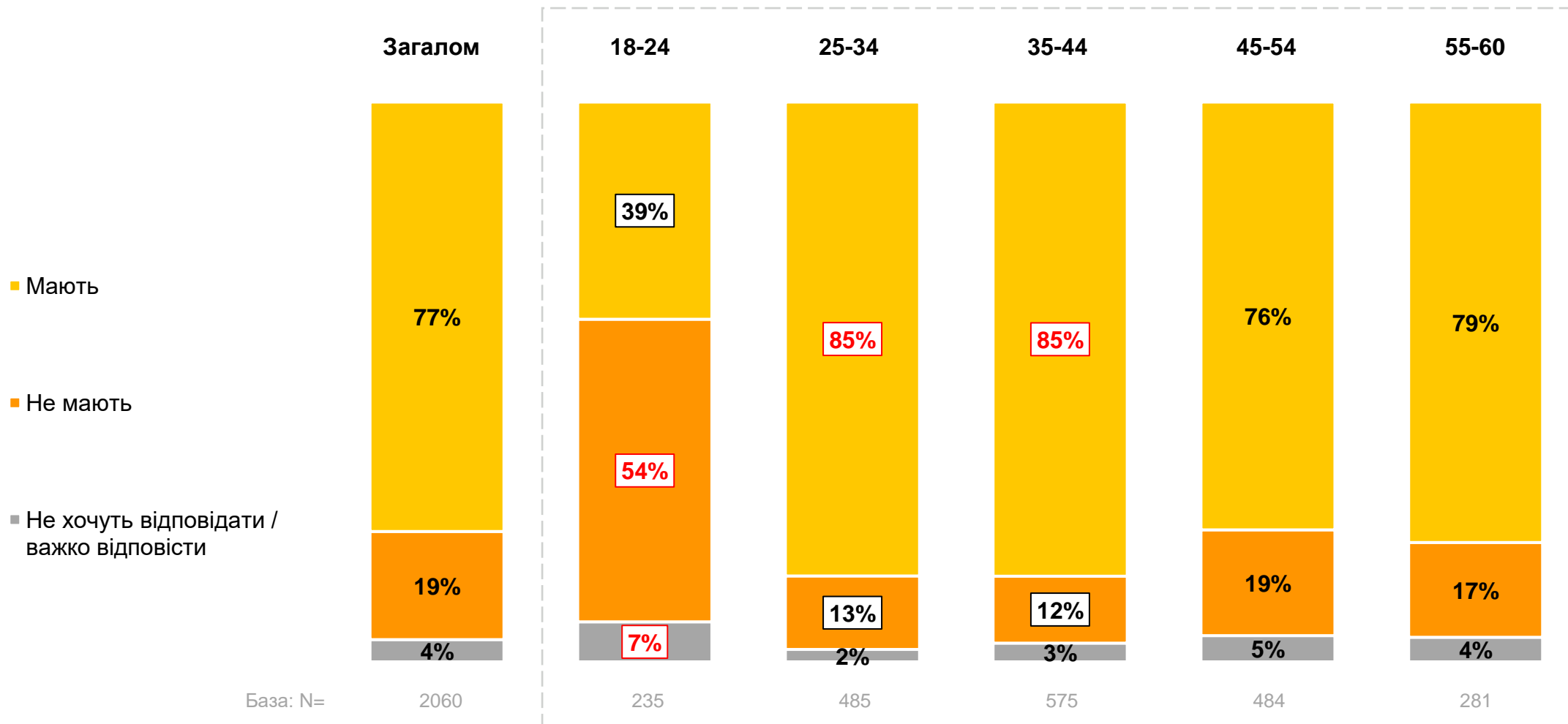
Як часто Ви проходите регулярні медичні огляди?

XX% - показник є значущо **вищим**, порівняно з усією вибіркою.

XX% - показник є значущо **нижчим**, порівняно з усією вибіркою.

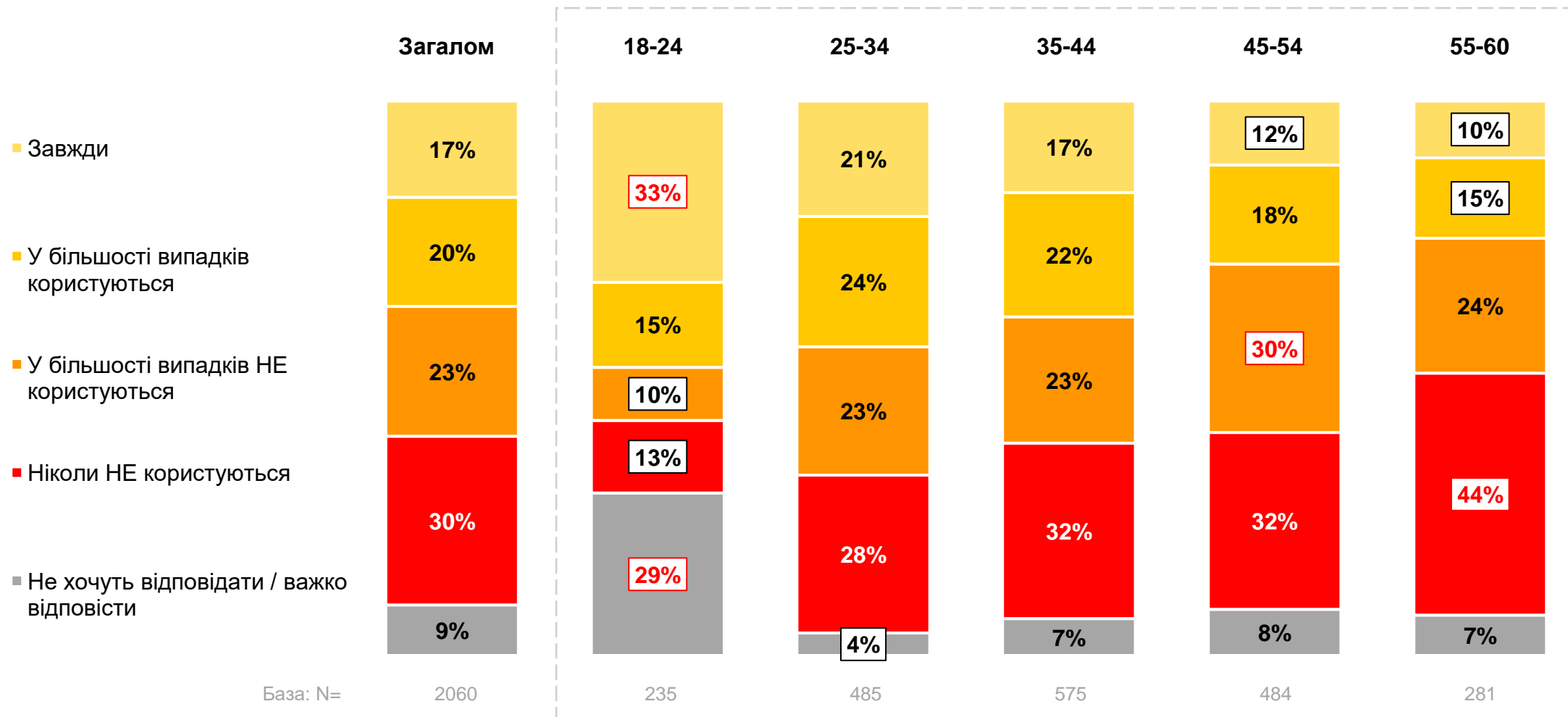
НАЯВНІСТЬ ПОСТІЙНОГО СЕКСУАЛЬНОГО ПАРТНЕРА

РОЗПОДІЛ ЗА ВІКОМ



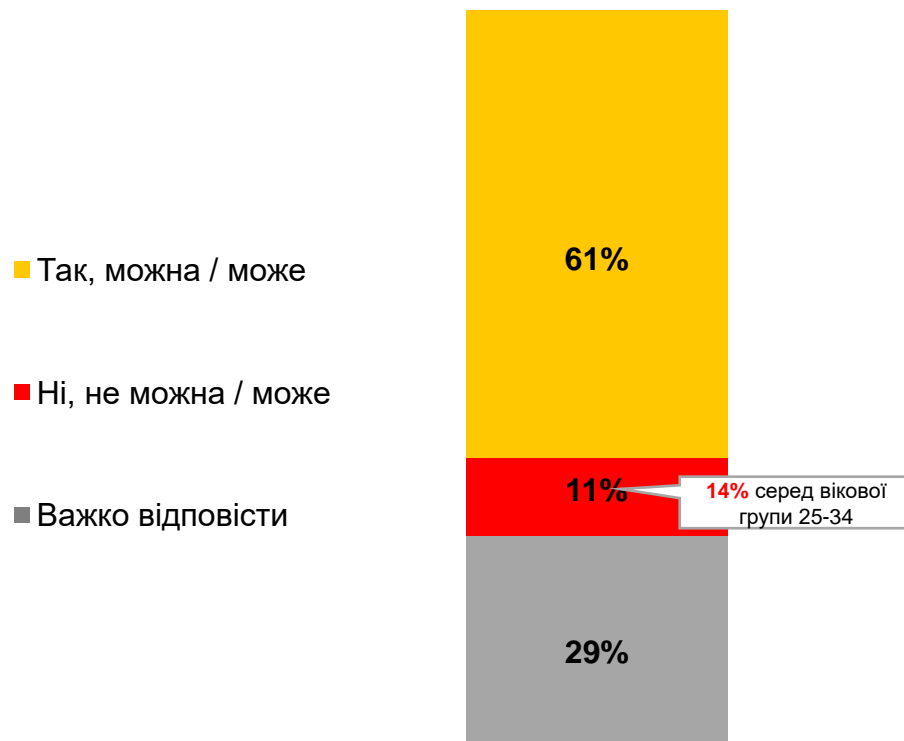
КОРИСТУВАННЯ ПРЕЗЕРВАТИВАМИ

РОЗПОДІЛ ЗА ВІКОМ

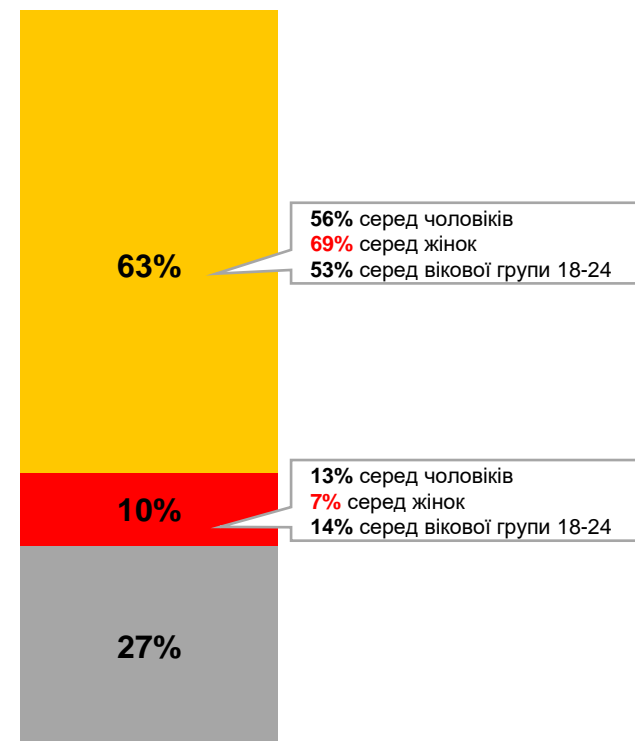


ПОВНОЦІННЕ ЖИТТЯ З ВІЛ

Чи можна жити повноцінним життям з ВІЛ?



Чи може ВІЛ-позитивна жінка народити ВІЛ-негативну дитину?



База: всі респонденти, N=2060

На Вашу думку, чи можна жити повноцінним життям з ВІЛ?

На Вашу думку, чи може ВІЛ-позитивна жінка народити ВІЛ-негативну дитину?

XX% - показник є значущо **вищим**, порівняно з усією вибіркою. 12

XX% - показник є значущо **нижчим**, порівняно з усією вибіркою.

ГРУПИ ПІДВИЩЕНОГО РИЗИКУ ЩОДО ІНФІКУВАННЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА СТАТТЮ



| | Загалом | Чоловіки | Жінки |
|-----------------------------------|---------|----------|-------|
| Люди, які займаються проституцією | 85% | 85% | 86% |
| Споживачі наркотиків | 85% | 84% | 86% |
| Сексуальні меншини | 54% | 58% | 50% |
| Медичні працівники | 43% | 37% | 49% |
| Безхатьки | 32% | 31% | 32% |
| Алкозалежні | 18% | 15% | 21% |
| Злочинці | 16% | 16% | 15% |
| Військові | 7% | 7% | 7% |
| Діти-сироти | 5% | 5% | 4% |
| Люди з інвалідністю | 1% | 1% | 1% |
| Вимушені переселенці | 1% | 1% | 1% |
| Люди похилого віку | 1% | 1% | |
| Важко відповісти | 4% | 3% | 4% |

База: N= 2060 (Загалом), 1008 (Чоловіки), 1053 (Жінки)

ГРУПИ ПІДВИЩЕНОГО РИЗИКУ ЩОДО ІНФІКУВАННЯ ВІЛ

РОЗПОДІЛ ЗА ВІКОМ



| | Загалом | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-60 |
|-----------------------------------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Люди, які займаються проституцією | 85% | 76% | 86% | 87% | 87% | 87% |
| Споживачі наркотиків | 85% | 72% | 80% | 89% | 86% | 93% |
| Сексуальні меншини | 54% | 46% | 47% | 55% | 61% | 59% |
| Медичні працівники | 43% | 37% | 40% | 50% | 43% | 40% |
| Безхатьки | 32% | 30% | 38% | 28% | 33% | 26% |
| Алкозалежні | 18% | 23% | 19% | 19% | 15% | 16% |
| Злочинці | 16% | 9% | 19% | 17% | 15% | 13% |
| Військові | 7% | 9% | 8% | 7% | 7% | 5% |
| Діти-сироти | 5% | 9% | 5% | 5% | 5% | 2% |
| Люди з інвалідністю | 1% | 1% | 1% | | 2% | |
| Вимушені переселенці | 1% | 3% | | 1% | 1% | 1% |
| Люди похилого віку | 1% | | 1% | | 2% | |
| Важко відповісти | 4% | 10% | 4% | 3% | 3% | 1% |
| База: N= | 2060 | 235 | 485 | 575 | 484 | 281 |



ТЕСТУВАННЯ МЕСЕДЖІВ



ОСНОВНІ KPI's меседжів

| | НАШЕ ПРАГНЕННЯ БУТИ ВІЛЬНИМИ | ФОКУС НА ЖИТТЯ | ПОПРИ СТРАХ | ДУМАЙ НАПЕРЕД / ПЛАНУЙ НАПЕРЕД |
|----------------------|---------------------------------|----------------|-------------|-----------------------------------|
| | Оцінка ідей | | | |
| Подобається | 76% | 74% | 74% | 78% |
| Погоджуються з ідеєю | 82% | 81% | 81% | 81% |
| Інформативність | 72% | 77% | 73% | 70% |
| Сподобався НАЙБІЛЬШЕ | 14% | 20% | 13% | 32% |
| Сподобався НАЙМЕНШЕ | 13% | 8% | 12% | 10% |
| | Емоційне сприйняття | | | |
| Обережність | 28% | 27% | 25% | 17% |
| Довіра | 28% | 20% | 21% | 22% |
| Спокій | 20% | 13% | 13% | 16% |
| Інтерес | 17% | 16% | 16% | 18% |
| Надія | 13% | 18% | 17% | 30% |
| Байдужість | 8% | 5% | 7% | 8% |
| Занепокоєння | 6% | 17% | 12% | 7% |
| Напруженість | 5% | 10% | 8% | 4% |
| Тривога | 4% | 13% | 8% | 5% |

НАШЕ ПРАГНЕННЯ БУТИ ВІЛЬНИМИ

Багато хто каже, що презерватив сковує, не дає волю відчуттю, але ж навпаки — вдягаючи презерватив ти даєш собі волю вберегтись від небажаної вагітності і не хворіти

ФОКУС НА ЖИТТЯ

Під час війни турбота про здоров'я відходить на другий план, адже формується думка, що зараз «не до цього». У кризові часи легко втратити увагу до себе. В пріоритеті інші питання. Але саме зараз збільшуються ризики захворіти на ВІЛ, Україна посідає перше місце у Європі зі швидкості поширення ВІЛ. Якщо повернути фокус на своє здоров'я, можна вчасно взяти його під контроль

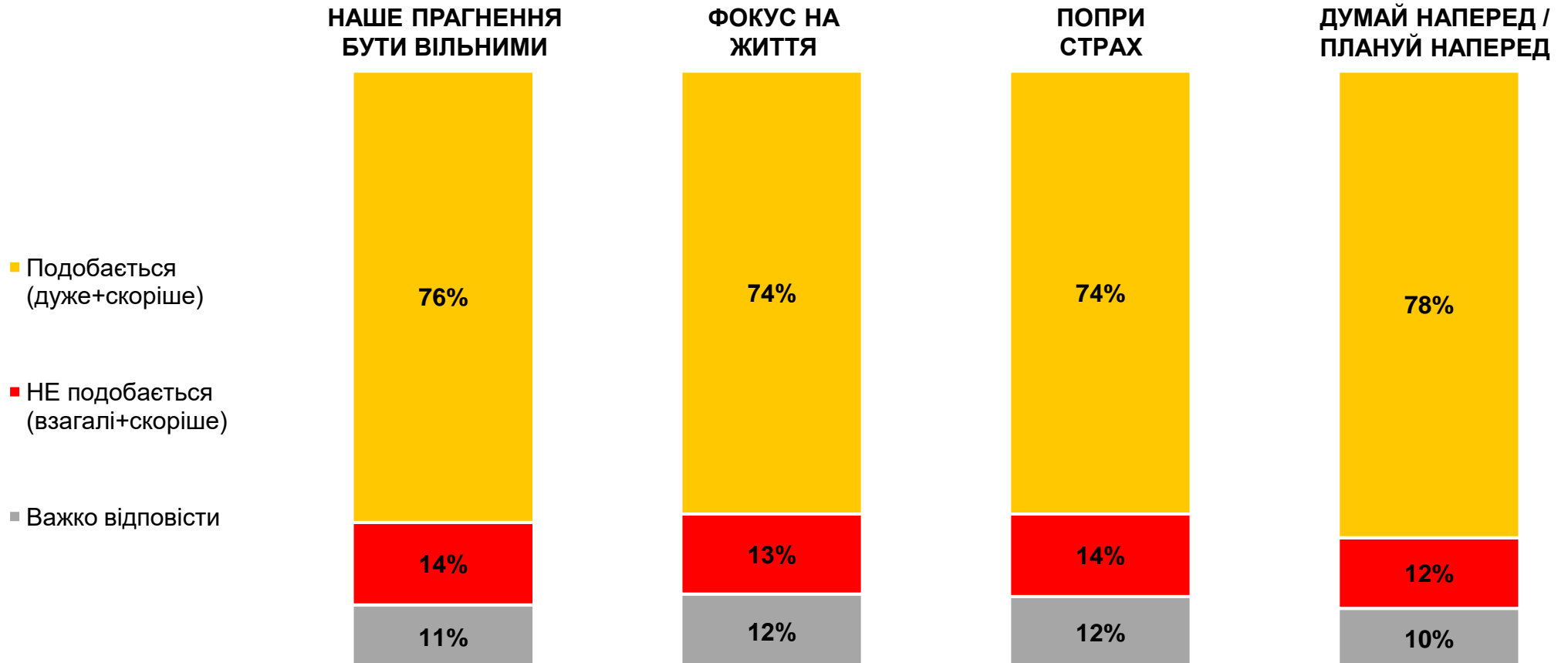
ПОПРИ СТРАХ

Українці перестали боятися сирен, працюють під звуки вибухів, захищають країну на фронті, але бояться тестуватися на ВІЛ. Боятися — нормально. Страх — це природна реакція на невідоме. Але не можна дати страху стати на заваді свого здоров'я

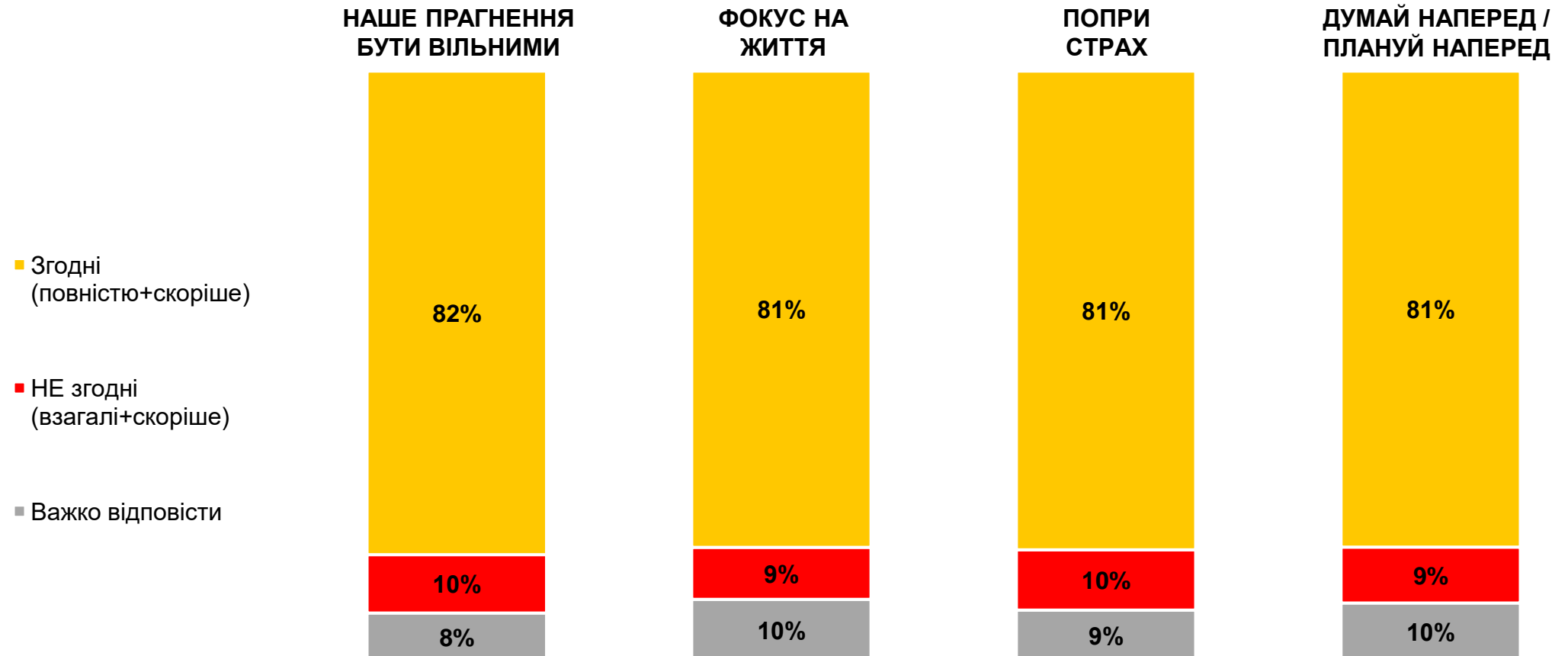
ДУМАЙ НАПЕРЕД / ПЛАНУЙ НАПЕРЕД

В умовах невизначеності складно дивитися в майбутнє та щось планувати. Як би складно не було сьогодні, усе минає. І про майбутнє треба думати вже зараз, адже «життя одним днем» забирає шанси на безпечне завтра

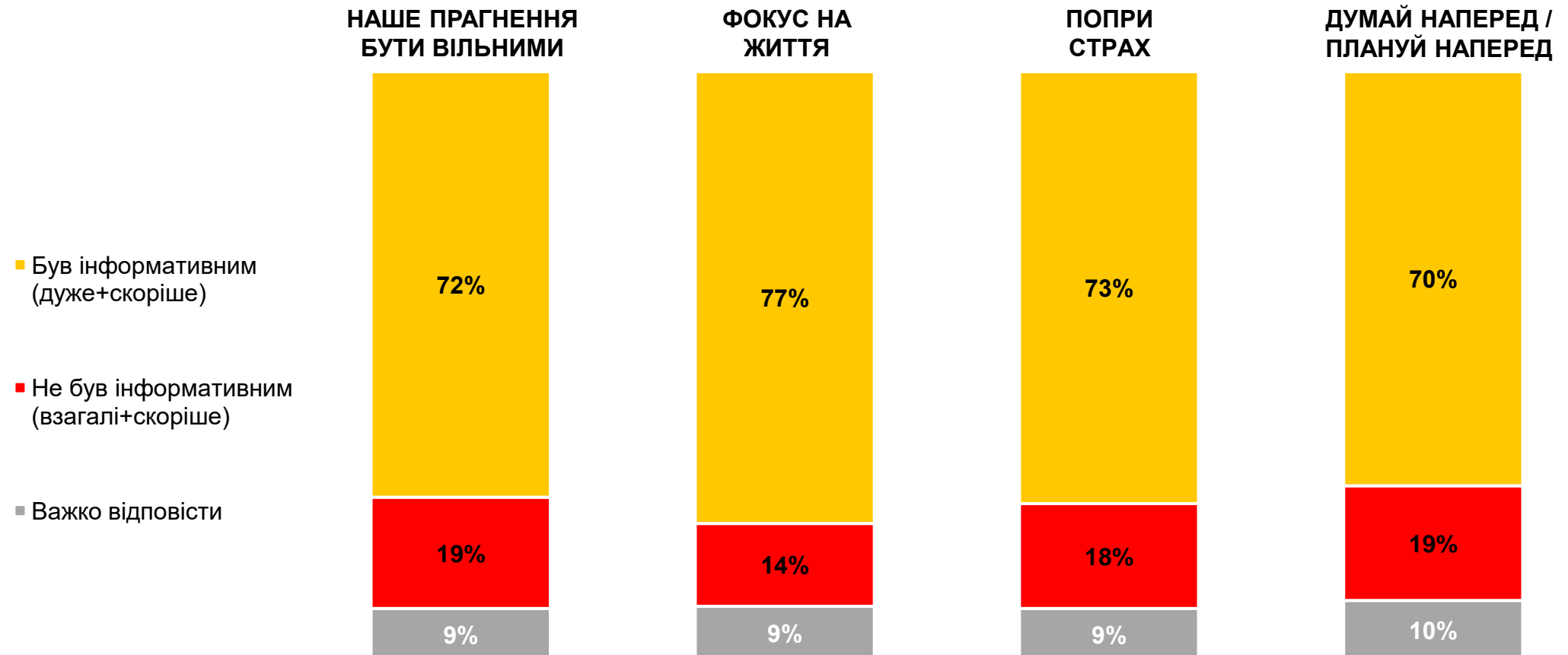
ЧИ ПОДОБАЄТЬСЯ МЕСЕДЖ?



ЧИ ПОГОДЖУЮТЬСЯ З ІДЕЄЮ МЕСЕДЖУ?



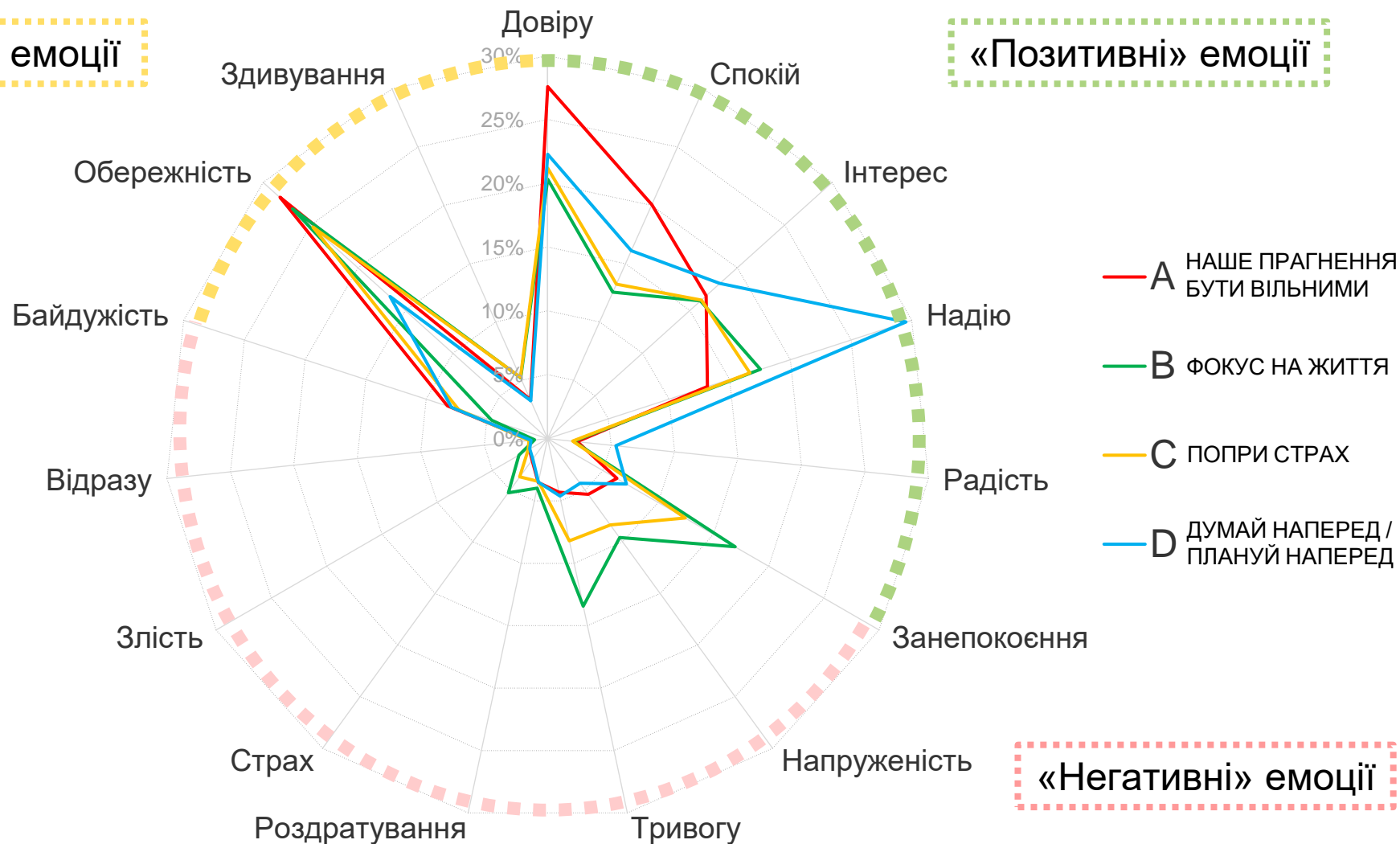
ЧИ БУВ МЕСЕДЖ ІНФОРМАТИВНИМ?




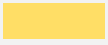



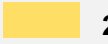















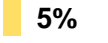


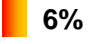



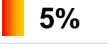






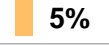
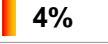
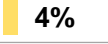
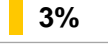

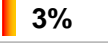
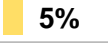
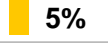
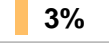
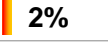



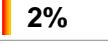
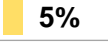
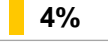
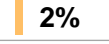
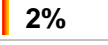
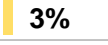
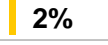
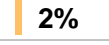


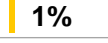





ЕМОЦІЇ ПІСЛЯ ОЗНАЙОМЛЕННЯ З МЕСЕДЖАМИ

«Нейтральні» емоції

«Позитивні» емоції



ЯКІ ЕМОЦІЇ ВИКЛИКАЄ МЕСЕДЖ?

| | НАШЕ ПРАГНЕННЯ БУТИ ВІЛЬНИМИ | ФОКУС НА ЖИТТЯ | ПОПРИ СТРАХ | ДУМАЙ НАПЕРЕД / ПЛАНУЙ НАПЕРЕД |
|------------------|---|---|---|---|
| Обережність |  28% |  27% |  25% |  17% |
| Довіру |  28% |  20% |  21% |  22% |
| Спокій |  20% |  13% |  13% |  16% |
| Інтерес |  17% |  16% |  16% |  18% |
| Надію |  13% |  18% |  17% |  30% |
| Байдужість |  8% |  5% |  7% |  8% |
| Занепокоєння |  6% |  17% |  12% |  7% |
| Напруженість |  5% |  10% |  8% |  4% |
| Тривогу |  4% |  13% |  8% |  5% |
| Роздратування |  4% |  4% |  3% |  4% |
| Здивування |  3% |  5% |  5% |  3% |
| Радість |  2% |  2% |  2% |  5% |
| Страх |  2% |  5% |  4% |  2% |
| Злість |  2% |  3% |  2% |  2% |
| Відразу |  1% |  1% |  1% |  1% |
| Важко відповісти |  15% |  14% |  16% |  15% |

ЯКИЙ МЕСЕДЖ СПОДОБАВСЯ НАЙБІЛЬШЕ / НАЙМЕНШЕ?



База: всі респонденти, N=2060

Який з цих меседжів сподобався Вам найбільше?

Який з цих меседжів сподобався Вам найменше?

XX% - показник є значущо вищим, порівняно з усією вибіркою. 23

XX% - показник є значущо нижчим, порівняно з усією вибіркою.

ЧИМ САМЕ СПОДОБАВСЯ МЕСЕДЖ?

| | НАШЕ ПРАГНЕННЯ БУТИ ВІЛЬНИМИ | ФОКУС НА ЖИТТЯ | ПОПРИ СТРАХ | ДУМАЙ НАПЕРЕД / ПЛАНУЙ НАПЕРЕД |
|--|---------------------------------|-------------------|----------------|-----------------------------------|
| Цінність свободи, волі / транлює національні цінності українців | 20% | | | |
| Сподобався усім / просто сподобався / не дратує | 10% | 3% | 2% | 3% |
| Пропагує цінність здоров'я / спонукає дбати про здоров'я | 9% | 7% | 11% | 4% |
| Актуальний / актуальна тема, проблема | 7% | 3% | 4% | 2% |
| Доступний / зрозумілий / чіткий, лаконічний | 6% | 4% | 3% | 2% |
| Цікавий / прикольний / гарний, приємний | 6% | 3% | 5% | 2% |
| Інформативний | 5% | 8% | 4% | 4% |
| Дає надію на майбутнє / життя, надихає / дає впевненість у майбутньому | 5% | 8% | 6% | 16% |
| Стверджує цінність життя, любов до нього | 4% | 16% | 2% | 4% |
| Сюжет, зміст, подання інформації, слоган | 4% | 4% | 1% | 3% |
| Зачіпає / змушує задуматись / думати про майбутнє / планувати його | 3% | 5% | 6% | 24% |
| Відволікає від війни / допомагає долати страх | 3% | 1% | 14% | 2% |
| Відображає бачення людини / відповідає потребам / світогляду / позиції | 3% | 9% | 8% | 11% |
| Правильний, правдивий / влучний | 3% | 3% | 4% | 3% |
| Мотивуючий, повчальний | 2% | 3% | 4% | 2% |
| Позитивний / дарує позитивні емоції / оптимістичний | 2% | 3% | 2% | 3% |
| Близький до реалій сьогодення / життя, життєвий | 2% | 5% | 3% | 2% |
| Викликає довіру, заспокоює | 1% | 1% | 1% | 2% |
| Закликає думати про наслідки вчинків / спершу думати, потім діяти | | | | 6% |
| Важко відповісти | 10% | 9% | 12% | 6% |



СОЦІАЛЬНО- ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ

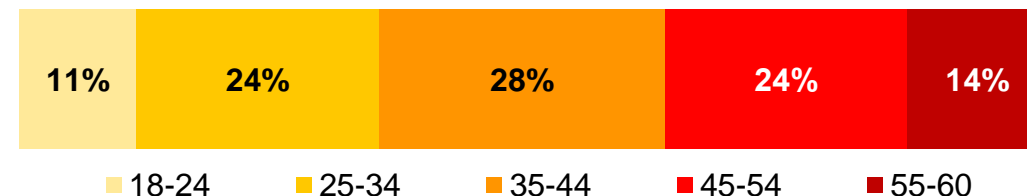


СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ (1/2)

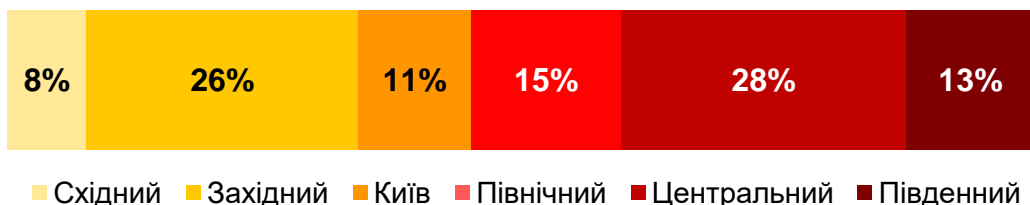
Стать



Вік



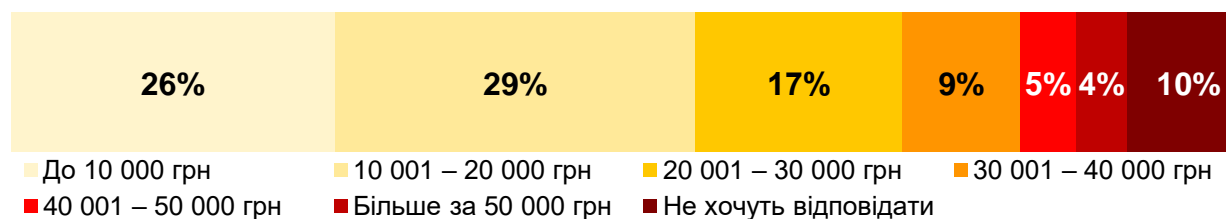
Регіон



Розмір населеного пункту



Середньомісячний сімейний дохід



СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ (2/2)

Сімейний статус



Рівень освіти



Рід занять



Gradus Research
Company

