

<https://doi.org/10.15407/socium2025.04.189>
УДК 303.62



Creative Commons Attribution 4.0 International

Демчук В.С., соціолог проєкту U-Report, ГО "ЮСАП", вул. Воздвиженська, 51-А, Київ, 04071, Україна, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

**ДАЙДЖЕСТ ОПИТУВАНЬ U-REPORT: ІV КВАРТАЛ 2025 Р.
(ДЕНЬ УКРАЇНСЬКОЇ ПИСЕМНОСТІ ТА МОВИ, ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА
Й ЗВИЧКИ МОЛОДІ, ОБІЗНАНІСТЬ І ПОТРЕБИ МОЛОДІ
У ДОСТУПІ ДО ОСВІТНІХ, ПРОФЕСІЙНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ)**

Показано результати опитувань інноваційного молодіжного проєкту U-Report за жовтень – грудень 2025 р. на теми дня української писемності та мови, фінансової безпеки та звичок молоді, обізнаності та потреб молоді у доступі до освітніх, професійних і соціальних послуг.

Ключові слова: *U-репорт, думка молоді, молодь, писемність, мова, книги, культура, фінанси, безпека, заощадження, шахрайство, послуги, можливість.*

Demchuk V.S., sociologist in the U-Report project, NGO "YOUTHUP", 51-A, Vozdvyzhenska Str., Kyiv, 04071, Ukraine, email: valiademchuk18@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1022-0843>

**DIGEST OF U-REPORT SURVEYS: IV QUARTER OF 2025
(DAY OF UKRAINIAN LITERATURE AND LANGUAGE, FINANCIAL
SECURITY AND HABITS OF YOUNG PEOPLE, AWARENESS AND NEEDS
OF YOUNG PEOPLE IN ACCESS TO EDUCATIONAL,
PROFESSIONAL AND SOCIAL SERVICES)**

The results of surveys of the innovative youth project U-Report are demonstrated for October – December 2025 on topics such as day of Ukrainian literature and language, financial security and habits of young people, awareness and needs of young people in access to educational, professional and social services.

Keywords: *U-Report, youth opinion, youth, writing, language, books, culture, finance, security, savings, fraud, services, opportunity.*

Громадська організація "ЮСАП" спільно з 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 соціальні мережі "Фейсбук Месенджер",

¹ Приєднатись до U-Report можна у трьох чат-ботах соціальних мереж "Фейсбук Месенджер", "Телеграм", "Вайбер". Щоб запустити бот, потрібно написати слово "старт". Інформацію про проєкт, посилання на чат-боти, а також результати опитувань можна знайти за посиланням: <https://ukraine.ureport.in/about/>.

© Демчук В.С., 2025

“Телеграм”, “Вайбер”. Результати опитувань використовуються у діяльності урядових установ, громадських об’єднань і міжнародних організацій. Сьогодні U-Report реалізовується у 96 країнах світу та налічує майже 37 млн учасників. В Україні кількість U-репортерів становить близько 170 тис. осіб і постійно зростає. За 9 років проекту команда U-Report запустила понад 300 опитувань на актуальні теми для молоді та провела більше ніж 500 презентацій і тренінгів в Україні.

U-Report – простий спосіб молоді донести свою думку до осіб, які приймають рішення. Останні публікації висвітлюють питання фізичної активності, менструальної гігієни, технік самодопомоги, вакцинації, індексу значущості молоді, участі в процесах відновлення країни, молодіжної політики та читацьких вподобань [1]. Висвітлювалися плани молоді щодо майбутнього, досвід волонтерства [2], а також профорієнтація у шкільному середовищі, студентське самоврядування й освітні потреби школярів [3]. Останні матеріали були присвячені таким темам: як молодь бачить українську культуру, екозвички та думки про кліматичну політику, ставлення молоді до донорства крові [4] та учнівське самоврядування, онлайн-насильство проти жінок і дівчат, майбутні плани молоді [5].

Респонденти мали можливість обирати кілька варіантів відповіді, тому сума відсотків може не дорівнювати 100% в деяких питаннях. Опитування U-Report не є репрезентативними, а вибірка складається з користувачів чат-ботів U-Report.

Опитування “День української писемності та мови” проводилось у партнерстві з Українським інститутом книги. Метою опитування було з’ясувати читацькі вподобання молоді та те, як вони змінилися після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну, зокрема рівень зацікавленості українською літературою та оцінку доступності перекладів українською мовою в книгарнях. Результати опитування використовуються для підготовки якісних, заснованих на фактах матеріалів для ЗМІ та соціальних мереж УК та U-Report, щоб привернути увагу до української книги та підтримати культуру читання серед молоді. Опитування проводили 16–23 жовтня 2025 р., у ньому взяли участь 5624 респонденти віком 14–35 років.

Більшість опитаної молоді найчастіше читає книжки українською мовою – так відповіли 84,7% учасників опитування. Російською читають 8,5%, англійською – 5,8%, іншими мовами –1,1% (рис. 1). Перевага української мови спостерігається у всіх вікових групах: від 83,3% серед молоді віком 18–24 роки до 86,9% серед опитаних віком 30–35 років. Частка читачів російською мовою з віком дещо зменшується, тоді як англійською стабільно тримається на рівні 3–8% залежно від групи. Статевий розподіл також демонструє цікаві відмінності: серед жінок українською мовою читають 86,6%, тоді як серед чоловіків –79%. Натомість чоловіки частіше, ніж жінки, обирають російську (12,2% проти 7,2%) та англійську (7% проти 5,4%) мови. Дані свідчать про домінування української мови читання серед молоді.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну майже половина опитаних змінила мовні звички читання. Зокрема, 25,6% (N = 5350) респондентів повністю перейшли на українську, ще 21,3% зазначили, що почали читати українською більше, ніж раніше. Водночас 6,8% молоді повідомили про зростання читання іноземними мовами. Для 46,4% учасників опитування мовні практики не змінилися. Такі

результати свідчать про помітну тенденцію до посилення позицій української мови в читацькому середовищі та загальне підвищення інтересу до україномовного контенту серед молоді.

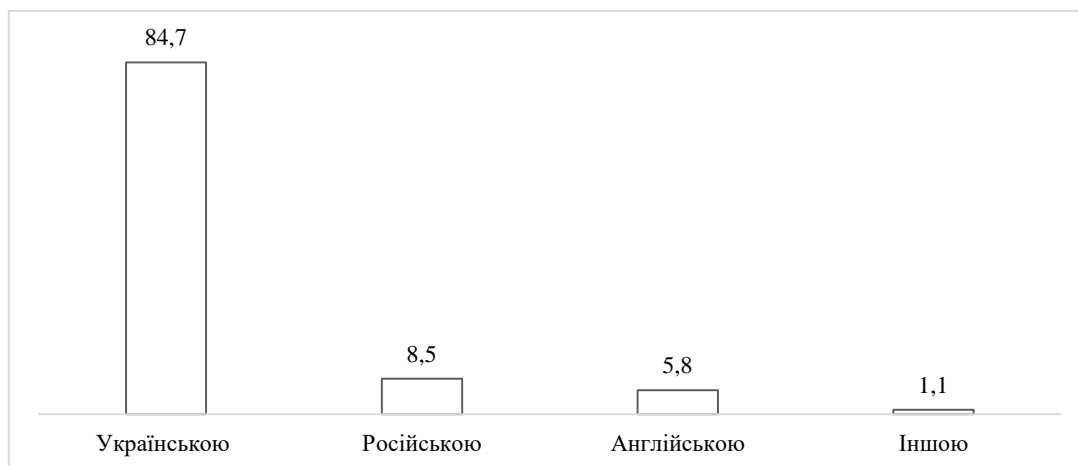


Рис. 1. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Якою мовою Ви найчастіше читаете книжки?”, N = 5624, %

Переважна більшість молоді, купуючи книжки зарубіжних авторів, обирає українські переклади – так відповіли 71,2% учасників опитування, N = 5229. Лише 8,5% віддають перевагу мові оригіналу, тоді як для 11,5% мова не є визначальним фактором. Не купують книжки іноземних авторів 8,9% респондентів. Віковий розподіл демонструє чітку тенденцію: із дорослішанням зростає частка опитаних, які обирають український переклад – від 64,5% серед підлітків віком 14–15 років до 81,8% серед молоді віком 30–35 років. Чоловіки рідше, ніж жінки, обирають переклади (61,8% проти 74,3%) та частіше зазначають, що мова неважлива. Виявлено також регіональні відмінності: найвищий рівень вибору українських перекладів фіксується на заході України (77,4%) та в Києві (72,7%), тоді як найнижчий – на сході (62,6%) та півдні (62,2%) України, де також частіше обирають мову оригіналу або купують книжки за наявності. Загалом дані свідчать про високу довіру молоді до українських перекладних видань і зростання попиту на них.

Більшість молоді оцінює наявність перекладної літератури українською як достатню або частково достатню. Так, 39% респондентів вважають, що перекладів у книгарнях достатньо, тоді як 42,3% зазначають, що їх вистачає лише частково і хотілося б більше (рис. 2). Водночас 9,1% відчувають брак таких видань, а 9,5% вагалися з відповіддю. Віковий розподіл демонструє відносну стабільність оцінок, проте у віковій групі 30–35 років дещо зростає частка опитаних, які відчувають нестачу перекладів (13,7%). Жінки частіше, ніж чоловіки, відповідають, що перекладів частково достатньо (44,9% проти 34,5%), тоді як чоловікам частіше, ніж жінкам, їм бракує (12,8% проти 7,9%). Регіональні дані переважно однакові, проте найвищий запит на збіль-

шення перекладних видань фіксується в Києві (45,5%) та на заході України (46,5%), тоді як у центрі дещо більше U-репортерів, які вважають наявні переклади достатніми (42,8%). Всі ці результати свідчать про стійкий попит молоді на ширший вибір україномовних перекладних книжок і загальну позитивну оцінку їхньої доступності.

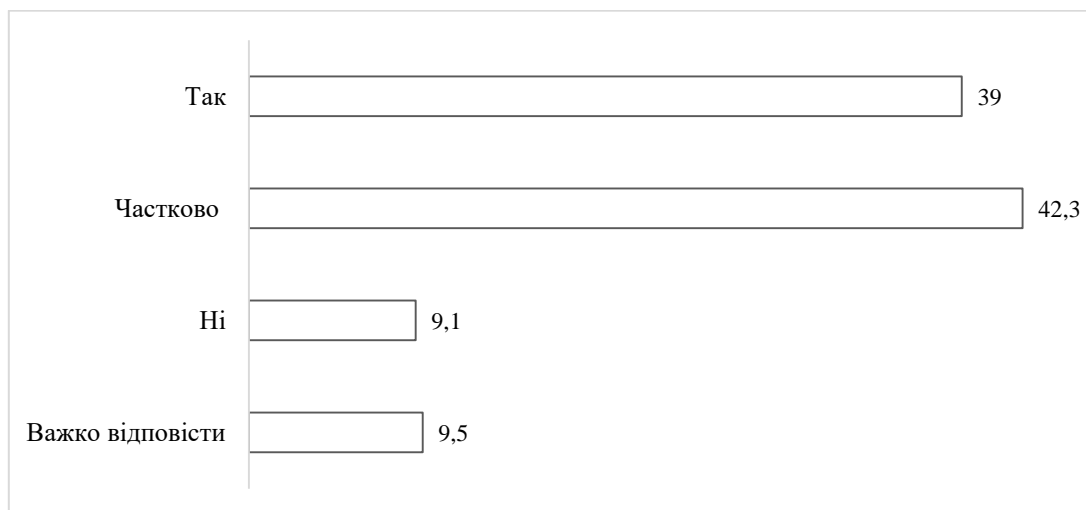


Рис. 2. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: "Чи достатньо в українських книгарнях перекладної літератури українською мовою?", N = 5070, %

Опитана молодь загалом вважає, що українська література присутня в медіапросторі, однак рівень її популяризації не є достатнім. Лише 30% опитаних відповіли, що її популяризація є достатньою, тоді як найбільша частка (36,6%) зазначила, що українську літературу висвітлюють частково, але хотілося б більше, N = 4927. Ще 19,2% вважають, що вона недостатньо популяризована. Жінки частіше, ніж чоловіки, підтримують ідею більшої присутності української літератури в медіа (38,7% проти 30,1%), а чоловіки частіше, ніж жінки, взагалі не слідкують за цією темою або вважають, що популяризація не потрібна. Регіональні відмінності є незначними, проте найвищий запит на посилення популяризації фіксується у Києві (40,9%) та на заході України (38,6%). Дані демонструють стійку потребу молоді в ширшій та якіснішій присутності української літератури в українських медіа.

Серед інструментів популяризації української літератури молодь найефективнішими вважає ті, що поєднують живе спілкування, доступність і активну присутність у цифровому просторі. Абсолютним лідером стали соціальні мережі та блогери, які розповідають про книжки: їх зазначили 62,5% (N = 4246) респондентів, що підкреслює роль цифрових платформ у формуванні читацьких уподобань молоді. Друге місце посідають книжкові фестивалі й ярмарки (54,9%), які залишаються важливими культурними подіями та просторами для знайомства з новими авторами. Значна частка опитаних також виокремлює знижки й акційні пропозиції у книгарнях (40,1%), що

свідчить про важливість доступності книжок. Літературні зустрічі з авторами та книжкові клуби отримали по 31,7%, а освітні програми – 30,6%, що вказує на стійкий інтерес до формальних і неформальних форм читання. Про державні та місцеві програми підтримки видавництва зазначили 24,4% молоді, рекламні кампанії вважають ефективними 19,7% опитаних. Такі результати відображають комплексний підхід наших респондентів до популяризації літератури, де поєднуються онлайн-інструменти, подієві формати та економічні стимули.

Ініціативи з обміну книжок російською на нові українською отримують широку підтримку серед молоді: 13,7% вже брали участь у таких акціях, 49,4% хотіли б дізнатися про них більше, а ще 13,3% вже позбулися російських книжок іншим способом, N = 4161. Нейтрально ставляться до цього 14,3% опитаних, а 4,4% вважають акції непотрібними. Вікові відмінності показують, що із зростанням віку частка тих, які вже брали участь або хотіли би більше дізнатися, зростає, а нейтральні відповіді зменшуються. Жінки частіше, ніж чоловіки, зацікавлені у таких ініціативах (52,1% проти 41,4%), а чоловіки дещо частіше, ніж жінки, нейтральні або негативні. За результатами опитування, наявний високий рівень підтримки та готовності молоді брати участь у заходах, що сприяють заміщенню російської літератури українською та популяризації української книги.

Отже, більшість опитаної молоді віддає перевагу читанню українською мовою та активно цікавиться українськими перекладами зарубіжної літератури. Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну значна частка респондентів почала читати більше українською. Молодь вважає, що перекладної літератури достатньо, хоча бажає більшого вибору, і що українська література потребує ширшої популяризації в медіа. Найефективнішими інструментами популяризації української літератури молодь вважає соціальні мережі, книжкові фестивалі та знижки у книгарнях. Ініціативи з обміну книжок російською мовою на нові українською мовою користуються широкою підтримкою та зацікавленістю. Результати свідчать про стійку увагу молоді до української літератури та бажання більшої доступності та промоції книг українською мовою.

Опитування “Фінансова безпека та звички молоді” було проведене разом з Національним банком України з 28 жовтня по 5 листопада 2025 р. Мета опитування – визначити рівень обізнаності молоді про фінансове шахрайство та дослідити звички молоді щодо заощаджень. Результати планується використати для створення цільових та ефективних навчальних матеріалів і кампаній, спрямованих на підвищення фінансової стійкості та безпеки серед молоді. В опитуванні взяли участь 2828 учасників віком 14–35 років.

Рівень фінансової грамотності серед молоді за останні три роки демонструє невелике, але стабільне зростання. У 2023 р. середня оцінка становила 3,12, у 2024 р. – 3,15, у 2025 р. – 3,16. Дані наведені з наших попередніх опитувань з НБУ серед молоді 2023–2025 рр. (N = 4314, N = 6167 та N = 2828 відповідно). Це свідчить про поступове підвищення впевненості молоді у власних фінансових знаннях, хоча загалом рівень залишається середнім і потребує подальшого розвитку через освітні ініціативи.

За даними опитування, більшість молоді зацікавлена у поглибленні знань про управління власними фінансами. У 2025 р. 74,8% респондентів зазначили, що відчувають потребу дізнатися більше про фінансову грамотність, тоді як 25,2% не потребують цього, N = 2762. Для порівняння, у 2023 р. потребу в додаткових знаннях висловили 83,4% молоді, N = 4178. Це свідчить про деяке зниження зацікавленості у фінансовій освіті за два роки, що підкреслює важливість проведення цільових навчальних кампаній і матеріалів для підтримки фінансової обізнаності серед молоді.

Більшість молоді намагається заощаджувати гроші у різний спосіб. У 2025 р. серед 1868 респондентів 21,4% повідомили, що постійно заощаджують, 42,6% – що заощаджують, коли є можливість, 23,1% намагаються, але не завжди виходить, 10,3% планують заощаджувати, коли буде більше грошей, а 2,6% вважають, що заощадження не мають сенсу. Для порівняння, у 2024 р. серед 4060 учасників 19,4% постійно заощаджували, 44,9% – заощаджували, коли є можливість, 23,3% намагалися заощаджувати, 10,5% планували робити це при збільшенні доходів, а 1,9% вважали заощадження безглуздими (рис. 3). Дані свідчать про поступове, але стабільне формування культури заощаджень серед молоді.

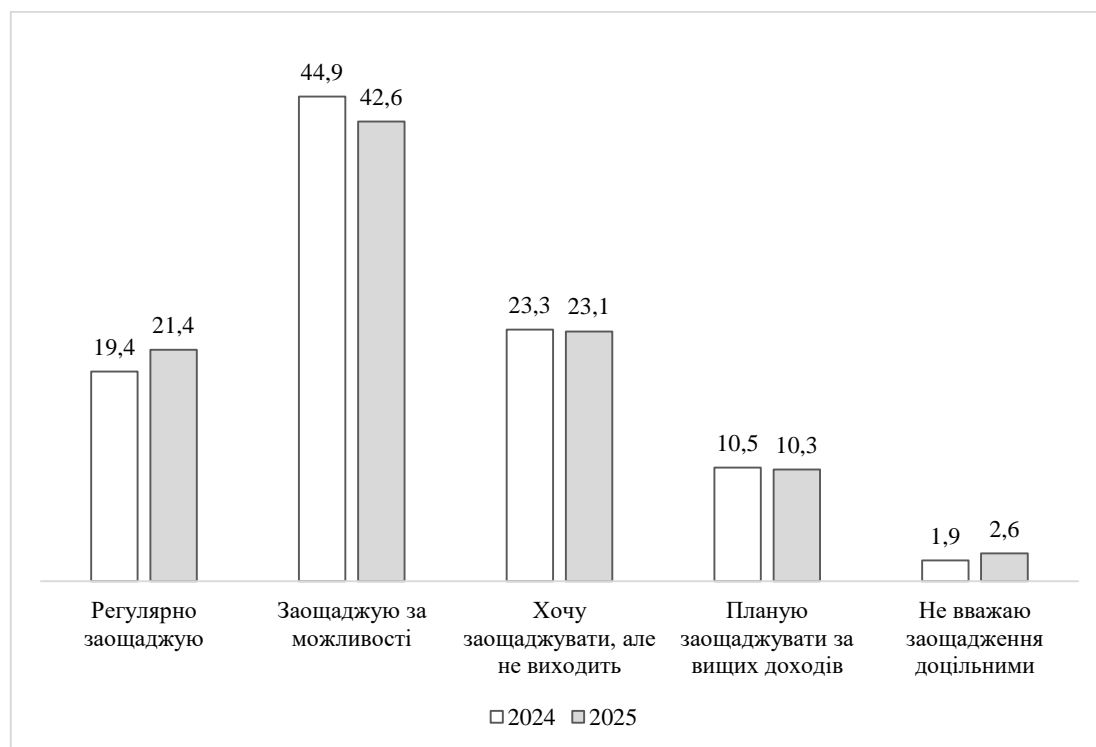


Рис. 3. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Оберіть твердження, яке найбільш точно описує Вашу практику фінансових заощаджень” у 2024 р., N = 4060, та 2025 р., N = 1860, %

За підсумками опитування, більшість молоді зазначає, що їхня здатність заощаджувати за останній рік зменшилася: 37,8% респондентів відкладають менше, ніж раніше. Водночас у 22,8% можливість заощаджувати зміцнилася, а для 27,8% вона не змінилася, водночас 11,6% опитаних відповіли, що не заощаджують (рис. 4). Статевий розподіл показує схожу тенденцію: як серед чоловіків, так і серед жінок найбільша частка респондентів вказує на погіршення можливостей заощаджувати (37,8% і 38% відповідно). Проте чоловіки дещо частіше, ніж жінки, повідомляють про покращення своєї здатності відкладати кошти (25,9% проти 21,5%), тоді як жінки частіше зазначають, що взагалі не заощаджують. Аналіз за віком демонструє чітку тенденцію: із дорослішанням зростає частка опитаних, які зазначають погіршення можливостей заощаджувати. Якщо серед молоді віком 18–24 роки таких 34,2%, то серед респондентів віком 30–35 років – уже понад половину (50,4%).

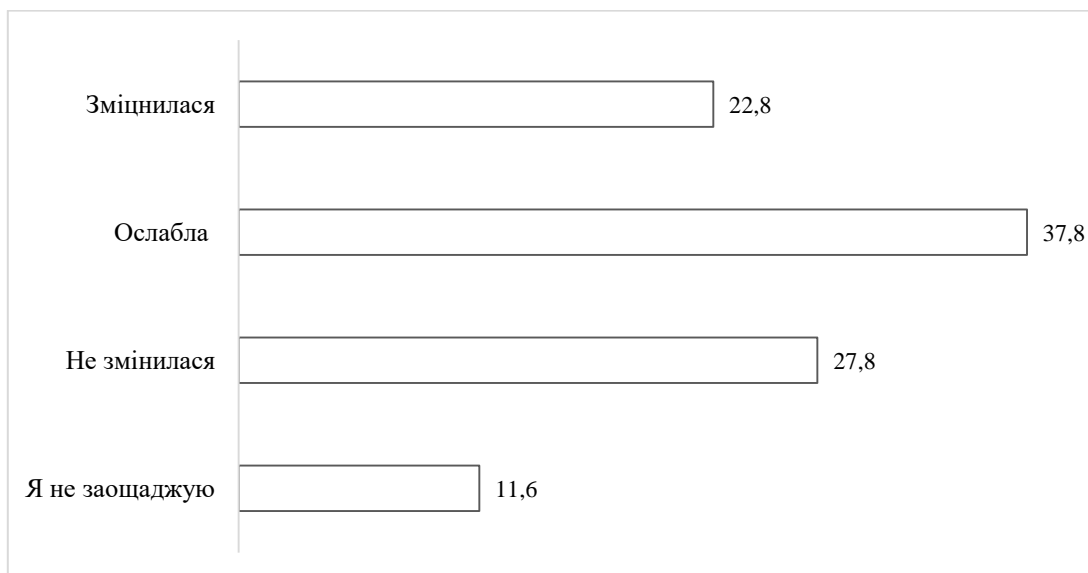


Рис. 4. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Як змінилася Ваша можливість заощаджувати за останній рік?”, N = 1860, %

Оскільки фінансова стійкість неможлива без безпечної поведінки онлайн, наступний блок опитування стосувався ризиків шахрайства під час пошуку роботи в інтернеті. Більшість молоді має прямий або опосередкований досвід зіткнення з шахрайством під час пошуку роботи онлайн. 37,2% (N = 2694) особисто ставали жертвами або стикалися з підозрілими ситуаціями, тоді як ще 53,1% чули про такі випадки від знайомих або зі ЗМІ. Лише 9,7% ніколи не стикалися з цим явищем. Згідно з даними, ризики зростають із віком: якщо серед підлітків віком 14–17 років особистий досвід має 27,6%, то серед молоді віком 30–35 років уже 44,8%. Статевий розподіл показує трохи вищий рівень особистого досвіду серед чоловіків, ніж серед жінок (40,3% проти 35,9%), тоді як жінки частіше, ніж чоловіки, дізнаються про шахрайство від інших.

Регіональний аналіз виявляє, що найвищий рівень особистого зіткнення з шахрайством зафіксовано у Києві (46,2%) та на сході України (39,1%), тоді як найнижчий – на півночі (34,7%) та в центрі (35,1%) України. Отже, шахрайство у сфері онлайн-зайнятості є поширеним ризиком для молоді в усіх групах.

Понад чверть респондентів (27,1%, N = 2666) повідомили, що стикалися з пропозиціями здати свою банківську картку або рахунок в оренду, що свідчить про поширеність цього типу шахрайських схем серед молодіжної аудиторії. Частіше такі пропозиції отримували респонденти віком 18–24 роки (32,5%), 33,3% чоловіків і 24,5% жінок, що може вказувати на цілеспрямованість шахраїв на більш фінансово активні або схильні до ризику групи.

Попри те, що чверть молоді отримувала пропозиції здати банківську картку в оренду, реальна участь у таких схемах залишається низькою: лише 2,2% респондентів зізналися, що особисто давали свою картку або рахунок, N = 2637. Ще 13,6% знають людей, які це робили, що вказує на певну поширеність практики у соціальних колах молоді. За статтю частка опитаних, які особисто давали картку, є дещо вищою серед чоловіків, ніж серед жінок (3,1% проти 1,9%), як і знання про такі випадки (18,4% проти 11,6%). Більшість опитаних (84,1%) не мала такого досвіду й не знає людей, які брали участь у подібних схемах, що свідчить про те, що залученість молоді до фінансових правопорушень залишається обмеженою, хоча й наявні ризики їхнього поширення.

Рівень обізнаності молоді про кримінальну відповідальність за роботу “грошовим мулом” залишається недостатнім: лише 49% респондентів знають про це, тоді як 51% уперше про таке чують, N = 2600. Молодші респонденти (віком 14–17 років) найбільш необізнані: 55,3% не знали про ризики, тоді як у віковій групі 30–35 років ця частка зменшується до 43,9%. Це підкреслює потребу в активнішій інформаційній роботі, особливо серед наймолодших, які частіше не поінформовані про юридичні наслідки таких правопорушень.

Оскільки питання передбачало множинний вибір, результати показують, що більшість молоді та їхніх близьких стикалися одразу з кількома видами фінансового шахрайства. Найпоширенішими стали фішингові повідомлення з фальшивими посиланнями – з ними мали справу 57% опитаних, N = 2254. На другому місці – дзвінки нібито від “банку” з вимогою розкрити особисті фінансові дані (51%). Досить поширеними залишаються схеми під виглядом соцвиплат (38,9%) і шахрайство на сайтах оголошень (41,7%). Майже 38% респондентів стикалися з шахрайськими пропозиціями роботи, зокрема такими, що вимагають передоплати або надання банківської картки в оренду. Лише 12,9% учасників зазначили, що не стикалися з жодним із цих видів шахрайства, що свідчить про дуже високий загальний рівень ризику в інформаційному середовищі молоді.

У ситуаціях, коли молодь підозрює фінансове шахрайство, більшість обирає пасивно-захисні дії. Найпоширенішою реакцією є ігнорування або блокування шахрайської сторінки, саме так роблять 71,6% опитаних, N = 2229. Більше ніж половина (53,9%) попереджає друзів або знайомих, тоді як до правоохоронних органів звертаються лише 22,1%, що свідчить про низьку довіру до офіційних механізмів реагування або недо-

статне розуміння їхньої ефективності. Лише 9,5% публічно попереджають інших у соцмережах, тоді як 5,1% нічого не роблять узагалі. Ще 6,5% зазначили, що не знають, як діяти у таких випадках, що підкреслює потребу в доступних інструкціях і просвітницьких кампаніях про безпечні дії при зустрічі з шахрайством.

Отже, молодь загалом оцінює свою фінансову грамотність на середньому рівні та відчуває потребу дізнатися більше про ефективне управління власними коштами. У питаннях заощаджень більшість відкладає гроші лише за можливості або намагається це робити, але не завжди виходить, тоді як постійно заощаджують небагато. За останній рік можливості відкладати кошти у значної частки респондентів зменшилися, хоча частка молоді навпаки почала заощаджувати більше. Поряд із цим значна частка молоді має досвід зіткнення з фінансовим шахрайством в інтернеті, а деякі отримували навіть пропозиції віддати свою банківську картку в оренду. Більшість реагує на такі ситуації пасивно, ігнорує або блокує підозрілі сторінки, а також попереджає друзів. Лише невелика частка звертається до правоохоронних органів або публічно попереджає інших. Ці дані свідчать про необхідність не лише розвитку фінансової обізнаності та культури заощаджень, але й активнішого навчання молоді безпечній поведінці у цифровому середовищі.

Опитування “Обізнаність і потреби молоді у доступі до освітніх, професійних і соціальних послуг” було проведене з 4 по 11 грудня 2025 р., з метою дослідити рівень обізнаності молоді щодо наявних програм і сервісів підтримки, визначити, якими послугами вони користуються, оцінити їхню корисність, а також з’ясувати основні виклики, потреби й уподобання молоді у сфері освіти, навчання, працевлаштування та психосоціальної підтримки. Загальна кількість респондентів становила 2733 молодих людей віком 14–29 років. Це опитування є частиною дослідження, яке проводиться UNICEF ECARO з метою поглиблення глобальних знань з цієї тематики. Результати дослідження стануть важливим внеском у нову стратегію зайнятості, яка наразі розробляється в Україні, та нададуть своєчасну можливість включити підходи до інформаційно-просвітницької роботи в національне законодавство. Це включає поліпшення якості надання послуг шляхом забезпечення служб зайнятості “соціальною картою” надійних і висококваліфікованих постачальників послуг, що дозволить ефективніше спрямовувати молодь на роботу та перші робочі місця, а також надавати підтримку вразливій молоді. Крім інформування про безпосередні програми, рекомендації сприятимуть зміцненню системи та довгостроковій стійкості шляхом підвищення національних можливостей надання послуг в Україні та країнах, що приймають біженців. Крім того, результати будуть корисними для формування робочого плану робочої групи з питань гарантій для молоді та керівництва стратегічними партнерствами з Міністерством економіки, доквілля та сільського господарства України та Міністерством молоді та спорту України, забезпечуючи відповідність заходів національним пріоритетам та їхній тривалий вплив.

Більшість опитаної української молоді обізнана про програми та служби, які надають підтримку, зокрема про молодіжні центри, громадські організації, центри зайнятості, онлайн-програми. За даними опитування, 53% (N = 2733) респондентів відповіли, що знають про такі ініціативи, 24,5% – не обізнані, а 22,5% – не впевнені у своїх

знаннях. Обізнаність значно відрізняється за віковими групами: серед підлітків віком 14–15 років трохи менше ніж половина (48,4%) знають про програми підтримки, а чверть не впевнена у своїх знаннях. У віковій групі 16–17 років рівень обізнаності зростає – 56,3% респондентів підтвердили, що знають про наявні програми. Найвищий показник спостерігається серед молоді віком 18–24 роки – 56,9%, тоді як серед опитаних віком 25–29 років обізнані лише 46,9%. Наявні відмінності і за статтю: дівчата частіше, ніж хлопці, повідомляють про свою обізнаність – 54,3% проти 49,9%; водночас близько 30% хлопців та 22% дівчат не знають про наявні програми підтримки. Хоча більшість молоді знає про доступні ініціативи, значна частка все ще не усвідомлює можливостей підтримки або не впевнена у своїх знаннях. Це підкреслює потребу в додатковому інформуванні та просуванні молодіжних програм.

Серед опитаних, які знають про програми та сервіси підтримки молоді, найбільше респондентів дізналися про них через соціальні мережі й інтернет (62,5%, N = 1332). Значну роль відіграють молодіжні центри та громадські організації (47,3%), а друзі повідомили про програми 34,8% опитаних. Школа та вчителі були джерелом інформації для 26,4% респондентів, тоді як сім'я – лише для 5,8%. Центри зайнятості майже не вплинули на обізнаність молоді – лише 3% дізналися про послуги звідти. Інші джерела становили 9,5% відповідей.

Протягом останніх 12 місяців половина респондентів, які знають про програми, скористалася хоча б однією з них – 50,8% (N = 1314) респондентів. Інші 49,2% повідомили, що не користувалися послугами. Рівень користування значно відрізняється за віковими групами: найактивнішими користувачами були підлітки віком 14–17 років, а саме 56% віком 14–15 років та 57,8% віком 16–17 років скористалися послугами; молоді віком 18–24 роки менш активно зверталася за підтримкою – 50,4%, а серед опитаних віком 25–29 років лише третина (34,3%) користувалася такими програмами. За статтю респондентів відмінності майже непомітні: 51,1% хлопців і 50,4% дівчат скористалися послугами протягом року. Регіональні показники демонструють ще більшу різницю: найвищий рівень користування спостерігається на півночі України (55,4%), на півдні та заході України користувалися близько половини опитаних (51,5%), на сході України – 50,7%, а в центрі – 47,9%. Найнижчий показник зафіксовано у Києві: лише 31,4% молоді скористалися послугами, тоді як більшість киян (68,6%) не зверталися до таких програм.

Серед респондентів, які користувалися такими послугами, найпоширенішими стали професійні курси та навчання професійних навичок – 35,8%, N = 623. Психічна або психосоціальна допомога була актуальною для 26,6% респондентів, профорієнтаційні консультації з працевлаштування – для 21,8%, а мовні курси – для 17%. Допомога з домашніми завданнями або навчанням знадобилася 11,4% молодих людей, а підтримка у пошуку роботи, складанні резюме або підготовці до співбесід – 9%. Юридичну або адміністративну допомогу отримали лише 4% респондентів, тоді як 35,6% зазначили інші види послуг.

Серед опитаних, які скористалися програмами та послугами підтримки, більшість оцінила отриману допомогу як корисну: 44,7% респондентів вважають її дуже корис-

ною, ще 44% назвали її дещо корисною (рис. 5). Лише невелика частка молоді вважає допомогу не дуже корисною (4,8%) або зовсім не корисною (2%). Ще 4,6% респондентів важко було дати оцінку ефективності отриманої підтримки. Згідно з результатами опитування, не лише значна частка молоді користується доступними програмами підтримки, але й більшість з них оцінює отриману допомогу як дійсно ефективну, що підкреслює важливість подальшого розвитку та просування таких ініціатив.



Рис. 5. Розподіл відповідей U-репортерів на запитання: “Наскільки корисною була отримана Вами підтримка?”, N = 589, %

Серед викликів, з якими стикається українська молодь у сфері освіти, навчання та професійної діяльності, найпоширенішим є відсутність визначеності щодо майбутньої професійної кар’єри – 42,9% респондентів зазначили це як основну проблему. Значну перешкоду становлять фінансові обмеження, на які вказали 35,6% опитаних; психологічні труднощі та стресові фактори також є важливою перепоною – 33,3% респондентів зазначили їхній вплив на навчання та роботу. Додатково 21,1% молодих людей стикаються зі складнощами з працевлаштуванням, а 13,5% – з відсутністю доступу до відповідних освітніх або навчальних програм. Менш поширеними, але значущими, бар’єрами є сімейні обов’язки та доглядові зобов’язання (7,1%), фізичне здоров’я або наявність інвалідності (5,1%), N = 1242.

Згідно з цими результатами, молодь стикається одночасно з низкою бар’єрів від невизначеності та фінансових обмежень до психологічного навантаження, що потребує комплексних рішень у сфері освіти, підтримки професійного розвитку та ментального здоров’я. На рисунку 6 показано розподіл відповідей на це запитання за статтю.

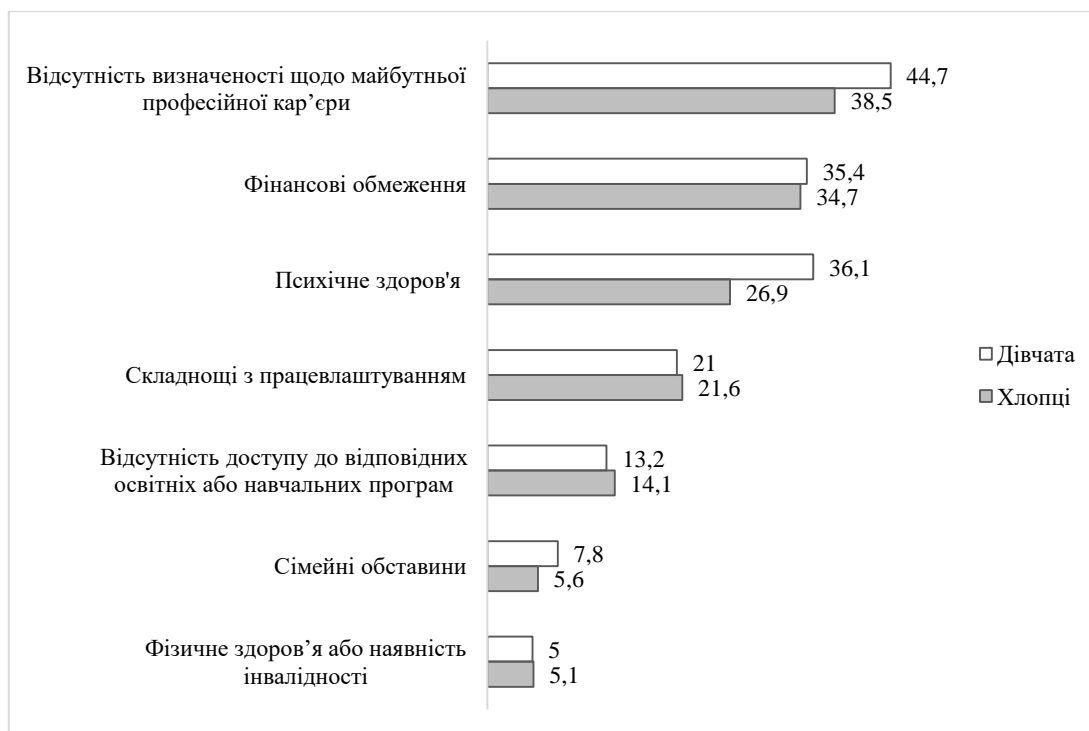


Рис. 6. Розподіл відповідей U-репортерів за статтю на запитання: “Які Ваші найбільші виклики, пов’язані з освітою, навчанням або роботою?”, N = 1242, %

Серед молоді, яка брала участь в опитуванні, найбільш затребуваною підтримкою на наступний рік виявилася допомога у сфері психічного здоров'я та подолання стресу – 49,3% респондентів зазначили це як пріоритет, N = 2016. Водночас значна частка молоді потребує підтримки у пошуку роботи або стажування (44,7%) та розвитку професійних навичок, зокрема ІТ, мовними та іншими спеціальностями (41,7%). Консультації щодо вибору професії або кар'єри цікавлять третину опитаних (33,1%), тоді як підтримка для продовження або повернення до навчання залишається менш актуальною – 8,7%. Допомога з документами та правовим статусом цікавила 11,3% респондентів, підтримка, пов'язана з інвалідністю або доступністю, – лише 3,1%, а інші види допомоги зазначили 10,4% молодих людей.

Щодо каналів отримання інформації про доступні можливості, то соціальні мережі є найпоширенішим джерелом – 72,2% респондентів хотіли б дізнаватися новини та пропозиції через Інстаграм, ТікТок та подібні платформи, N = 2006. Месенджери, зокрема Вайбер, Вацап і Телеграм, цікавлять 53,6% опитаних. Значно менше молоді віддає перевагу традиційним каналам комунікації: смс або телефонним дзвінкам – 7,4%, отриманню інформації через освітні заклади – 32,9%, від молодіжних центрів і громадських організацій – 27,5%, центрів зайнятості – 8,6%, друзів або родичів – 17,4%.

Отже, більшість української молоді обізнана про наявні програми та служби підтримки, хоча значна частка все ще не знає про доступні можливості або не впевнена у своїх знаннях. Молодь переважно дізнається про такі програми через соціальні мережі, інтернет, друзів і молодіжні центри, тоді як традиційні канали, зокрема школа або центри зайнятості, грають меншу роль. Протягом останнього року близько половини молодих людей скористалися доступними послугами, при цьому найпоширенішими були професійні курси, допомога у працевлаштуванні, психосоціальна підтримка та розвиток навичок. Більшість опитаних, які отримали підтримку, оцінює її як корисну, що свідчить про ефективність наявних програм. Основними викликами для молоді залишаються невизначеність у виборі професії, фінансові обмеження, психологічні труднощі та стрес, а також складнощі з працевлаштуванням і доступом до відповідної освіти. У відповідь на ці потреби молодь найбільше зацікавлена в підтримці, що допомагає з психічним здоров'ям, пошуком роботи, професійним розвитком і навичками, тоді як менше уваги приділяється допомозі з документами або інвалідністю. Щодо каналів інформування, то молоді найбільш зручні цифрові формати комунікації (соціальні мережі та месенджери), що підкреслює важливість сучасних, доступних і швидких способів донесення інформації. Це свідчить, що є потреба в комплексному підході до підтримки молоді, який поєднує розвиток професійних навичок, психологічну підтримку та ефективні канали інформування, а також підкреслює необхідність подальшого розвитку програм і політик, орієнтованих на молодіжні потреби.

Більше інформації щодо проєкту U-Report і результатів інших опитувань 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, пишiть на електронну пошту: ureport.ukraine@gmail.com.

Список використаних джерел

1. Демчук В.С., Гупало А.І. Дайджест опитувань U-Report: I–III квартали 2024 р. (фізична активність молоді, мінна безпека та обізнаність підлітків щодо менструальної гігієни, техніки самодопомоги молоді, ставлення молоді до вакцинації, індекс значущості молоді, участь молоді у процесах відновлення України, молодіжна політика та читальські інтереси молоді). *Український соціум*. 2024. № 1-2 (88-89). С. 153–184. <https://doi.org/10.15407/socium2024.01-02.153>
2. Демчук В.С., Гупало А.І. Дайджест опитувань U-Report: IV квартал 2024 р. (плани молоді щодо майбутнього, Всесвітній день заощаджень, участь у волонтерській діяльності). *Український соціум*. 2024. № 3-4 (90-91). С. 129–139. <https://doi.org/10.15407/socium2024.03-04.129>
3. Демчук В.С., Гупало А.І. Дайджест опитувань U-Report: I квартал 2025 р. (профорієнтація у шкільному середовищі, участь студентів в органах студентського самоврядування, освітні потреби школярів). *Український соціум*. 2025. № 1 (92). С. 110–123. <https://doi.org/10.15407/socium2025.01.110>
4. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: II квартал 2025 р. (як молодь бачить українську культуру, екозвички та думки про кліматичну політику, ставлення молоді до донорства крові). *Український соціум*. 2025. № 2 (93). С. 189–201. <https://doi.org/10.15407/socium2025.02.189>

5. Демчук В.С. Дайджест опитувань U-Report: III квартал 2025 р. (учнівське самоврядування, онлайн-насильство проти жінок і дівчат, майбутні плани молоді). *Український соціум*. 2025. № 3 (94). С. 141-152. <https://doi.org/10.15407/socium2025.03.141>

Надійшла 12.12.2025

Прорецензована 15.12.2025

Прийнята до друку 16.12.2025

Опублікована 30.12.2025

References

1. Demchuk, V.S., Hupalo, A.I. (2024). Digest of U-Report surveys: I–III quarter of 2024 (physical activity of young people, mine safety and menstrual hygiene awareness among adolescents, techniques of self-support, attitudes to vaccination, youth meaningfulness index, participation of young people in the processes of recovery of Ukraine, youth policy and reading interests of youth). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 1-2 (88-89), 153-184. <https://doi.org/10.15407/socium2024.01–02.153> [in Ukrainian]

2. Demchuk, V.S., Hupalo, A.I. (2024). Digest of U-Report surveys: IV quarter of 2024 (plans of youth for the future, world savings day, participation in volunteering activities). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 3-4 (90-91), 129-139. <https://doi.org/10.15407/socium2024.03–04.129> [in Ukrainian]

3. Demchuk, V.S., Hupalo, A.I. (2025). Digest of U-Report surveys: 1st quarter of 2025 (career guidance in the school environment, student participation in student self-government bodies, educational needs of students). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 1 (92), 110-123. <https://doi.org/10.15407/socium2025.01.110> [in Ukrainian]

4. Demchuk, V.S. (2025). Digest of U-Report surveys: II quarter of 2025 (how young people see Ukrainian culture, eco-friendly habits and opinions on climate policy, youth attitudes towards blood donation). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 2 (93), 189-201. <https://doi.org/10.15407/socium2025.02.189> [in Ukrainian]

5. Demchuk, V.S. (2025). Digest of U-Report surveys: III quarter of 2025 (student self-governance, online violence against women and girls, youth future plans). *Ukr. socium – Ukrainian Society*, 3 (94), 141-152. <https://doi.org/10.15407/socium2025.03.141> [in Ukrainian]

Received on December 12, 2025

Reviewed on December 15, 2025

Signed for printing on December 16, 2025

Published on December 30, 2025