

---

# **ОБІЗНАНІСТЬ СПІВРОБІТНИКІВ ЗМІ ЩОДО МЕХАНІЗМІВ САМОРЕГУЛЮВАННЯ МЕДІА В УКРАЇНІ, ЇХНЄ СТАВЛЕННЯ ДО ЦИХ МЕХАНІЗМІВ**

*Київ, 2020*

# ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

---

Дослідження проводилось в межах проєкту «Посилення саморегулювання українських медіа», який реалізовується за фінансової підтримки Уряду Федеративної Республіки Німеччина, Королівства Норвегії, Сполученого Королівства Великої Британії і Північної Ірландії, Сполучених Штатів Америки.

## Автори дослідження

Олеся Стойко, співвласниця дослідницької компанії Pointer Insight та комунікаційної агенції Pointer Agency.

Олександр Селін, консультант з комунікацій та маркетингових досліджень, стратегічний медіа аналітик, співвласник компанії Pointer Agency.

*У цій публікації висловлені виключно погляди авторів. Вони не обов'язково відображають офіційну позицію Координатора проєктів ОБСЄ в Україні.*

*Всі права захищені. Зміст цієї публікації може безкоштовно копіюватися та використовуватися для освітніх і інших некомерційних цілей за умови посилання на джерело інформації.*

# ЗМІСТ

---

ОПИС ДОСЛІДЖЕННЯ	<b>4</b>
КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ	<b>6</b>
СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ	<b>9</b>
САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ	<b>14</b>
ПЕРЕШКОДИ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ	<b>24</b>
РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТИВ У ЗМІ	<b>27</b>

# ОПИС ДОСЛІДЖЕННЯ



## Мета дослідження

Дослідити ставлення представників медіа спільноти до саморегулювання.



## Метод

Якісне дослідження  
Кількісне онлайн дослідження



## Цільова група:

Представники медіа-спільноти  
Запрошення взяти участь у дослідженні було надіслано 382 цільовим адресатам. Відповіді отримано від 101 респондента. Рівень відгуку склав 26,4%.



## Період дослідження

1 – 30 квітня 2020

# ОПИС ПРОЕКТУ

---



## Задачі дослідження:

1. Виявити загальне ставлення до саморегулювання ЗМІ в Україні
2. Визначити основні перешкоди саморегулюванню ЗМІ в Україні
3. Визначити основні заходи популяризації саморегулювання ЗМІ в Україні

# КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

---

## Саморегулювання ЗМІ

Більшість представників ЗМІ вважають, що регулювання ЗМІ має відбуватися одночасно державою і саморегулюванням (55%). Саморегулювання, як єдиний спосіб регулювання ЗМІ вважають правильним 41% опитаних.

Питанням саморегулювання цікавляться 97% опитаних. Однак, лише 46% з них намагаються бути в курсі останніх подій, 51% заявили, що не мають для цього достатньо часу, але інколи цікавляться, 3% респондентів тема саморегулювання зовсім не цікава.

Лише 14% опитаних вказали, що отримували рішення/рекомендації саморегуляторних організацій, більше половини з них використовували. Найчастіше рекомендації поступали від Незалежної медійної ради, Інтерн'юз-Україна, Детектор-медіа та Інституту масової інформації.

# КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

---

## Перешкоди та популяризація саморегулювання ЗМІ

ТОП-3 перешкод саморегулюванню ЗМІ в Україні:

1. Олігархізована медіа сфера (76% опитаних обрали цей варіант)
2. Падіння рівня освіти журналістів, що визначає рівень якості професії в цілому (47%)
3. Відсутність потужних медіапрофспілок (35%)

ТОП-3 заходів популяризації саморегулювання ЗМІ в Україні:

1. Поширення в журналістському середовищі інформації щодо засад та цілей саморегулювання (63% опитаних)
2. Проведення зустрічей, публічних слухань та обговорень етичних і професійних норм (41%)
3. Систематичне й актуальне інформування про діяльність органів саморегулювання (41%)

# КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ

---

## Реалізація професійних стандартів

Представники професійної спільноти вище оцінюють рівень дотримання професійних стандартів у власних ЗМІ, але досить критично – в українських ЗМІ загалом.

ТОП-3 реалізованості професійних стандартів у ЗМІ, в яких працюють опитані:

1. Достовірність (сума позитивних оцінок – 93%)
2. Точність подачі інформації (сума позитивних оцінок – 92%)
3. Повнота представлення фактів та інформації по проблемі (сума позитивних оцінок – 80%)

ТОП-3 реалізованості професійних стандартів в українських ЗМІ загалом:

1. Оперативність (сума позитивних оцінок – 75%)
2. Точність подачі інформації (сума позитивних оцінок – 35%)
3. Повнота представлення фактів та інформації по проблемі (сума позитивних оцінок – 33%)

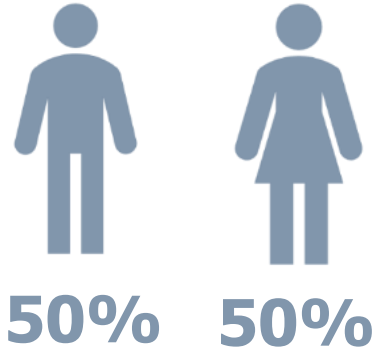


---

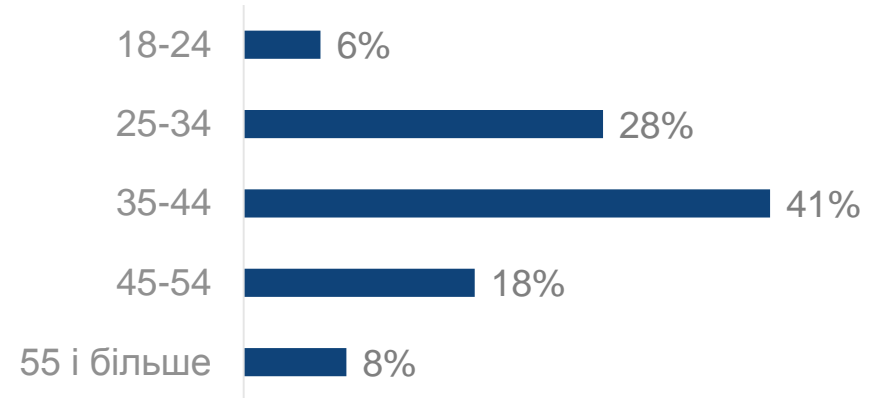
# СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ

# СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ

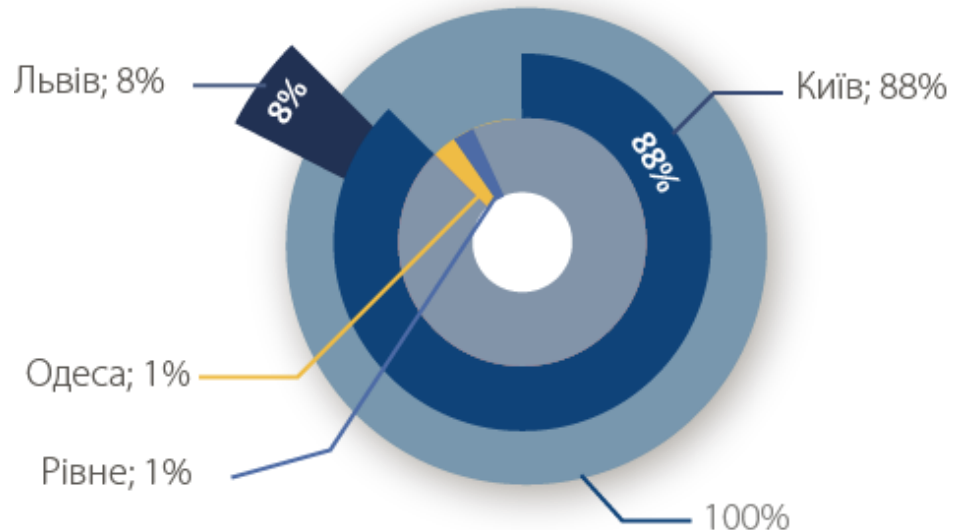
## СТАТЬ



## ВІК



## МІСТО, В ЯКОМУ ПРАЦЮЄ РЕСПОНДЕНТ



журналістів мешкають в 10  
обласних центрах

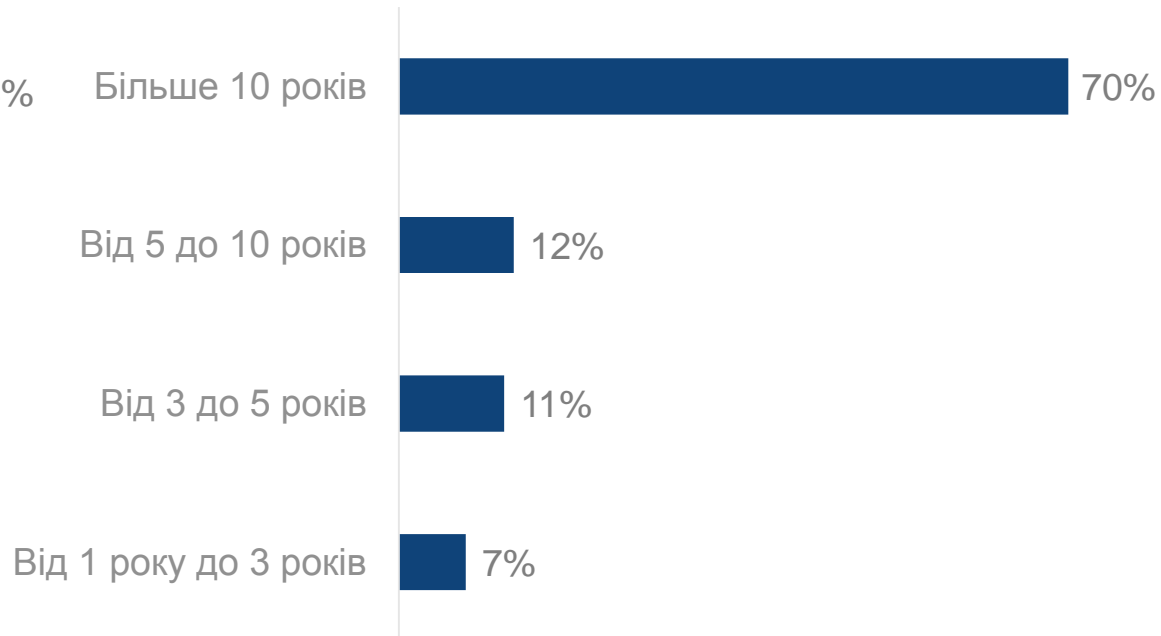
# ПРОФЕСІЙНИЙ ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ

Третина опитаних займає керівну посаду у ЗМІ, майже кожен четвертий – журналіст або редактор. В абсолютної більшості працівників ЗМІ більше десяти років професійного стажу.

## ПОСАДА



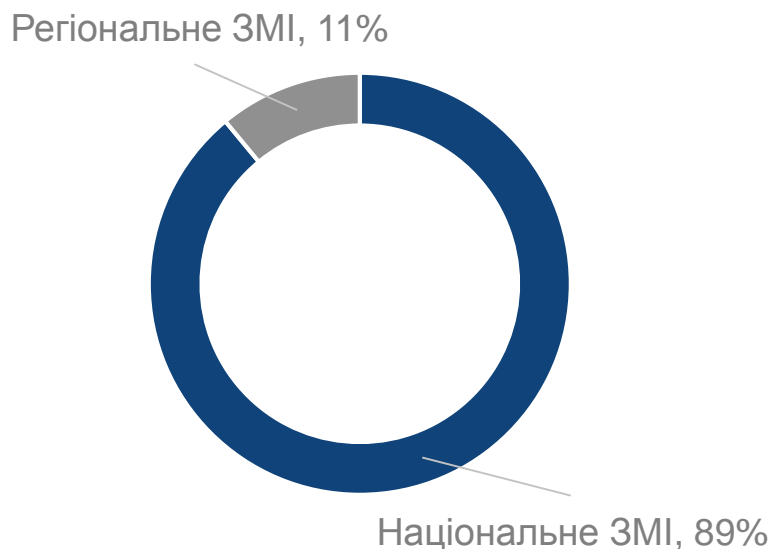
## ДОСВІД РОБОТИ



# МІСЦЕ РОБОТИ

9 з 10 опитаних працюють у ЗМІ національного рівня, кожен десятий – регіонального. При цьому 79% всіх ЗМІ знаходиться у приватній власності.

## ОСНОВНЕ МІСЦЕ РОБОТИ



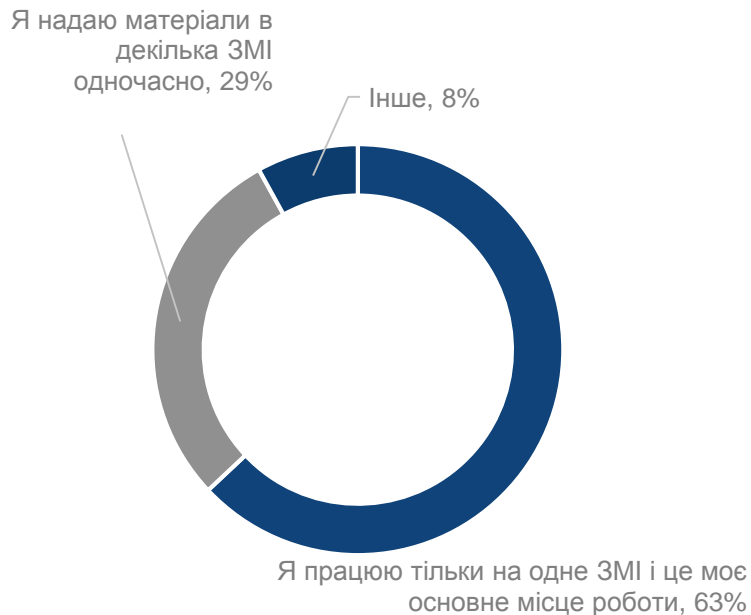
## ВЛАСНИК ЗМІ



# ДОДАТКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

6 з 10 опитаних працюють тільки в одному ЗМІ, 3 з 10 – надають матеріали одразу до декількох ресурсів. 8% опитаних мають додаткову професійну активність, наприклад, написання сценаріїв, PR, або участь у інших проектах. Серед тих журналістів, які надають матеріали в декілька ЗМІ одночасно, 69% мають свій особистий блог (влог або сторінку) в соціальних мережах, 14% мають власну сторінку на конструкторі сайтів, спеціалізованих ресурсах.

## ДОДАТКОВА ЖУРНАЛІСТСЬКА АКТИВНІСТЬ



## ДОДАТКОВІ РОБОЧІ СТОРІНКИ



---

# САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ

# ЯК САМЕ МАЄ ВІДБУВАТИСЯ РЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ?



Абсолютна більшість опитаних представників ЗМІ вважають найбільш прийнятним способом регулювання медіа – одночасне регулювання державою і саморегулювання (55%). На другому місці за частотою вибору – саморегулювання (41%). Всього 4% опитаних готові довірити регулювання ЗМІ державі.

# ЩО ТАКЕ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ?

Цитати взято з фокус-групових дискусій (ФГД)

"Це відповідальність, введення відповідальності за інформацію, яку ти подаєш" (Оксана, ФГД 1).

"Я думаю, що це один з елементів, який впливає на регулювання - це, власник, який формулює якісь принципи редакційної політики. Я не вірю в те, що власник ніколи не буде впливати, як би там журналісти не старалися, і не вказували на свою незалежність - це по-перше. По-друге, визначальну роль відіграє система цінностей для журналіста, яка присутня в його картині світу" (Світлана, ФГД 1).



# ЯК МОЖНА РЕГУЛЮВАТИ ЗМІ?

Цитати взято з фокус-групових дискусій (ФГД)

«Що регулювати законодавчо – це означає, можливо, для української журналістики і для української свободи слова буде означати тільки закручування гайок ще більше» (Леся, ФГД 1).

«Мені здається, що саморегулювання ЗМІ, коли власне телеканал, сайт чи газета, що вони приймають рішення, якої політики інформаційної їм дотримуватись, як освітлювати ті чи інші події. Бо, знову ж таки, мені згадаються події 2014-2013 року. І ми знаємо, як тоді під час революції придушували свободу слова, як той чи інший канал спершу, наприклад, висвітлював, був пропрезидентським, провладним. Він висвітлював у позитивному руслі того самого Віктора Януковича. Але згодом, все ж таки керівництво каналу під тиском редакції, топових журналістів змінювали якимось свою політику, і вони починали зовсім по-іншому висвітлювати ті чи інші події. Мені здається, що це саморегулювання – це саме це» (Степан, ФГД 2).

# ЯК МОЖНА РЕГУЛЮВАТИ ЗМІ?

Цитати взято з фокус-групових дискусій (ФГД)

«У нас нет законодательной культуры использования законодательства» (Світлана, ФГД 1).

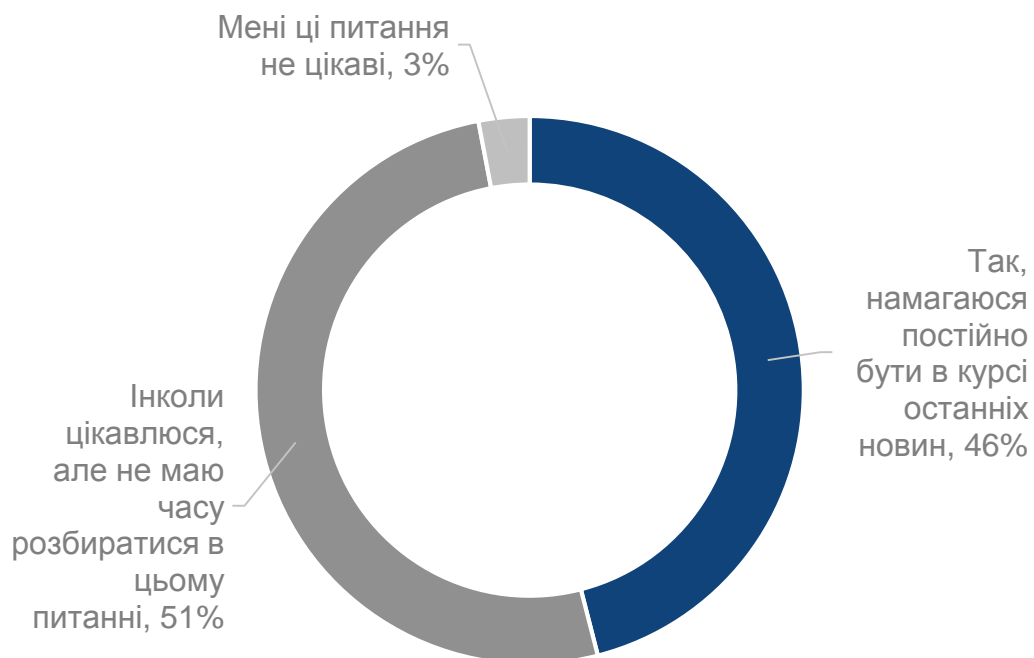
«Я вважаю, що ЗМІ, в принципі, повинні жити своїм життям. І якимось вмішуватись в їхню роботу – це не принесе нічого доброго, лише один негатив» (Степан, ФГД 2).

«Я думаю, якась колективна відповідальність, і ринок сам регулює себе» (Оксана, ФГД 1).

«Я понимаю, что кто платит, тот и регулирует. Поэтому, если финансирование поступает не от заинтересованного в данной тематике человека, то можно быть объективным с точки зрения профессионализма, с точки зрения редакционного подхода» (Ольга, ФГД 2).

# САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Чи цікавляться представники ЗМІ тим, як відбувається саморегулювання в Україні та світі?



97% опитаних вказали, що тією або іншою мірою цікавляться у проблемою саморегулюванням ЗМІ в Україні та світі.

Серед них 46% - намагаються постійно бути в курсі останніх подій, 51% - інколи цікавляться, але не мають достатньо часу для того, щоб детально розбиратися в питанні.

3% представникам ЗМІ тема саморегулювання зовсім не цікава.

# ЗНАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙ ПО САМОРЕГУЛЮВАННЮ

Національна спілка журналістів – найбільш відома організація з тих, що займаються саморегулюванням ЗМІ в Україні. 49% опитаних спонтанно назвали цю організацію, та 68% – вибрали зі списку. Кожен 5 не зміг назвати саморегуляторні організації без підказки.

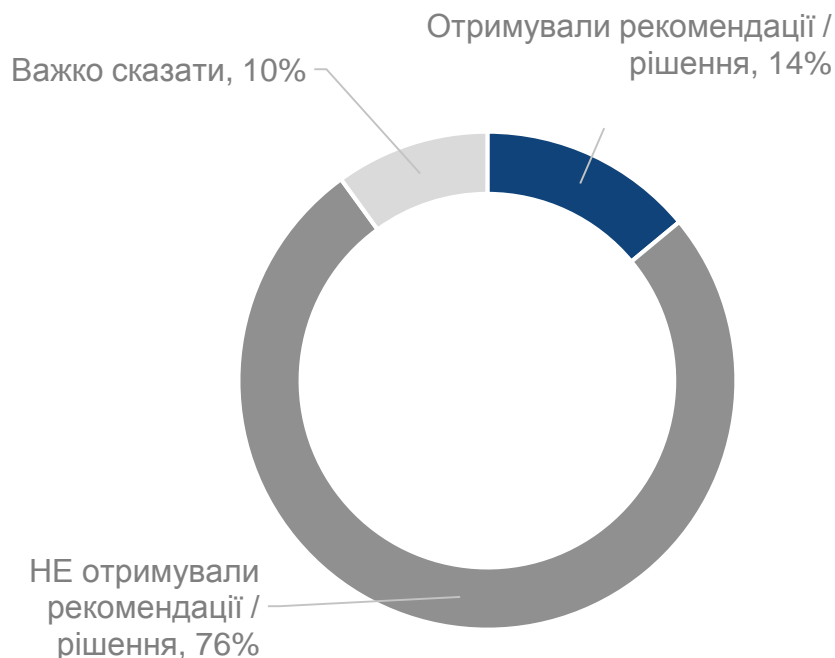


\*Спонтанне знання  
обрали організацію самостійно

\*\* Загальне знання  
обрали організацію зі списку

# РЕКОМЕНДАЦІЇ САМОРЕГУЛЯТОРНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Чи отримували рішення / рекомендації від саморегуляторних організацій під час роботи протягом останнього року?



**14% опитаних** вказали, що протягом останнього року отримували рішення та рекомендації від саморегуляторних організацій.

Серед них респонденти отримали рекомендації таких організацій:

**Незалежна медійна рада** – 42% опитаних (80%– використовували рішення; 20% – не використовували)

**Інтерн'юз-Україна** – 42% опитаних (80% – використовували рішення; 20% – важко сказати)

**Детектор медіа** – 33% опитаних (75%– використовували рішення; 25% – важко сказати)

**Інститут Масової Інформації** – 33% опитаних (75%– використовували рішення; 25% – важко сказати)

**Комісія з журналістської етики** – 25% опитаних (100%– використовували рішення)

**Національна спілка журналістів** – 17% опитаних (50%– використовували рішення; 50% – важко сказати)

**Центр демократії та верховенства права** – 8% опитаних (100%– використовували рішення)

# ПРИЧИНИ ВИКОНАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ САМОРЕГУЛЯТОРНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

## Високі вимоги до стандартів роботи

«Наш ЗМІ працює з дотриманням законодавства і журналістської етики» (Комісія з журналістської етики).

«Це гарна змога приєднатись до світового досвіду ЗМІ» (Інтерн'юз-Україна).

## Рекомендації мають практичний характер і допомагають у роботі

«Щоб оптимізувати роботу» (Інтерн'юз-Україна)

«Вони (рекомендації) доречні» (Інтерн'юз-Україна)

«Дали корисні юридичні поради» (Інститут масової інформації)

«ІМІ надає практичні поради» (Інститут масової інформації)

«Там (в рекомендаціях) фаховий юридичний аналіз» (Незалежна медійна рада)

«Ефективні для розвитку медіабізнесу рекомендації» (Незалежна медійна рада)

«Важливі рішення щодо, наприклад, проблем з висвітленням коронавірусу в медіа» (Незалежна медійна рада)

# ПРИЧИНИ ВИКОНАННЯ РЕКОМЕНДАЦІЙ САМОРЕГУЛЯТОРНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

---

## Авторитет організації

«КЖЕ достатньо впливова, на її висновки можна посилатися при потребі або застосовувати як прецеденти» (Комісія з журналістської етики)  
«Організація опікується стандартами багато років» (Інтерн 'юз-Україна)  
«Бо я член цієї ради» (Незалежна медійна рада)

---

# ПЕРЕШКОДИ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ



# ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ САМОРЕГУЛЮВАННЯ

## ТОП-5



Інше:

- 1) низька зарплата
- 2) картельні змови на ринку, що не дають можливість вибудувувати успішні ринкові моделі для ЗМІ

Три чверті представників ЗМІ вважають олігархізовану медіа сферу (76%) перешкодою розвитку саморегулювання ЗМІ в Україні.

Другою за частотою вибору є падіння рівня освіти журналістів, що призводить до рівня якості професії в цілому (47%).

На третьому місці – відсутність потужних медіапрофспілок (35%).

Всього 15% опитаних назвали перешкодою розвитку саморегулювання – непоінформованість громадськості щодо важливості її долучення до процедур регулювання ЗМІ.

# ЗАХОДИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ І РОЗВИНЕННЯ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ЗМІ



Найбільш ефективним засобом популяризації та розвинення саморегулювання ЗМІ в Україні представники професійної спільноти вважають **просвітницьку роботу**, шляхом поширення в журналістському середовищі інформації щодо засад та цілей саморегуляції (63% опитаних).

Деякі рідше обирали можливість підтримки саморегуляції державою (31%) та введення курсу «Саморегуляція» в університетах (22%).

---

# РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТИВ У ЗМІ

# ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ПОДАЧІ МАТЕРІАЛУ У ЗМІ

Респонденти оцінюють рівень реалізованості професійних стандартів у їхніх ЗМІ вище, ніж взагалі в українських ЗМІ. Зокрема, 93% представників професійної спільноти вважають, що їх ЗМІ подає достатньо достовірну інформацію, 92% - точну, 80% - повну. Найвище опитані оцінюють оперативність українських засобів масової інформації, всі інші стандарти, на думку журналістів, реалізовані на середньому або недостатньому рівні.

Реалізованість професійних стандартів подачі матеріалу в ЗМІ, в яких вони працюють

- 5 – повністю реалізовано
- 4
- 3
- 2
- 1 – зовсім не реалізовано

Реалізованість професійних стандартів подачі матеріалу в українських ЗМІ

- 5 – повністю реалізовано
- 4
- 3
- 2
- 1 – зовсім не реалізовано

