



Центр стратегічних
комунікацій та
інформаційної
безпеки

ДОСВІД РОБОТИ ІНОЗЕМНИХ ЖУРНАЛІСТІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Аналітичний звіт
за результатами
опитування

Київ 2023

ЗМІСТ

3	АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ
3	МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ
4	ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ
4	ДОСВІД КОМУНІКАЦІЇ З ДЕРЖАВНИМИ ОРГАНАМИ
7	КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ
11	СПІВПРАЦЯ З ФІКСЕРАМИ
22	БАР'ЄРИ ТА ПРОБЛЕМИ
25	РЕКОМЕНДАЦІЇ

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційний фронт російсько-української війни є не менш важливим, аніж военний. Сотні українських та іноземних журналістів щоденно ризикують своїм життям аби надати світовій спільноті об'єктивну інформацію про війну в Україні. Тим самим вони допомагають боротися із потужною російською пропагандою, яка доповнює военний арсенал країни-окупанта.

Основне джерело, через яке українська влада та військові можуть донести реальну картинку ситуації до закордонної аудиторії - це також журналісти. Їх робота зміцнює громадську думку, а в результаті - державну підтримку України з боку іноземних країн.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

У вересні - грудні 2022 року Київським міжнародним інститутом соціології було проведено якісне дослідження серед іноземних журналістів щодо їх досвіду комунікації з представниками влади в Україні, а також щодо проблем, з якими вони зіштовхуються під час роботи в Україні в умовах повномасштабної війни. Всього методом глибинних інтерв'ю з було опитано 55 іноземних журналістів (серед усіх представників медіасфери 48% було саме журналістів, 45% репортерів/кореспондентів та 5 фіксерів).

Серед журналістів в дослідженні взяли участь 76% чоловіків та 24% жінок, а середній вік опитаних респондентів складає 41 рік.

Серед учасників дослідження найбільше було журналістів-фрілансерів (само-зайнятих) - 19% від усіх, представників Mega TV - 5%, NHK - 3%, La Voz de Galicia - 3%, решта по 1% з різних медіа-компаній.

Найбільше серед тих, хто взяли участь у дослідженні було представників зі США, зокрема це 8%, Іспанії та Польщі по 6%, решта представників менше 5% з різних країн Європи та Великої Британії. Загалом у дослідженні взяли участь 55 журналістів з 28 країн.

Кожен з учасників дослідження здійснив щонайменше 1 візит в Україну з 24 лютого 2022 року. Середня кількість візитів сягає 2 рази, максимальна зафіксована кількість візитів - 7 разів. Середній показник найдовшого перебування в Україні, що вимірювався у днях сягає 53 дні.

Найбільша частка відвідувань перепадала на весняний період, зокрема у березні - 68%, квітні - 60% та у травні - 35%. Дещо рідше у літній та осінній періоди.

Кожен з учасників публікував принаймні дві публікації про повномасштабну війну в Україні з 24 лютого 2022 року, максимальний показник сягає 300 публікацій (або відео сюжетів), середній показник публікацій - 48 публікацій за цей період.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ДОСВІД КОМУНІКАЦІЇ З ДЕРЖАВНИМИ ОРГАНАМИ

Загалом, зважаючи на безпрецедентну ситуацію в Україні, представники медіа оцінювали досвід комунікації з державними органами скоріше як позитивний. Однак, вказували на низку проблем. Так спільними недоліками для більшості державних органів є незрозумілий для журналістів процес подання запитів, відсутність переліку чітких офіційних контактів або реакції на запити. Особливо, якщо вказані тільки офісні контакти, а люди працюють віддалено. Схильність контактувати через непрямі та неофіційні канали, залежність ситуації від професіоналізму прес-команди. Загалом довготривалий процес комунікації та узгоджень. Ці особливості створюють, на думку представників медіа, ситуацію нерівності доступу і ускладнюють комунікацію для багатьох журналістів.



Було дуже складно і досі майже неможливо дізнатися, до кого потрібно звертатися, коли хочеш організувати інтерв'ю з президентом Зеленським, чи з паном Кулебою, чи з керівником армії.

Журналіст, Данія.

Офіс Президента

Тільки 22% серед опитаних представників медіа, які намагалися домовитися про інтерв'ю або зустріч із президентом чи його речниками, зрештою вдалося це зробити. 16% респондентів, які контактували з Офісом президента один раз, скаржилися на те, що не отримали відповіді на свої звернення або взагалі не змогли сконтактувати з потрібними людьми.

Серед тих, хто мали більш-менш успішний досвід комунікації (16% опитаних), переважно представники великих медіа компаній, де окремий співробітник (шеф-редактор, керівник) або український фіксер вели перемовини з представниками Офісу протягом тривалого часу. Додатковим фактором успіху в перемовинах 23% респондентів називали наявність персональних неофіційних контактів або попередню історію зв'язків з ОП.

Також навіть після попередньої домовленості, представникам медіа доводилося чекати на інтерв'ю протягом тривалого часу. Респонденти пояснюють це надмірною завантаженістю ОП через безпрецедентні події і ставляться з розумінням. Однак, для значної частини опитаних фактор часу був основною причиною, з якої вони мусили припинити спроби комунікації з ОП або навіть не намагалися таку комунікацію розпочинати, оцінюючи свої шанси вчасно отримати необхідну інформацію, як занизькі.

Я не намагався додзвонитися до офісу Зеленського, тому що від самого початку розумів, що нічого з того не буде.

Журналіст, Греція

В той же час багато опитаних періодично використовують сайт та твіттер ОП в якості джерела інформації. 26% представників ЗМІ позитивно оцінили повноту інформації, наявної англійською мовою (новини, промови Президента тощо) та якість перекладу.

В якості основних називали відсутність вчасних відкритих анонсів подій за участю Президента чи речників ОП, а також те, що англійський переклад з'являється з кількогадинною затримкою.

Кабінет Міністрів

Так само як і у випадку з ОП, часто найбільш вдалою була комунікація через неофіційні персональні контакти (24%) та фіксерів (6%). Також ситуація великою мірою залежна від команди, яка працює з пресою в тому чи іншому міністерстві.

Я намагався поговорити з Міністерством освіти, але вони, безумовно, не настільки компетентні, як Міністерство цифровізації. Я надіслав їм кілька електронних листів, але так і не отримав відповіді.

Журналіст, Німеччина

Однак, регулярна участь представників різних міністерств у прес-конференціях (Медіацентр, Укрінформ) суттєво спрощує комунікацію. Кілька опитаних отримували необхідну їм інформацію саме під час таких конференцій або коментар чи домовленість про інтерв'ю після них.

Респонденти (24%) також відзначали, що часто окремі міністерства мають на сайті англійську версію головної сторінки, але більшість новин та актуальної інформації подаються лише українською.

В персональній комунікації більшість представників міністерств або могли говорити англійською або мали на зустрічі помічника-перекладача, тому мовний бар'єр не був суттєвою проблемою для журналістів.

СБУ

Практично ніхто з опитаних не мав досвіду прямої комунікації з представниками СБУ окрім прес-конференцій. Загальне враження, яке мають медіа професіонали таке, що СБУ є дуже скупим на коментарі та інформацію, але якщо інформація надається, її легко отримати англійською.

Окремо кілька опитуваних згадували некоректну поведінку та перебільшення повноважень з боку СБУ Львівської та в одному випадку Одеської областей в перші тижні після повномасштабного вторгнення – намагання накладати додаткові обмеження на роботу журналістів, перешкоджання роботі та погрози.

Збройні сили України

Досвід комунікації зі Збройними Силами України мали 52% респондентів. 39% від усіх контактів були прямими, а 13% через посередника.

Комунікація з ЗСУ отримала найбільш позитивні оцінки опитуваних. Серед переваг називали професійність та ввічливість комунікації, порівняно легко взяти коментар, відповідають на листи, багато військових говорять англійською (що особливо важливо на місцях), багато інформації (в тому числі англійською) доступно через Твіттер та ТГ-канали.

Серед недоліків – важко було отримати доступ до очільників ЗСУ через завантаженість, багато важливої інформації, яка цікавила журналістів, не розголошувалося.

Також журналісти вказували на недостатню кількість прес-офіцерів, зокрема необхідність чекати в черзі з ними попрацювати, неможливість зв'язатися для планування роботи на територіях з поганим зв'язком тощо.

Міністерство закордонних справ

З Міністерством закордонних справ комунікували 45% представників ЗМІ. 31% від усіх контактів проводилися напряду, а лише 5% через посередника.

В якості основного недоліку знов таки називали завантаженість Міністра та речників Міністерства і неможливість взяти інтерв'ю. При цьому комунікацію оцінили як професійну, інформація легко доступна англійською.

Міністерство культури та інформполітики

В абсолютній більшості випадків (84%) журналісти не мали контактів з Міністерством культури та інформаційної політики України.

Ті, хто мають досвід такої комунікації зазначали, що отримати інтерв'ю з міністром було не дуже складно. Натомість, процес отримання дозволів на зйомку в культурних інституціях (музеї тощо) був довгим, незрозумілим та дуже бюрократичним.

Національна поліція

Респонденти (41%) переважно мали досвід спілкування з регіональною чи місцевою поліцією, однак кілька опитаних мали позитивні враження від комунікації з прес-службою Національної поліції.

Офіс генпрокурора

Так само, як і у випадку з Національною поліцією, журналісти (34%) частіше комунікують із представниками прокуратури на місцях.

Однак, кілька з опитаних мали позитивний досвід комунікації з Іриною Венедіктовою, вони описували спілкування з нею, як професійне та доступне завдяки досконалому знанню нею англійської мови.

КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ ТА ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Можна виділити дві основні причини, з яких представники медіа не намагалися комунікувати з вищезгаданими державними органами.

З одного боку більшість з опитаних в своїх репортажах намагалися фокусуватися на історіях звичайних українців, їхніх проблемах та життям під час війни, як на більш цікавих для міжнародної аудиторії через “людський інтерес”. Відповідно, інформацію від державних органів сприймали швидше як додаткове, а не головне джерело.

”

В основному я зосереджуюся на людських історіях. І, звичайно, на всіх тих звірствах, які чинять росіяни в окупованих регіонах. Саме це мене цікавить. Тому, я не надто зосереджуюсь на урядовцях і тому подібних речах.

Журналіст, Бельгія

З іншого боку, часто провівши попереднє дослідження та поспілкувавшись із колегами, опитані вважали, що комунікація з українськими державними органами є складним, довгим та малозрозумілим процесом, який може вимагати сторонньої допомоги від фіксерів чи місцевих контактів. Тому журналісти переважно вирішували не витратити на це час і не намагалися комунікувати з представниками влади взагалі.

”

З одного боку, я не дуже фокусувався на спілкуванні з державою. ... Так що, знаєте, з цими міністерствами я просто до них не звертався. Це не було пріоритетом. Що стосується Офісу Президента, то мене скоріше лякав цей процес. Я не розумів, як до нього навіть приступитися?

Журналіст, Канада

”

По приїзді в Україну, моїм основним планом було встановити зв'язки, не з урядом, а з суспільством. ... Звичайно, було б дуже цікаво зв'язатися з людьми, які працюють у міністерствах, або мати їхні номери телефонів чи емейли. Це допомогло би побачити більше точок зору. Але у мене було відчуття, що це буде складно. І не хотілося втрачати час у цій ситуації.

Журналіст, Іспанія

Відповідно, серед основних джерел інформації найчастіше називали героїв своїх інтерв'ю. Більшість журналістів по ходу роботи активно створювали власну мережу контактів серед місцевого населення, до яких могли потім звертатися з питаннями та по допомогу з пошуком подальших сюжетів.

”

Я створив невеличку мережу контактів в Україні, яка в основному складається з журналістів, фіксерів, місцевих жителів, волонтерів і так далі. Тому перед поїздкою в Україну я зазвичай намагаюся зв'язатися з людьми на місцях, щоб дізнатися, які зараз є головні проблеми, що їх турбує. Чи можна там працювати, чи ні? Яка ситуація з безпекою і так далі.

Журналіст, Литва

Також журналісти активно спілкувалися з представниками різних державних інституцій на місцях – військовими, прес-офіцерами та місцевими працівниками прокуратури, поліції, ДСНС, місцевими адміністраціями. На місцевому рівні мовний бар'єр був більш помітним – представники медіа неодноразово опинялися в ситуації, де чиновники не говорили англійською і потребували допомоги перекладача. Однак, загалом, отримати інформацію, коментар чи взяти інтерв'ю було набагато легше ніж на рівні регіону чи керівництва держави.

”

Ми постійно звертаємося за коментарями до прес-офіцера області, міста. Це мабуть десятки разів.

Фіксер, Україна

Важливими джерелами комунікації із державними інституціями на місцях також є соціальні мережі, особливо телеграм канали та вотсап групи для журналістів. Через них брали коментарі, шукали потенційні історії для сюжетів, дізнавалися новини від представників держорганів та обмінювалися професійною інформацією.

”

З Енергоатомом ми спілкуємося виключно через телеграм канал. Інформація надходить досить оперативно.

Фіксер, Україна

”

Телеграм-група, в якій журналісти діляться всілякою інформацією, там можна знайти будь-кого, хто може допомогти, зорієнтувати. Вся інформація в цій телеграм-групі була дуже корисною. І я бачу, що в групі 1000 журналістів, і вони працюють.

Журналіст, Азербайджан

Неодноразово згадували Укрінформ та представництва Медіацентру Україна як важливе джерело інформації та підтримки, особливо для тих, хто приїздили до України вперше. Прес-конференції з представниками держави, прес-релізи, інформація про потенційні теми для сюжетів, інформація про безпеку, доступні англійською та онлайн часто закривали потреби журналістів в інформації від української держави.

”

Щоденні інтерв'ю, які вони дають в офісі там, в центрі «Укрінформ». І транслюють їх на окремому каналі з синхронним перекладом англійською, який роблять феноменально хороші перекладачі. Я ніколи в житті не чув настільки хороших перекладачів. І це дає мені можливість мені завантажити це відео і одразу ж мати голосову доріжку до нього.

Журналіст, США

”

Коли я перебував в Україні, то в основному спілкувався з Українським медіа-центром у Львові та Києві. Я відвідав досить багато прес-конференцій представників армії, прес-конференцій офіційних осіб з уряду, в тому числі мера Львова. ... Люди, які там працювали на стійці реєстрації... вони були надзвичайно помічними. Вони надавали інформацію. І більшість з них могли говорити англійською, тому мені було легше з ними спілкуватися.

Кореспондент, Індія

Марафон

58% опитаних вказали, що не знають про телемарафон «Єдині новини».

Серед тих працівників ЗМІ, які були знайомі з проєктом інформаційного телемарафону «Єдині новини», лише одиниці дивилися його більш-менш регулярно і жоден не зазначив, що використовував його як джерело інформації для професійних цілей.

В своїх оцінках цього проєкту представники медіа розділилися та виділили як значні його переваги, так і суттєві недоліки.

Серед переваг відзначали те, що марафон є важливим офіційним джерелом інформації для українців і завдяки участі кількох телеканалів може охопити та доставити інформацію до значно більшої аудиторії. Ці спільні зусилля також можуть бути корисними для успішного протистояння російській пропаганді. Також респонденти відзначали високу професійну якість новин та роботу журналістів марафону.



Політичне рішення влади говорити з людьми і роз'яснювати, що відбувається в їхній країні.

Репортер, Молдова



Це вдалий вибір – робити новини в цей складний момент. Тому що, коли найкращі журналісти і найкращі медіа роблять їх єдиною командою, це дійсно добре. Так ви можете покращити свою аудиторію, ви можете говорити до більшої кількості людей.

Журналіст, Литва

Серед основних недоліків відзначали те, що в контенті пропаганда часто переважає над інформацією, недостатньо якісний відбір гостей в студії. Також респондентів тривожить цензура на марафоні – відсутність серед учасників представників опозиційних каналів ат гостей з альтернативною думкою, контроль над проектом з боку Офісу президента. Також відзначали порівняно низьку якість неінформаційних програм.



Я можу зрозуміти, що в кризовій ситуації важливо контролювати інформацію або каналізувати її, тому що ми живемо в епоху, коли інформація також є інструментом війни. ... Але контролювати інформацію так само шкідливо, тому якщо всі ЗМІ починають говорити одними і тими словами, я думаю, що це обмежує можливості українських ЗМІ сказати щось більше, щось, що може додати цінності інформації, яка виходить назовні.

Кореспондент, Індія



фактично це вилилося в цензуру, коли деякі канали не пускають в телемарафон, по-перше. Це одна проблема, цензура. Друга проблема, що там іноді дуже ідіотський підбір спікерів. Умовно кажучи, там Жданов чи Арестович з кожного утюга, і це трохи задовбало вже. Хоча є набагато більше якісних спікерів. Тих же військових експертів, да? І в принципі, це з точки зору тих же іноземних журналістів більше схоже на пропаганду, а не на журналістику, розумієте? Тому що ну ми тим і відрізняємося від росіян, що ми не боїмося розказувати всю правду, навіть якщо вона не є там дуже приємною.

Фіксер, Ukraine

СПІВПРАЦЯ З ФІКСЕРАМИ

Більша частина опитаних представників медіа хоча б раз користувалися послугами українського фіксеря (або асистента, який працював у тій самій якості) під час їхніх професійних візитів в Україну з початку повномасштабного вторгнення у 2022 році.

Основні завдання зазвичай включали в себе комунікацію (пошук героїв для репортажів, пошук контактів та комунікацію з ними, написання листів, заповнення необхідних дозволів та інші бюрократичні процедури), переклад (письмовий та усний), логістичні задачі (прокладання маршруту, пошук транспорту та бензину, пошук необхідного обладнання або додаткових спеціалістів в команду, забезпечення житлом).

”

У нас є перевірений фіксер, людина, яка працює з нами з 2014 року, він і перекладач, і фіксер, і фотограф, тобто він майстер на всі руки. Тож він робить за нас всі дзвінки, він допомагає нам знаходити людей, допомагає нам пересуватися, допомагає нам дістатися до потрібного місця і залишатися в безпеці.

Кореспондент, Канада

За словами фіксерів, більшість запитів, які вони отримували, є досить стандартними. Часто запити стосуються доступу до зон бойових дій або звільнених територій, або можуть зосереджуватися на тих чи інших конкретних об'єктах, важливих для сюжету, над яким працює журналіст.

Вартість послуг фіксерів є основним бар'єром для більшості опитаних журналістів, особливо для фрілансерів та представників невеликих ЗМІ, або журналістів із загалом більш бідних країн, які не можуть конкурувати з гонорарами, які пропонують фіксерам великі медіа компанії.

”

Це завжди питання грошей. Я з Польщі, ха-ха, я не маю таких великих бюджетів, як американці.

Журналіст, Польща

Тому типовою є ситуація, коли журналісти намагаються якомога менше користуватися послугами фіксеря. Наприклад, лише тоді, коли їдуть на передову або в нову місцевість. Натомість вони намагаються створювати власну мережу контактів з місцевими та з кожною новою поїздкою до України користуються послугами фіксерів все менше і менше.

Перевірені фіксери з хорошою репутацією добре відомі багатьом журналістам і тому часто перевантажені роботою, працюють на кількох журналістів або на кілька медіа одночасно. Особливо значущою ця проблема була в перші місяці після початку повномасштабного вторгнення. Через нестачу фіксерів, журналістам часто доводилося наймати людей, які не без попереднього досвіду роботи в журналістиці, тобто звичайних місцевих жителів, які мали певні контакти та володіли іноземними мовами. Певним навичкам журналісти навчали їх по ходу роботи. А також робили їм акредитації від імені ЗМІ, з якими вони лише тимчасово співпрацювали.

Робота з часто непідготовленими людьми та занадто великий попит призвели до швидкого тимчасового зростання цін на послуги фіксерів та на зниження якості роботи. Так кілька представників медіа поскаржилися на те, що фіксери погано перекладали або не могли виконати інших взятих зобов'язань.

”

Іноді тобі зустрічаються фіксери, які дуже добре знаються на доступі. І вони знають, що тобі потрібно, тому що ти хочеш дістатися на передову. Вони кажуть: «Я хочу поїхати з тобою на фронт». Та коли ви нарешті на передовій, виявляється, що їм нецікаво перекладати. І вони роблять паскудну роботу. І ти такий, «ок, ось я на передовій. Чудово. Але мені треба спілкуватися». А перекладач добре якщо половину перекладає.

Журналіст, Бельгія

Найважчою була ситуація журналістів з неангломовних країн, які погано володіють англійською. Знайти неангломовних фіксерів було набагато важче, тож такі журналісти стикалися із додатковим мовним бар'єром.

”

Я хочу працювати з фіксером, який знає японську мову. ... після вторгнення я писав в Україну людям, які знають японську мову. Втекли до Японії. Тому ми змогли знайти фіксера, який розмовляє англійською та українською мовами. Тому іноді важко спілкуватися з фіксером.

Журналіст, Японія

Однак, згодом ситуація стабілізувалися і станом на сьогодні опитані знають про фейсбук та вайбер групи для зв'язку між фіксерами та журналістами, де можна дізнатися розцінки, пропоновані послуги та найняти фіксера. Також колеги-медійники часто обмінюються контактами перевірених фіксерів.

Зі свого боку фіксери скаржилися, що в деяких випадках ЗМІ намагаються заощадити на фіксерах, відмовляючи їм у певних послугах – наприклад, не оплачують їхнє харчування та проживання. Фіксери хотіли б, щоб їхні робочі відносини (принаймні з великими компаніями) були більш офіційними.

”

Тут варто говорити що якщо міжнародна агенція наймає фіксера, то ну в ідеалі вона б мала заключити контракт, страхування і так далі. Тобто легалізувати якимось чи відносини. У більшості випадків цього не робиться.

Фіксер, Україна

Незважаючи на всі вищезазначені бар'єри, більшість опитаних працівників ЗМІ описують свій досвід роботи з українськими фіксерами як дуже позитивний. Вони високо оцінили їхню винахідливість, готовність навчатися на ходу, гарну англійську мову та загальне бажання допомогти.

”

Всі вони були винятково чудові. У мене не вистачає слів, щоб подякувати їм за їхні знання, за їхню підтримку, за їхню пристрасть і за все інше. Ми мали блискучі професійні моменти. Ми мали особисті моменти, які залишаться в моєму серці до кінця моїх днів.

Кореспондент, Індія

Теми, що цікавили журналістів

Перебіг подій на фронті, бажано в режимі реального часу, статистика загиблих та поранених військових та цивільних, ситуація на звільнених територіях, свідчення злочинів російської армії.

”

Новини про власне війну, про бойові дії, про перебіг останніх подій.

Журналіст, Італія

Життя цивільних в часи війни, статистика та персональні історії біженців та переселенців, історії поранених та сімей загиблих тощо.

Економічна ситуація в країні в різних секторах та її вплив на регіон та світ, економічні прогнози, енергетична ситуація, стосунки України з іншими державами, військова та економічна допомога.

Особливу цікавість для журналістів має інформація, пов'язана з країною їхнього походження / роботи – офіційні візити політиків, спільні заяви, допомога, історії громадян даної країни, що перебувають в Україні тощо.



Британські ЗМІ, в основному, цікавить те, в чому задіяні британці, в тому числі британська зброя, і це означає також візуальну інформацію про неї, а у нас не було можливості отримати доступ до такої інформації, можливості зробити такі знімки.

Журналіст, Великобританія

За словами опитаних, основна інформація з цих тем переважно доступна англійською, але в меншому обсязі, ніж інформація українською. Також для більш глибокого аналізу конкретних тем журналістам часто доводилося шукати додаткову інформацію, яка була доступна лише українською. В таких випадках опитувані користувалися допомогою фіксерів або помічників, або програмами онлайн перекладу.



Було багато-багато інформації англійською. Кожну хвилину йшла інформація. Але не завжди це була та сама інформація, що й в українських каналах.

Журналіст, Македонія



Я мушу користуватися послугами перекладача спочатку коли проводжу інтерв'ю. А потім доводиться розшифровувати і перекладати інформацію.

Журналіст, Австралія

Теми, які комунікують забагато

Більшість опитаних вказали, що таких тем немає, адже інформації не може бути забагато, і навіть якщо певна тема не цікавить конкретного журналіста, вона тим не менш має свою аудиторію.



Їхнє право комунікувати те, що вони хочуть, скільки вони хочуть, а наша робота – вирішувати, чи будуть з того новини, чи ні.

Кореспондент, Німеччина

У той самий час, опитані відзначали певні недоліки, яких вони хотіли би, щоби українська влада позбулася у своїй комунікаційній стратегії.

Найчастіше згадували про офіційну статистику втрат російської армії. Респонденти наголошували на тому, що без фактологічного підкріплення ці цифри виглядають дуже завищеними та зменшують рівень довіри до офіційних джерел інформації, тому є потенційним репутаційним ризиком.

”

Це цифри втрат. Коли вони кажуть, що вбили 54 тисячі російських військових. Ну, ніхто ж у це не вірить. Всі знають, що це перебільшена цифра. Якщо ви не маєте якогось способу, якоїсь форми, фактів, таких як база даних або чогось подібного, чим можна підкріпити ці цифри. На мою думку, це суттєво знижує довіру до інформації, яку ми отримуємо від вас ... Якщо вже оприлюднювати якісь цифри, потрібно мати щось більш-менш конкретне, чим підкріпити їх.

Журналіст, США

Серед інших недоліків вказували на небажаний в офіційній комунікації тон повідомлень, наприклад відео зі знищенням ворожої техніки під рок-музику чи використання відверто емоційно забарвленої та агресивної мови у повідомленнях на сторінках державних інституцій та службовців. А такі відео ЗМІ використовувати не можуть, зокрема через авторські права на музику. Крім того, вони поширюються часто в неофіційних телеграм каналах, тому їх неможливо верифікувати. А офіційні канали часто беруть контент, обмежений авторським правом, і не вказують цього.

”

Якщо ви чи я зробимо відео, накладемо на нього якусь музичку – це одне. Але коли ви – Міністерство оборони, ви не повинні такого робити.

Журналіст, Великобританія

Дехто з опитаних також відзначив завелику кількість відео та фото українських військових з тваринами, в той же час інші вважають цей контент цілком прийнятним і навіть необхідним для того, щоб підтримувати зацікавленість світової аудиторії.

”

Люди реагують на відео з тваринами. Завжди знайдеться якесь кошенятко чи цуценя. Це ідеально. Тому що в певному сенсі ми повинні підтримувати зацікавленість глядачів в Україні. Через те, що вони любили в дитинстві, будинки, тварини, щоденне життя. Мирне життя. Це те, чого, на мою думку, не може бути забагато.

Журналіст, США

Теми, які комунікують недостатньо

Найчастіше респонденти говорили про нестачу інформації про події на фронті – військової статистики, інформації про останній перебіг події тощо. При цьому більшість опитаних вважають таку ситуацію цілком передбачуваною, адже в часи війни подібна інформація є таємницею. Однак, на думку значної частини журналістів, навіть за цих умов, влада могла би оприлюднювати більше інформації. На їхню думку, оприлюднення власних втрат та визнання помилок підвищило би рівень довіри до неї.

”

У мене склалося враження, що українські чиновники не говорять про свої втрати. Бойові, втрату територій і таке інше. І я думаю, що для людей, які дивляться і читають ці новини це важко, тому що якщо ви завжди говорили, що Росія, російська армія дуже слабка. То на даний момент це виглядає, ніби ви не розумієте реальної ситуації.

Журналіст, Литва

Загалом, намагання приховувати помилки (як у випадку з падінням уламків ракети у Польщі) та надто прискіпливо контролювати та цензурувати інформацію вважають суттєвим репутаційним ризиком для української влади.

”

Україна повинна краще усвідомити цінність репутації правдивої країни у порівнянні з Росією, яка має репутацію країни, що бреше.

Журналіст, Франція

”

Якщо ви можете оприлюднити певну інформацію, вона мусить бути правдивою.

Журналіст, Великобританія

Кілька журналістів вважають, що недостатньо висвітлюються економічні питання, зокрема наслідки війни для різних галузей економіки країни та регіону.

”

Про економічні наслідки говорять недостатньо.

Кореспондент, Великобританія

Серед інших тем, які, на думку опитаних, комунікують недостатньо, згадували внутрішньо-політичні проблеми, висвітлення наявних проблем в суспільстві – корупція (в тому числі в армії), опозиційні погляди, позиція проросійських громадян тощо.

”

ніхто не хоче говорити нічого поганого про Зеленського, тому що він потрібен усім як лідер, і це дуже важливо, але, ж насправді, всі ті політичні розколи нікуди не зникли, просто зараз вони, так би мовити, приховуються.

Журналіст, Швейцарія

”

Мені було би цікаво дізнатися, що, наприклад, відбувається з проросійськи налаштованими людьми в Україні. Для іноземних журналістів ця тема могла би бути дуже цікавою. Або що відбувається в армії, чи є там корупція, чи ні. Тобто такі теми, але я розумію, що це не та інформація, яку запропонує уряд.

Журналіст, Іспанія

Серед інших потенційних ризиків недостатньої комунікації називали зосередження уваги лише на кількох великих медіа (переважно ТВ), замість більш рівномірного розподілу уваги між медіа різних типів, регіонів та калібрів, що дозволило би тримати увагу та прихильність до України серед значно більшої аудиторії.

Також дехто з опитаних вважає, що українська влада (зокрема Президент) недостатньо уваги приділяє союзникам, або концентрується більше на недоліках співпраці замість визнавати її досягнення та переваги. Це може викликати відчуття образи на “невдячність” з боку України та мати негативний вплив на громадську думку серед населення країн-союзників.

”

Найбільша проблема. Коли президент і міністр закордонних справ просять про зброю за кордоном, то зараз це виглядає, і достатньо просто почитати американські газети, щоб в цьому пересвідчитися, це виглядає дещо невдячно і претензійно. Буду відвертим. ... Я просто кажу вам, яке у мене складається враження як у журналіста, коли я це чую. На мою думку, потрібно визнати, що коли він просить про щось, то занадто багато фокусується на негативі, на тому, чого досі не отримали, замість тих мільярдів мільярдів, які надали Велика Британія, США і всі інші.

Кореспондент, Велика Британія

Кілька опитаних хотіли би, щоб українська держава більш активно взаємодіяла зі скептично налаштованою міжнародною аудиторією, спростовуючи популярні міфи російської пропаганди через офіційні канали.

”

Ці смішні, абсолютно безглузді твердження, що Сполучені Штати начебто фінансували лабораторії біологічної зброї в Україні. В Сполучених Штатах про це все ще говорять. Я особисто зробив багато репортажів проти цього наративу, але я не бачив нічого від... Я ніколи не бачив, щоб Україна спростовувала це твердження. Те ж саме з нацистським питанням. Весь цей галас навколо того, що в»Азові» служать нацисти, і, знаєте, або з тим, що росіяни розповідають, про те як Україна бомбить цивільне населення в Донецьку.

Журналіст, США

Інформація, яку не змогли отримати

Найчастіше така інформація стосувалася статистики – кількості жертв, поранених та полонених. Зокрема, неможливо отримати дозвіл на зйомки на території госпіталів.

”

Я хочу знати інформацію про жертви. Наприклад, ми не могли отримати кількість жертв. Велика проблема, тому що це була надсекретна інформація для українських військових....Скільки людей потрапило в полон до російських військових?

Журналіст, Японія

Стосовно всього іншого, більшість опитаних сказали, що могли отримати необхідну їм інформацію, якщо не в бажаному, то в достатньому обсязі.

”

ми могли отримати потрібну інформацію. Тому що, ми могли слідувати як з дня на день, а іноді навіть з години на годину, змінюється ситуація. Ми мали додаток на смартфоні, який був дуже добре зроблений. Liveuamap. Він був англійською мовою, і ми могли в ньому слідувати за ситуацією.

Журналіст, Франція

Обмеження роботи журналістів

Практично всі опитані були добре знайомі з офіційними обмеженнями на публікацію сенситивних матеріалів.

Серед топ-5 найпоширеніших обмежень на публікацій журналісти зазначали:

«Вибухи в регіоні» - 53%,

«Персональні дані військовослужбовців» - 48%,

«Постачання зброї» - 29%,

«Кількість поранених/загиблих дорослих цивільних» - 15%

«Кількість втрат ЗСУ», «кількість поранених/загиблих дітей», та «кількість поранених серед ЗСУ» - 12%.

Ті з журналістів, які мають попередній досвід роботи в зонах військових конфліктів, вважають ці обмеження досить помірними та очікуваними.

”

Все дуже чітко прописано. Типу, не фотографуйте військові об'єкти. Або, пам'ятайте, що ваша безпека – це ваша відповідальність. Намагайтеся залишатися в безпеці і, мати належне спорядження.

Журналіст, Канада

Загалом представники медіа переважно ставляться до таких обмежень з розумінням, вважають що їх запровадження було необхідним для збереження життів українських військових та цивільних та для того щоб не допустити коригування вогню для повторних ударів з боку російської армії під час атак.

Багато з опитаних були знайомі з випадками, коли обмеження порушувалися журналістами, але переважно вважали, що ці порушення були найбільш поширеними протягом перших місяців, коли в Україні працювали багато журналістів без попереднього досвіду роботи в зонах військових конфліктів та коли обмеження лише почали вводити, тому не всі були з ними ознайомлені.

Водночас, багато нарікань викликали невідповідності в обмеженнях залежно від регіону та їх вибіркове застосування на місцях. Також з досвіду журналістів, самі представники місцевої влади та силових структур не завжди були знайомі з офіційними обмеженнями, що створювало додаткові проблеми для роботи преси.



Це часто залежить від того, де саме ви знаходитесь. Наприклад, у Миколаєві є величезний список з приблизно 20 речей, які можна і не можна публікувати. А на Донбасі ви можете просто приїхати на місце і робіть, що завгодно. Насправді, дратує те, що іноді військові дають дозвіл на певні речі, а потім хтось інший перевіряє вашу камеру через кілька днів і запитує: «Якого біса ви фотографували військові позиції?»

Журналіст, Нова Зеландія



Є одна річ, яка мене іноді просто підбішує. Всі ми, журналісти, які працюють в Україні, маємо військову акредитацію від Міністерства оборони. Але в багатьох місцях місцеві адміністрації хочуть додаткову акредитацію, додаткові дозволи і так далі. І коли ви працюєте в країні, вам доводиться весь займатися написанням нових листів, тому що фактично всі хочуть, щоб ви їм надіслали паперовий лист на офіційному бланку за підписом головного редактора.

Журналіст, Німеччина

Загалом, найбільш проблемними більшість опитаних вважають обмеження доступу на звільнені території. На відміну від інших обмежень, ці правила не є чітко прописаними, застосовуються найбільш вибірково. Опитані скаржилися, що в той час як для одних журналістів доступ до певних територій був заборонений з міркувань безпеки, інші могли потрапити туди і працювати безперешкодно.



Я знаю, що мої колеги мали величезні проблеми з доступом на Донбас, на лінію фронту. І інші колеги, коли вони були в Ірпені, коли було дуже важко в Ірпені, вони казали мені, що якщо вони так багато ризикували, і деякі з них отримали поранення або загинули, то це також тому, що вони не мали доступу. Вони ішли на ризик, тому що не мали доступу.

Журналіст, Франція

Також журналісти скаржилися на погану організацію офіційних прес-турів на території з обмеженим доступом, які часто не враховують професійні потреби журналістів.

Часто автобуси застрягають у багнюці, ламаються, що наражає журналістів на більшу небезпеку. На прес-тури треба давати можливість журналістам їздити на власному авто. ... І ще одна річ з прес-турами. Вони завжди хочуть показати журналістам забагато речей у дуже обмежений час. Нам потрібно більше часу. Треба відвідувати менше місць і мати більше часу в кожному з них.

Журналіст, Франція

Саме ці обмеження найчастіше називали такими, з якими не погоджуються журналісти та такими, що найбільше заважають журналістам виконувати роботу. Відповідно, журналісти визнавали, що це часто штовхало їх на пошуки “обхідних шляхів”, порушення правил та більших ризиків, які часто наражали журналістів та тих, хто їм допомагав на додаткову небезпеку. Опитані визнавали, що вважають такі порушення необхідними у випадках, коли журналісти не можуть іншим чином виконувати свою роботу.

Я думаю, що це обмежений доступ до подорожей, до перебування в цьому районі, що в з одного боку є цілком зрозумілим з точки зору безпеки. Але з іншого боку, як на журналіста, на тебе тиснуть, щоб ти робив свою роботу. Ти мусиш її виконувати. У тебе дуже обмежений час. Відповідно, це наражає тебе на додатковий ризик.

Журналіст, Литва

БАР'ЄРИ ТА ПРОБЛЕМИ

Акредитація

Складність акредитації для міжнародних журналістів, як «значну» та «скоріше значну» проблему розглядають 37% учасників, в той час як 60% вважають це «скоріше незначною» та «зовсім незначною проблемою».

Частина опитаних мали значні затримки з отриманням акредитації, дехто не зміг отримати її взагалі. При цьому, як мінімум в одному випадку двоє співробітників однієї компанії подавалися в один час і отримали акредитацію з різницею в кілька місяців.

Також журналісти скаржаться, що вони часом повинні чекати на отримання акредитації місяцями.

”

Зараз (станом на грудень 2022 року) процес займає дуже довго - один-два місяці. Хоча улітку був усього тиждень. У мене зараз дві групи злетіли, тому що не має акредитацій. А на річницю початку війни планують приїзд багато груп. Тому процес з акредитаціями варто пришвидшити. - фіксер бюро західного ЗМІ.

При цьому так як репортери часто змінюються, затримки в отриманні акредитації не дозволяють їм працювати за межами Києва та ближче до лінії зіткнення.

Крім того, акредитація є безстроковою: тобто неможливо вказати, що певне медіа співпрацює з якимось фіксером у такий-то період. Тому часто акредитація фіксерів не відповідає ЗМІ, з яким вони реально працюють. А також є багато людей з акредитацією, отриманою на початку, які не є журналістами - і це погано впливає на імідж і ставлення до журналістів загалом.

Найбільше проблем з отриманням акредитації мали журналісти-фрілансери. На їхню думку, нинішня офіційна форма погано пристосована для їхніх випадків.

”

При акредитації вимагається журналістське посвідчення. Але у фрілансерів часто немає посвідчення. Тому, наприклад, я пройшов цю перевірку, тому що я створив Google-документ, де були скріншоти 20 статей, які я написав про Україну, перебуваючи в Україні. А от мій приятель написав лише три статті. ... Цього виявилось недостатньо. Тому я думаю, що, знаєте, можливо, потрібно більше ясності щодо того, який мінімальний обсяг роботи потрібно показати, щоб вважатися легітимними журналістами, якщо ви не є співробітниками конкретної газети. Журналіст, Канада

Крім того, є ще велика кількість місцевих акредитацій, але ніде немає навіть їх переліку та контактів відповідальних осіб. Іноді тільки приїхавши на місце або й взагалі на блокпості по дорозі можна дізнатися, що там потрібна місцева акредитація. Це процес є дуже непрозорим та може значно затримувати журналістів.

Також опитані наголошували, що непрозорими або нечітко прописаними є правила позбавлення акредитації та повернення або апеляцій в такому випадку. З часом це питання стає все більш критичним, особливо на фоні випадків позбавлення акредитації представників великих медіа - CNN, SkyNews, данської суспільної телерадіокомпанії DR.

”

Проблема в тому, що акредитацію зараз іноді забирають. Іноді абсолютно необґрунтовано. І потім її повернути, це є велика проблема. Буквально сьогодні мені розказували про випадок, коли акредитацію забрали. Потім агентство писало листи, акредитацію повернули. Але це агентство, воно залишилось в якихось списках, і воно мало проблеми доступу на блокпості, коли їм сказали, що ми вас не пускаємо, тому що ви у списках. - А нас же виключили зі списків. - А нам не повідомили.

Фіксер, Україна

Отримання інформації від чиновників

Половина, а саме 51% вказали, що труднощі в отриманні інформації від органів влади є «значною» та «скоріше значною» проблемою.

Серед основних проблем журналісти зазначали:

- упереджене ставлення до медіа
- невміння прес-служб працювати з журналістами
- небажання давати офіційні коментарі або брати відповідальність за рішення,
- занадто довгий і ускладнений процес узгодження та отримання доступу до чиновників та підпорядкованих ним закладів (найчастіше згадували про ускладнений доступ до медичних закладів)

Інші проблеми

Побутовий мовний бар'єр, відсутність попередніх контактів, погане розуміння загального контексту.

”

Основне це мовна проблема. Я ж зовсім не розмовляю українською мовою. Тому мені дуже потрібен хтось, хто б мені допоміг. Це була найбільша проблема.

Кореспондент, Південна Корея

Інші побутові бар'єри, переважно протягом перших тижнів після початку повномасштабного вторгнення – проблеми з житлом, нестача пального, проблеми з пересуванням країною.

Агресія та погрози з боку представників силових структур. Найчастіше такі випадки траплялися на блокпостах та стосувалися представників тероборони. Також окремі журналісти мали проблеми з представниками СБУ та патрульної поліції.

”

Нам погрожували українські солдати на блокпостах. Вони нас протримали на гачку на блокпосту протягом двох годин.

Журналіст, Македонія

Підозріливість, агресія та погрози з боку цивільного населення, переважно в перші тижні після початку повномасштабного вторгнення.

”

В якийсь момент в місті пролунала велика тривога. Всі побігли в бомбосховища, знаєте, у підвали будівель. Але коли ми зайшли в одне з цих сховищ, місцеві мешканці, вони почали нас виганяти звідти. Мовляв, ми не знаємо, хто ви такі. Можливо, ви шпигуни. Особливо активно це робили українські бабусі. Звичайно, мали поважати їхнє бажання. Тож ми сіли в свою машину і поїхали за місто, встали десь під лісом. Ми сподівалися, що там не бомбитимуть.

Журналіст, Франція

Самоцензура в розмові з пресою з боку громадян, самоцензура самих журналістів у висвітленні проблем та озвученні критики української влади.

”

Я думаю, що багато іноземних журналістів думають: «Чи варто мені писати на цю тему, яка є критичною для України? Чи не буде це підігруванням російській пропаганді?» Це дуже тонка межа.

Журналіст, Швейцарія

Незважаючи на всі вищевказані недоліки, переважна більшість журналістів мають позитивні враження від роботи в Україні, особливо від спілкування з місцевим населенням

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Дружні відносини та відповідна взаємодія між такими журналістами та прес-секретарями, посадовими особами, представниками українського уряду та військовими, допомагають підкреслити політику держави та докладені героїчні зусилля задля захисту України.

І навпаки: негативна взаємодія з українськими урядовцями (включно з бюрократичними перешкодами для надання даних або доступу до локацій), можуть вплинути на те, як міжнародна аудиторія сприйматиме українську самооборону. А розповіді від безпосередніх очевидців роблять ситуацію більш переконливою. Що також впливає позитивно або негативно на імідж України.

З огляду на це **рекомендується покращити комунікацію з міжнародною аудиторією з боку української влади, зокрема:**

- Створити «єдине вікно» для звернень від іноземних медіа - визначити з боку держави орган, який буде постійно, а не ситуативно, опікуватись питаннями взаємодії з іноЗМІ. Та наділити його відповідними повноваженнями.
- Реалізувати та підтримувати справедливу, відповідальну та послідовну **політику держави щодо акредитації**. А також довести її всім зацікавленим сторонам: як журналістам, так і по всьому ланцюгу командування.

Рекомендується **прописати прозору процедуру отримання акредитації преси.**

- Прописати чіткі вимоги для журналістів (включаючи фрілансерів): мінімальна кількість опублікованих матеріалів, які треба надати в якості аргументу, або інші необхідні документи.
- Скоротити термін розгляду заявок на акредитацію (до 7 робочих днів).
- Налагодити систему зворотного зв'язку – можливість для журналістів, дізнатися, на якому конкретно етапі знаходиться їхня заявка на акредитацію, потенційний час очікування та, в разі відмови чи можливості відмови, причини та способи вирішення проблеми.
- Чітко прописати причини, з яких можлива втрата акредитації. А також правила апеляції для її поновлення.

- Зробити акредитацію МО єдиною потрібною для роботи. Заборонити місцевим органам влади та Оперативним командуванням вводити свої акредитації (реєстрації), відмінити діючі.
- Запровадити кінцевий термін акредитації (наприклад, рік) та автоматичне поновлення для тих, хто подасть відповідного листа. Це дозволить мати актуальний перелік акредитацій та уникнути зловживання ними не-журналістами або від імені не тих ЗМІ, з якими журналісти працюють.

■ Затягування та періодичні скандали з позбавленням акредитацій іноземних журналістів підтверджують **необхідність долучення до акредитації (в частині іноземних ЗМІ) Міністерства закордонних справ України.**

Ні Генштаб, ні СБУ (в СБУ перевіркою займається підрозділ, який взагалі не займався іноземними журналістами, хіба що «точково») не володіють можливостями перевірити іноземних журналістів окрім як через Інтернет.

МЗС може перевіряти їх через свої посольства (як мінімум перевірити наявність того чи іншого ЗМІ, також вони знають топові ЗМІ тієї чи іншої країни).

Практика такої співпраці МЗС і Генштабу вже була і виявилась вдаю. Тим більше, що до 2004 року акредитаціями інозмі в Україні займалось виключно МЗС.

■ **Покращити доступ медіа до прифронтових зон та звільнених територій:**

- Прискорити та спростити процедуру акредитації в цілому та за межами Києва зокрема.
- Уніфікувати процедуру акредитації для роботи в областях на звільнених територіях (або повністю припинити практику «місцевої» акредитації, оскільки вона дублює акредитацію від ЗСУ)
- Збільшити штат прес-офіцерів в регіонах, в тому числі залучаючи волонтерів з числа військових до роботи з медіа.
- Збільшити кількість та покращити планування прес-турів: залучати до їх планування представників ЗМІ, враховувати їхні реальні потреби та побажання.
- Спростити механізм доступу на деокуповані території без супроводу прес-офіцерів для всіх акредитованих журналістів через тиждень після звільнення територій, за умови дотримання правил безпеки.

■ Впровадити можливість роботи журналістів безпосередньо в військових підрозділах або в безпосередньому контакті з ними (Embedded journalists). Потенційно це не тільки надасть більшу свободу дій в роботі для журналістів, але й допоможе військовим отримати більший контроль над роботою та безпекою журналістів.

■ Полегшити комунікацію з державними установами:

- Оновити перелік офіційних діючих контактів на сторінках установ
- Продублювати їх на усіх інших майданчиках (Медіацентр Україна-Укрінформ, Military Hub та інші).
- Нагадати прес-службам та комунікаційникам державних органів влади про обов'язок забезпечувати зворотній зв'язок з журналістами.

■ Створити додаткові ресурси, де була би зібрана **корисна інформація для іноземних журналістів** із регулярним їх оновленням. Наприклад, створити каталог відео, знятих військовими операторами, але доступних для використання акредитованими медіа.

■ Проводити інформаційно-роз'яснювальну роботу про правила роботи з медіа:

- тренінги для прес-офіцерів та представників прес-служб
- навчання про співпрацю з медіа з підрозділами Тероборони.
- роз'яснювальну кампанію щодо роботи журналістів та їхніх прав серед населення.

■ Підтримувати майданчики для регулярного (зокрема, неофіційного) обміну думками та обговорення проблем між журналістами та іншими зацікавленими сторонами – прес-офіцерами, представниками державних органів.