

За підтримки
Федеративної Республіки Німеччина



Auswärtiges Amt



**FRIEDRICH NAUMANN
FOUNDATION** For Freedom.

Ukraine



Фонд
Демократичні ініціативи
імені Ілька Кучеріва



Баланс між професійністю і національною відповідальністю:

Дослідження самоцензурування українських медіа під час
висвітлення мобілізації

Поліна Бондаренко | Алла Белошенко | Маріанна Присяжнюк

Зміст

<u>Вступ</u>	2
<u>Ключові висновки</u>	3
<u>Рекомендації</u>	5
<u>Методологія</u>	7
<u>Результати експерименту</u>	14
<u>Незалежні змінні: Характеристика респондентів</u>	15
<u>Незалежні змінні: Оцінка емоційного стану респондента</u>	19
<u>Незалежні змінні: Довіра до інституцій</u>	23
<u>Незалежна змінна: Оцінка стану свободи медіа</u>	24
<u>Незалежні змінні: Патріотичні настрої серед респондентів</u>	25
<u>Залежна змінна: Рівень самоцензури</u>	27
<u>Статистичний аналіз даних</u>	32
<u>Результати інтерв'ю</u>	36
<u>Структурний контекст діяльності медіа у період війни</u>	37
<u>Фактори та механізми самоцензурування при висвітленні мобілізаційної кампанії</u>	39
<u>Оцінка новин як індикаторів бар'єрів комунікації про мобілізацію</u>	42

Вступ

Цей аналітичний звіт є результатом проекту Фонду «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, що здійснюється за підтримки [Представництва «Фонду Фрідріха Науманна за Свободу»](#) в Україні у рамках програми Федерального міністерства закордонних справ Німеччини для підтримки ініціатив громадянського суспільства «Східне Партнерство». Відповідальність за зміст несе Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. У виданні представлено винятково результати дослідження авторів. Інформація, що представлена у аналітичному звіті, не обов'язково відображає погляди партнерів.

Повномасштабна війна докорінно змінила умови, у яких працює значна частина українських медіа, поставивши перед ними безпрецедентні професійні, етичні та безпекові виклики. У ситуації, коли медіа одночасно виконують інформаційну, суспільну й оборонну функції, а кожна публікація може мати потенційні наслідки для життя людей, особливо загострюється питання допустимих меж свободи слова та самоцензурування.

Самоцензура в умовах війни є складною і чутливою темою. Вона лежить на перетині кількох важливих цінностей: національної безпеки, права суспільства на інформацію та ролі медіа як інструменту контролю за діями державних інституцій, зокрема у сфері оборони та мобілізації. Розуміння того, як саме журналісти ухвалюють рішення про обмеження поширення інформації, є важливим для оцінки того, наскільки стійкими залишаються демократичні інститути у воєнний час.

Представлене дослідження поєднує контрольований експеримент і глибинні інтерв'ю з представниками медіа спільноти, чия професійна діяльність пов'язана з виробленням і поширенням інформації. Такий підхід дозволяє аналізувати самоцензуру не лише як задекларовану позицію, а як конкретні поведінкові рішення, максимально наближені до реальної роботи в редакціях. Водночас інтерв'ю дають змогу зрозуміти внутрішні мотиви, сумніви та професійні дилеми, які стоять за цими рішеннями.

Звіт покликаний запропонувати емпірично обґрунтоване розуміння того, як поєднуються патріотичні переконання, професійні стандарти, емоційний стан, страх санкцій, інституційні та комунікаційні обмеження у роботі медіа під час війни. Його мета – створити підґрунтя для фахової дискусії про те, як підтримати вільну й відповідальну журналістику, покращити державні комунікації, знизити ризики для медіа та водночас зберегти високі стандарти повідомлення суспільно важливої інформації в умовах затяжної російсько-української війни.

Ключові висновки

- **Рівень самоцензури серед опитаних представників медіа спільноти є високим і суттєво залежить від теми новини.** У межах експерименту 73% учасників хоча б раз вирішували не публікувати матеріал. Найчастіше це траплялося у новинах, що стосувалися можливих порушень у військових структурах. Зокрема, 60,5% відмовлялися публікувати історію про відмову в медичній допомозі військовому, а 36% – про застосування сили з боку ТЦК. Ці результати узгоджуються з інтерв'ю, у яких тема мобілізації та діяльності військових органів описується як найбільш чутлива і ризикована для публічного висвітлення.
- **Респонденти чітко розрізняють інформацію з прямим і непрямим безпековим впливом.** Глибинні інтерв'ю показують, що інформація, яка може безпосередньо зашкодити безпеці, наприклад, дані про переміщення військ або місця обстрілів, сприймається як така, що не має публікуватися. У таких випадках рішення не поширювати матеріал зазвичай розглядається не як самоцензура, а як прояв професійної відповідальності. Тут професійна роль журналіста і національна позиція збігаються, а не вступають у конфлікт.
- **Основна зона напруження виникає там, де зв'язок між публікацією і безпекою не є прямим.** Усі новини, використані в експерименті, описували випадки, де потенційна шкода для обороноздатності є можливою, але непрямую. У таких ситуаціях рішення про публікацію залежало від того, як журналісти інтерпретували новину: як суспільно корисну або як ризиковану. Корупційні сюжети частіше сприймалися як виправдані та легітимні, тоді як матеріали про військові інституції – як особливо чутливі.
- **Сумніви у достовірності інформації не повністю пояснюють відмову від публікації.** Хоча недовіра до джерел була найпоширенішим задекларованим аргументом (до 69% відповідей), вона не пояснює, чому учасники часто обирали повну відмову від матеріалу навіть тоді, коли його можна було доопрацювати. Кількісні та якісні дані разом показують, що рішення формувалися під впливом ширших міркувань, зокрема оцінки можливих наслідків для безпеки та очікуваної суспільної реакції.
- **Професійні стандарти можуть виконувати різні функції залежно від мотивації респондента.** Коли учасники були налаштовані публікувати новину, професійні стандарти (перевірка джерел, баланс позицій, точність формулювань) використовувалися для покращення якості матеріалу. Натомість у випадках, де публікація була небажаною, неможливість повністю дотриматися стандартів часто ставала аргументом на користь повної відмови. Таким чином, у воєнних умовах професійні стандарти можуть бути не лише інструментом якості, а й мовою, через яку легітимізується рішення не публікувати матеріал, зумовлене глибшими патріотичними або безпековими міркуваннями.

- ▶ **Брак комунікації з боку державних інституцій підсилює обережність респондентів, особливо у темах мобілізації.** В інтерв'ю респонденти неодноразово наголошували, що відсутність офіційних коментарів, зокрема з боку ТЦК, ускладнює перевірку інформації і часто змушує утримуватися від публікації навіть суспільно важливих тем. Хоча цей чинник не вимірювався окремо в кількісній частині, його вплив проявляється у характері рішень щодо сюжетів, де можливість верифікації була обмеженою. У таких умовах межа між професійною обережністю та самоцензурою стає особливо розмитою.
- ▶ **Соціальний тиск впливає на рішення про публікацію навіть тоді, коли він не усвідомлюється.** В інтерв'ю респонденти часто стверджували, що реакція аудиторії не є для них визначальною при ухваленні рішення щодо поширення матеріалу. Водночас експеримент показав протилежне: нагадування про позицію більшості або очікуване ставлення суспільства стабільно підвищувало ймовірність відмови від публікації. Цей ефект був особливо помітним у темах, пов'язаних із мобілізацією, і свідчить про дію соціального тиску, який не завжди усвідомлюється самими учасниками.
- ▶ **Емоційний стан учасників пов'язаний із рішеннями про публікацію, але не є визначальним чинником.** Кількісні дані показують слабкий, але статистично значущий зв'язок між емоціями та самоцензуруванням: негативні емоції, як-от тривога чи страх, у середньому поєднувалися з нижчою самоцензурою, тоді як позитивні – з її незначним зростанням. Водночас у глибинних інтерв'ю журналісти описували сильне емоційне навантаження, але рідко пов'язували свої емоції з конкретними рішеннями. Це свідчить, що емоції радше формують загальний фон роботи, ніж напряду визначають, публікувати матеріал чи ні.
- ▶ **Тип патріотичних орієнтацій є ключовим чинником рішень у складних і неоднозначних ситуаціях.** Респонденти з вищим рівнем конструктивного патріотизму, що поєднує підтримку держави з готовністю до критики, рідше вдавалися до самоцензурування. Натомість сліпий патріотизм, орієнтований на безумовну лояльність, частіше супроводжувався відмовою від публікації. Разом з емоційним станом і статтю ці чинники пояснюють близько 9% відмінностей у рішеннях щодо поширення матеріалів, що вказує на сталі, а не випадкові тенденції.
- ▶ **Самоцензура у вибірці найчастіше виникає не через пряму заборону, а як результат поєднання патріотичних переконань і соціального тиску.** У ситуаціях, де потенційна безпекова шкода не є очевидною, саме домінування певного типу патріотизму разом з уявленнями про суспільну реакцію формує готовність обмежувати поширення інформації. У таких випадках самоцензура рідко називається прямо, але проявляється через рішення не публікувати матеріал, навіть коли формальні професійні підстави для цього не є вирішальними.

Рекомендації

Ці рекомендації спрямовані на зменшення вимушеної самоцензури, яка виникає в умовах невизначеності, соціального тиску та браку комунікації, при збереженні безпекових пріоритетів.

- ▶ **Запровадити стандартизований швидкий механізм публічної комунікації з чутливих тем.** Для тем мобілізації, роботи ТЦК та інцидентів за участі військових необхідний формат оперативної відповіді держави («підтвердити/спростувати/пояснити») з чіткими строками, мінімальним набором фактів і визначеними контактними особами. Це зменшить кількість рішень про непублікацію, ухвалених через відсутність офіційної позиції.
- ▶ **Створити безпечні канали верифікації для журналістів у справах підвищеної чутливості.** Доступ до підтвердження факту події або процедурного пояснення без розкриття операційних деталей знизить напругу між професійними стандартами та безпековими ризиками і зменшить самоцензуру у суспільно важливих темах.
- ▶ **Розмежувати державну комунікацію для суспільства та реагування на інформаційні операції.** Регулярні публічні роз'яснення типових маніпуляцій навколо мобілізації та війни зменшують соціальну напругу, полегшують роботу медіа і звужають простір для дезінформації.
- ▶ **Підтримати фінансову сталість локальних медіа через прозорі, конкурсні механізми.** Незалежне фінансування, не прив'язане до лояльності, а до стандартів і суспільної значущості контенту, знижує структурний тиск і ризики непрямої самоцензури в регіональних редакціях.
- ▶ **Запровадити письмові редакційні протоколи для роботи з чутливими воєнними темами.** Чіткі правила верифікації, отримання коментарів і ухвалення рішень про публікацію або непублікацію зменшують суб'єктивність і не перекладають відповідальність на одного журналіста.
- ▶ **Посилювати доказову базу через партнерства з аналітичними центрами та правозахисними організаціями.** Спільна верифікація документів і даних підвищує готовність до публікації суспільно важливих матеріалів у чутливих сферах.
- ▶ **Замість повної відмови від теми відокремлювати суспільно важливий факт від деталей, які можуть зашкодити безпеці.** Редакції можуть винести в публічну площину сам факт проблеми або порушення, уникаючи точних локацій, часових прив'язок і процедурних описів. Такий підхід дає змогу інформувати суспільство, не створюючи додаткових ризиків і не вдаючись до самоцензури.

- ▶ **Підтримувати в медіаорганізаціях регулярну професійну рефлексію складних редакційних рішень як спосіб зменшення неусвідомленої самоцензури.** Дослідження показує, що журналісти з вищим рівнем конструктивного патріотизму рідше відмовляються від публікації у випадках, коли безпекова шкода не є прямою. Йдеться про створення в редакціях простору для колективного аналізу складних кейсів: чому матеріал не публікується, де проходить межа між відповідальністю та самообмеженням і які альтернативні рішення були можливі. Такі формати (редакційні розбори, етичні сесії, peer-discussion) допомагають зменшити автоматичні відмови від публікації, зняти тиск з окремого журналіста і закріпити розуміння критики як частини професійної відповідальності в умовах війни.
- ▶ **Інвестувати в медіаграмотність аудиторії щодо тем, пов'язаних з війною.** Пояснення стандартів журналістики та обмежень воєнного часу знижує соціальний тиск на редакції й попит на неперевірені джерела.

Методологія

Дослідження спирається на змішаний дизайн. Збір емпіричних даних проводився у два етапи, об'єднані між собою спільною вибіркою. У цьому дослідженні самоцензура визначається як індивідуальне самообмеження свободи слова, спричинене усвідомленням потенційних негативних наслідків у разі поширення інформації, які переважають суб'єктивну користь від її поширення¹.

Під час першого етапу Фонд «Демократичні ініціативи» спільно з Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) провели контрольований експеримент із застосуванням онлайн платформи. Внутрішня база контактів «Демократичних ініціатив» була використана для відбору (методом залучення добровольців) 200 респондентів з представників медійної спільноти, чия діяльність пов'язана з виробленням та поширенням інформації. З 16 вересня по 11 листопада відібраним респондентам були надіслані посилання для проходження опитування, на початку якого вони випадковим чином розподілялися між шістьма групами: контрольною та п'ятьма експериментальними.

Перша частина анкети містила соціально-демографічні питання, оцінку емоційного стану респондентів, довіру до інституцій, оцінку свободи медіа, оцінку патріотичних поглядів. Зміст другої частини анкети варіювався залежно від приналежності респондента до контрольної чи експериментальних груп. Усім респондентам демонстрували чотири новини, пов'язані з проведенням мобілізаційної кампанії, що імітували реальні новини, які раніше поширювалися в українських медіа. Тему мобілізаційної кампанії обрали як високочутливу й суспільно важливу, щоб мінімізувати під час експерименту випадки, коли респонденти вирішували не поширювати інформацію, вважаючи її неважливою. Кожна з новин стосувалася різних за ієрархією суб'єктів, дотичних до мобілізаційної кампанії.

Новина 1

Заголовок:

Міністерство оборони підписало контракт з маловідомою фірмою на постачання військової форми для мобілізованих за ціною, що на 30% перевищує ринкову.

Підводка:

Згідно з нещодавно опублікованим документом про закупівлі, Міністерство оборони уклало контракт на суму 270 мільйонів гривень з раніше невідомою компанією на постачання військової форми для мобілізованих військових у навчальних центрах. Аналітики ринку вказують на те, що ціни, зазначені в угоді, в середньому на 30% вищі за ринкові. Представники Міністерства оборони не коментують вибір постачальника. Кілька громадських організацій закликають до більшої прозорості в питаннях закупівель у воєнний час.

¹ Jungblut, M., & Hoxha, A. (2016). Conceptualizing journalistic self-censorship in post-conflict societies: A qualitative perspective on the journalistic perception of news production in Serbia, Kosovo and Macedonia. *Media, War & Conflict*, 10(2), 222-238. <https://doi.org/10.1177/1750635216673283> (Original work published 2017)

Новина 2

Заголовок:

Харківський ТЦК звинувачують у застосуванні фізичної сили під час мобілізації.

Підводка:

Очевидці повідомляють, що співробітники Територіального центру комплектування в Харкові застосовували фізичну силу під час спроб мобілізувати чоловіків на місцевому ринку. На відео, знятому на мобільний телефон, яке зараз поширюється в Інтернеті, видно, як щонайменше двох чоловіків, які відмовилися показати військово-облікові документи, заштовхують у фургон. Правозахисники висловили занепокоєння щодо законності таких дій. Представники ТЦК стверджують, що діяли в межах закону.

Новина 3

Заголовок:

Мобілізований солдат стверджує, що йому відмовили в медичній допомозі в навчальному центрі після травми.

Підводка:

Нещодавно мобілізований солдат, який проходить навчання у військовому навчальному центрі в Рівненській області, стверджує, що йому відмовили у наданні невідкладної медичної допомоги після отримання травми під час навчань. У дописі, опублікованому анонімно в Telegram-каналі, солдат стверджує, що командири проігнорували його прохання про надання медичної допомоги і сказали йому «замовкнути, якщо він не хоче в окопи». Прес-служба Збройних сил не відреагувала на цю заяву.

Новина 4

Заголовок:

Чоловік затриманий на кордоні після того, як нібито заплатив 7000 доларів, щоб уникнути мобілізації.

Підводка:

Прикордонники Закарпатської області повідомляють про затримання 28-річного чоловіка, який нібито заплатив 7000 доларів за незаконне переправлення через кордон, щоб уникнути мобілізації. За попередньою інформацією, він використовував підроблені медичні документи. Розпочато кримінальне розслідування. Джерела, близькі до справи, припускають, що це частина ширшої мережі, яка сприяє незаконному перетину кордону чоловіками мобілізаційного віку.

Після ознайомлення з новинами респонденти мали визначити, що робити з кожною з них: опублікувати без змін, опублікувати з певними змінами, не публікувати. Значна частка респондентів у вибірці, які обирала опцію «опублікувати з певними змінами» пропонували уточнити окремі наведені у новинах факти, додати фактаж та коментарі сторін. Ці пропозиції відповідають професійним стандартам щодо підготовки та публікації новинних матеріалів, які, втім, не були повною мірою дотримані у межах експерименту, оскільки збільшення обсягу тексту новин продовжувало час проходження опитування, що критично знижувало показник завершення опитування (response completion rate). Щоб уникнути змішування випадків внесення змін для дотримання журналістських стандартів зі змінами, зумовленими спробами обмежити поширення інформації, під час аналізу самоцензуруванням кодувалися лише випадки повної відмови від поширення матеріалів, без спроб їх покращити.

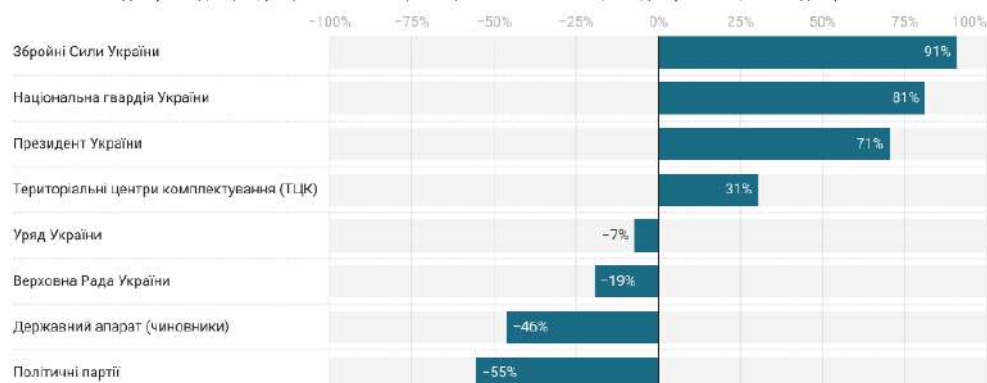
Респондентам з експериментальних груп перед новинами демонстрували різні експериментальні умови, які могли вплинути на їхнє рішення щодо публікації запропонованих новин. Формулювання експериментальних умов ґрунтувалося на чинниках самоцензурування, виокремлених у наукових статтях, зокрема Юнгблут та Ходжа (Jungblut & Hoxha)².

Експериментальна група В (експериментальна умова – спіраль мовчання):

«Перед переглядом матеріалів, запрошуємо Вас ознайомитися з результатами нашого останнього опитування громадської думки на схожу тематику, які можуть Вас зацікавити»

Оцініть, наскільки Ви довіряєте наступним державним органам і соціальним інститутам?

За балансом 'довіри-недовіри', розрахованим як різниця між часткою тих, хто довіряє і тих, хто не довіряє



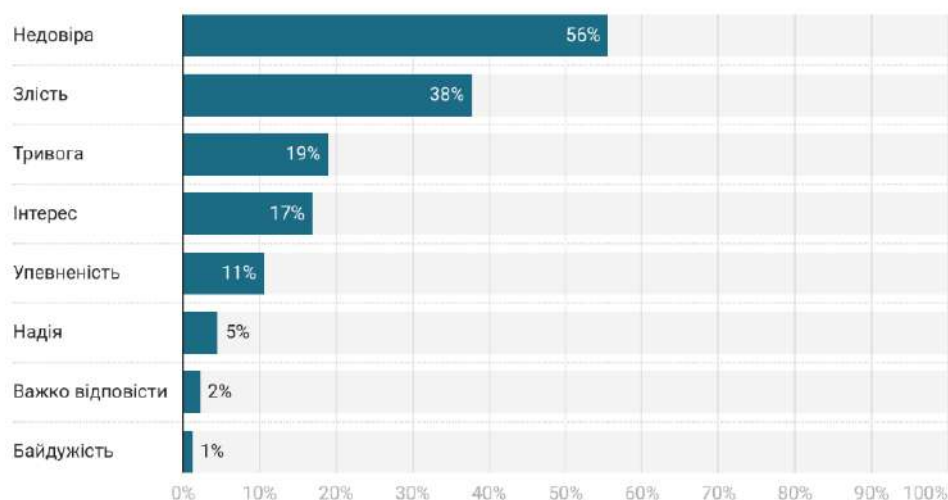
Опитування проведене на замовлення Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва з 5 по 12 липня 2025 року на території, що контролюється урядом України та на яких не ведуться бойові дії. Опитано 2024 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3%. Разом з тим, додаткові систематичні відхилення вибірки можуть бути зумовлені наслідками російської агресії, зокрема, вимушеною евакуацією мільйонів громадян.

Створено за допомогою Datawrapper

2 Jungblut, M., & Hoxha, A. (2016). Conceptualizing journalistic self-censorship in post-conflict societies: A qualitative perspective on the journalistic perception of news production in Serbia, Kosovo and Macedonia. *Media, War & Conflict*, 10(2), 222-238. <https://doi.org/10.1177/1750635216673283> (Original work published 2017)

Які почуття виникають у Вас, коли Ви бачите у медіа матеріали, які зображують військових з ТЦК у поганому світлі?

Респондент/-ки могли обрати необмежену кількість варіантів відповідей



Опитування проведене на замовлення Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва з 5 по 12 липня 2025 року на територіях, що контролюються урядом України та на яких не ведуться бойові дії. Опитано 2024 респондентів віком від 18 років. Теоретична похибка вибірки не перевищує 2,3%. Разом з тим, додаткові систематичні відхилення вибірки можуть бути зумовлені наслідками російської агресії, зокрема, вимушеною евакуацією мільйонів громадян.

Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Експериментальна група С (експериментальна умова – страх санкцій):

«Перед переглядом матеріалів, запрошуємо Вас ознайомитися з матеріалом у медіа на дотичну до дослідження тему»



Суспільне

10 липня, 16:46



Мобілізація журналіста Віктора Дзюби: каже про тиск влади і оголосив голодування. Фото: Віктор Дзюба / ТЦК | Facebook

Закарпатського журналіста Віктора Дзюбу мобілізували до ЗСУ попри висновки військово-лікарської комісії щодо дообстеження у лікарні. Він оголосив голодування і заявив про тиск ТЦК на незалежне медіа "Закарпаття сьогодні" і громадських діячів, які висвітлюють випадки мобілізації з застосуванням сили.

Про це він написав на своїй Facebook-сторінці.

Віктор Дзюба повідомив, що не ухилявся від обов'язків перед державою,

був зареєстрований у базі "Резерв+", але його затримали поліцейські без попереднього оголошення в розшук і в кайданках привезли в ТЦК два тижні тому. Після цього він сам з'явився для отримання повістки.

Експериментальна група D (експериментальна умова – вплив дотримання етичних та професійних стандартів):

«Перед переглядом матеріалів, запрошуємо Вас ознайомитися з рекомендаціями Комісії з журналістської етики про належне висвітлення теми мобілізації в Україні:

1. Ретельно перевіряйте інформацію, яка з'являється в соціальних мережах (приклад: На Закарпатті хлопець втратив свідомість після того, як йому «вручили» повістку). З'ясуйте, хто є першоджерелом, що відомо про цю людину і чому вона оприлюднила певну інформацію. Знайдіть підтвердження в інших джерелах, не пов'язаних із першим. Використання без перевірки інформації лише з одного джерела, часто анонімного, є порушенням.
2. Уникайте узагальнень і «ярликів» («ухилянти»), якщо провина людей, про яких ви пишете, не доведена, – наприклад, якщо йдеться про вручення повісток в людних місцях.
3. Покажіть приклади успішного розв'язання проблем, які виникають під час мобілізації».

Експериментальна група E (експериментальна умова – тиск з боку власників медіа):

«Перед переглядом матеріалів, хочемо повідомити, що, окрім самих журналістів, попередньо опитали власників медіа, у яких вони працюють. Ось декілька цікавих інсайтів, які ми дізналися:

1. 87% опитаних власників медіа не підтримують публікацію матеріалів, які можуть негативно вплинути на мобілізаційну кампанію та підірвати обороноздатність країни.
2. 92% – погодилися, що медіа мають нести відповідальність за матеріали, які публікують
3. 43% – ініціювали звільнення працівників, чиї погляди не відповідають цінностям редакції».

Експериментальна група F (експериментальна умова – особисті переконання, у цьому випадку патріотизм):

«Перед переглядом матеріалів, хочемо нагадати, що Ви як український журналіст, який працює у воєнний час, маєте усвідомлювати, що негативні репортажі про мобілізаційні заходи можуть знизити бойовий дух військових, чим погіршите шанси України на перемогу у війні».

Респондентів, які погодилися долучитися до наступного етапу, було запрошено на напівструктуровані інтерв'ю. Фонд «Демократичні ініціативи» провів 12 інтерв'ю з 1 по 8 жовтня. Респонденти були різного віку (від 35 до 73 років), статі, проживали у різних областях України та працювали на різних посадах (переважно журналісти та редактори) у різних типах медіа (національні, регіональні, онлайн-медіа та друковані), що дало змогу забезпечити представлення різного досвіду. Середня тривалість інтерв'ю становила 34 хв. Інтерв'ю було спрямоване на вивчення внутрішнього обґрунтування, яке стояло за поведінковими рішеннями респондентів під час експерименту. Під час інтерв'ю респондентам нагадували про експериментальні умови та новини щодо яких вони ухвалювали рішення в експерименті.

Етичні застереження

На початку експерименту у формі онлайн-опитування респондентам повідомляли, що дослідження, у якому вони беруть участь, стосується вивчення медіапрактик українських журналістів у їхній професійній діяльності під час війни. Безпосередньо перед демонстрацією новин респондентам повідомляли, що всі новини, запропоновані їм для оцінки, є вигаданими, але базуються на реалістичних ситуаціях, і попросили сприймати їх так, ніби вони розглядають ці матеріали для потенційної публікації у медіа. У самій анкеті не фігурувало жодних згадок про самоцензурування. Часткове обмеження інформування респондентів про справжню мету дослідження було зумовлене мінімізацією соціально бажаних відповідей, які могли б спотворити результати експерименту. По завершенню опитування респондентів поінформували про справжню мету дослідження, причини обмеженого інформування на початку, методологію експерименту, а також ще раз наголосили, що всі новини та інформація, які вони бачили в опитуванні, є вигаданими.

Обмеження

Вибірка є нерепрезентативною, спосіб відбору респондентів та розмір вибірки унеможливають поширення результатів на представників усієї української медіаспільноти. Змодельовані ситуації можуть не повністю відтворювати реальні емоційні й редакційні обставини роботи у медіа, а відповіді респондентів під час інтерв'ю можуть бути частково продиктовані соціально бажаними мотивами. Водночас ці обмеження не скасовують достовірності основних висновків, адже всі групи перебували в однакових умовах експерименту, ключові патерни поведінки залишалися стабільними у різних моделях аналізу, а отримані результати узгоджуються з наявними теоретичними підходами та попередніми дослідженнями самоцензурування в медіа. Таким чином, хоча результати потребують обережного узагальнення, вони залишаються надійним емпіричним свідченням механізмів самоцензури в умовах війни.

РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРЕМЕНТУ

Незалежні змінні: Характеристика респондентів

Переважну більшість опитаних представників української медійної спільноти становлять жінки (67%), чоловіків серед респондентів – 33%. У вибірці домінували респонденти середнього віку, на вікову групу 30–59 років припадає 71,5% усіх опитаних. Респондентів віком від 18 до 29 років становили 15% вибірки, а ті, кому понад 60 років, – 13,5%. Найбільш представленою є вікова група від 40 до 49 років (27%). Географія проживання респондентів охоплює майже усі області України, за винятком Луганської та АР Крим. 2% респондентів на момент опитування проживали за кордоном – у Косово та Німеччині. Майже $\frac{1}{3}$ респондентів проживають у Києві. У вибірці майже відсутні респонденти без вищої освіти, лише 2% опитаних мають середню спеціальну чи загальну середню освіту. Фінансово-матеріальний стан респондентів різниться: більшості вистачає на харчування та задоволення базових потреб, але не на купівлю товарів тривалого вжитку (69,5%); частка тих, хто не завжди може дозволити собі придбати необхідні продукти, становить 6,5% у вибірці; до умовно забезпечених належать 24% опитаних, із них 2,5% можуть фінансово дозволити собі придбати все, що забажають.

Частина респондентів у вибірці поєднує декілька посад і роботу у різних типах медіа. Більшість опитаних працює журналістами (54,5%), або редакторами (46,5%) в онлайн-медіа (64%). Окрім запропонованих респондентам посад, до вибірки потрапили керівники медіа, продюсери та ведучі. Стаж респондентів з вибірки розподілений приблизно порівну, близько $\frac{1}{5}$ потрапляє у кожну з підгруп по стажу роботи з кроком у 5 років. Виняток становить підгрупа зі стажем роботи від 26 до 30 років, до якої належить 6% опитаних.

Стать респондентів

	n	%
Чоловіча	66	33
Жіноча	134	67

Вік респондентів

	n	%
18-29 років	30	15
30-39 років	47	23,5
40-49 років	54	27
50-59 років	42	21
60 років і старше	27	13,5

Місце проживання респондентів

	n	%
Вінницька область	8	4
Волинська область	5	2,5
Донецька область	1	0,5
Дніпропетровська область	9	4,5
Житомирська область	2	1
Закарпатська область	6	3
Запорізька область	8	4
Івано-Франківська область	3	1,5
Київська область	9	4,5
Місто Київ	65	32,5
Кіровоградська область	9	4,5
Львівська область	11	5,5
Миколаївська область	5	2,5
Одеська область	9	4,5
Полтавська область	11	5,5
Рівненська область	4	2
Сумська область	6	3
Тернопільська область	5	2,5
Харківська область	4	2
Херсонська область	1	0,5
Хмельницька область	3	1,5
Черкаська область	5	2,5
Чернігівська область	3	1,5
Чернівецька область	4	2
Косово	1	0,5
Німеччина	3	1,5

Освіта респондентів

	n	%
Загальна середня	1	0,5
Середня спеціальна	3	1,5
Вища або незакінчена вища	196	98

Фінансово-матеріальне становище респондентів

	n	%
Ледве зводять кінці з кінцями, грошей не вистачає навіть на необхідні продукти	13	6,5
Вистачає на харчування та на придбання необхідних недорогих речей	65	32,5
У цілому на життя вистачає, але на придбання товарів тривалого вжитку, таких як меблі, холодильник, телевізор, уже не вистачає коштів	74	37
Живуть забезпечено, але зробити деякі значні покупки поки що не в змозі через брак коштів (купити квартиру, автомобіль тощо)	43	21,5
Фінансово можуть собі дозволити придбати практично все, що хочуть	5	2,5

Типи медіа, в яких працюють респонденти

	n	%
Інформаційна агенція	16	8,0
Газета	29	14,5
Журнал	6	3,0
Радіо	24	12,0
Телебачення	24	12,0
Інтернет-видання	128	64,0
Громадська організація медійників	27	13,5
Інше	22	11,0

Посади респондентів

	n	%
Журналісти	109	54,5
Репортери	18	9,0
Редактори/Головні редактори	93	46,5
Коректори	7	3,5
Інше	39	19,5

Стаж роботи респондентів у медіа

	n	%
До 5	30	15
Від 6 до 10	30	15
Від 11 до 15	33	16,5
Від 16 до 20	29	14,5
Від 21 до 25	33	16,5
Від 26 до 30	12	6
Від 30	33	16,5

Незалежні змінні: Оцінка емоційного стану респондента

Загальний емоційний стан респондентів на момент початку проведення експерименту вимірювався за допомогою Короткої шкали емоційних переживань (Brief Emotional Experience Scale)³. Респонденти оцінювали за чотирибальною шкалою («зовсім ні», «трохи», «помітно», «дуже сильно»), наскільки вони почували себе щасливими, сумними, спокійними, наляканими, впевненими, стурбованими. За результатами відповідей респондентів розраховано позитивний (від 0 до 9 балів), негативний (від 0 до 9 балів) та збалансований бали (від – 9 до 9 балів).

Оцініть, наскільки Ви згодні чи не згодні з наступними твердженнями.

Зараз я відчуваю себе щасливим

	n	%
Зовсім ні	48	24
Трохи	101	50,5
Помітно	41	20,5
Дуже сильно	10	5

Зараз я відчуваю себе стурбованим

	n	%
Зовсім ні	5	2,5
Трохи	66	33
Помітно	91	45,5
Дуже сильно	38	19

Зараз я відчуваю себе спокійним

	n	%
Зовсім ні	78	39
Трохи	80	40
Помітно	33	16,5
Дуже сильно	9	4,5

³ Rogers, S. L., Brown, N., Goulding, M., Campbell, K., Mills, B., Hollett, R., Cruickshank, T., & Nosaka, K. (2025). Reliability and Validity of the Brief Emotional Experience Scale (BEES) as a Measure of Emotional Well-Being. *Behavioral Sciences*, 15(5), 643. <https://doi.org/10.3390/bs15050643>

Зараз я почуваю себе сумним

	n	%
Зовсім ні	25	12,5
Трохи	90	45
Помітно	70	35
Дуже сильно	15	7,5

Зараз я почуваю себе впевненим

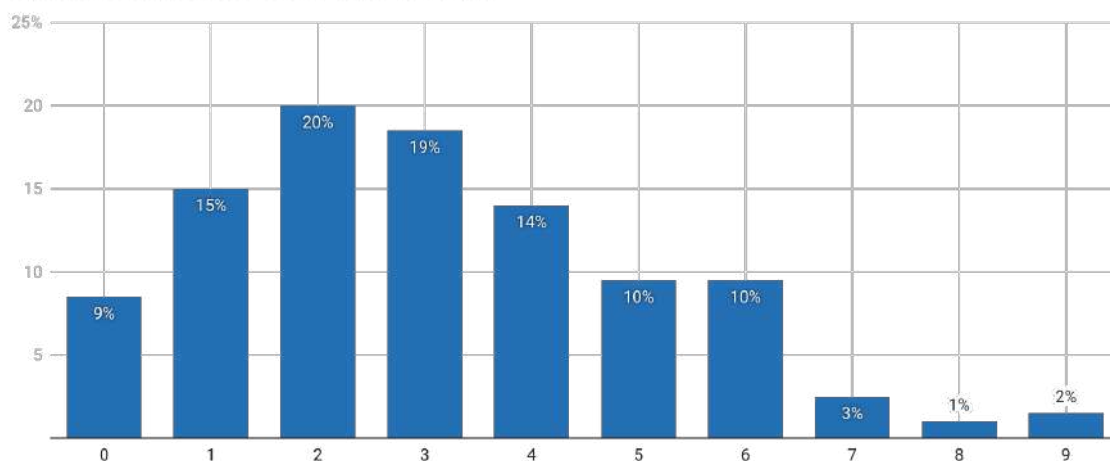
	n	%
Зовсім ні	53	26,5
Трохи	72	36
Помітно	63	31,5
Дуже сильно	12	6

Зараз я почуваю себе наляканим

	n	%
Зовсім ні	53	26,5
Трохи	103	51,5
Помітно	30	15
Дуже сильно	14	7

Дані демонструють виразне домінування негативних емоційних почуттів у вибірці, тоді як показники позитивного емоційного самопочуття залишаються відносно низькими. Оцінки за шкалою від 0 до 3 свідчать, що відчуття щастя, спокою та впевненості слабко виражені: середні значення для цих емоцій коливаються в межах від 0,9 і 1,2 бала, що відповідає низькому або помірно низькому рівню їх прояву.

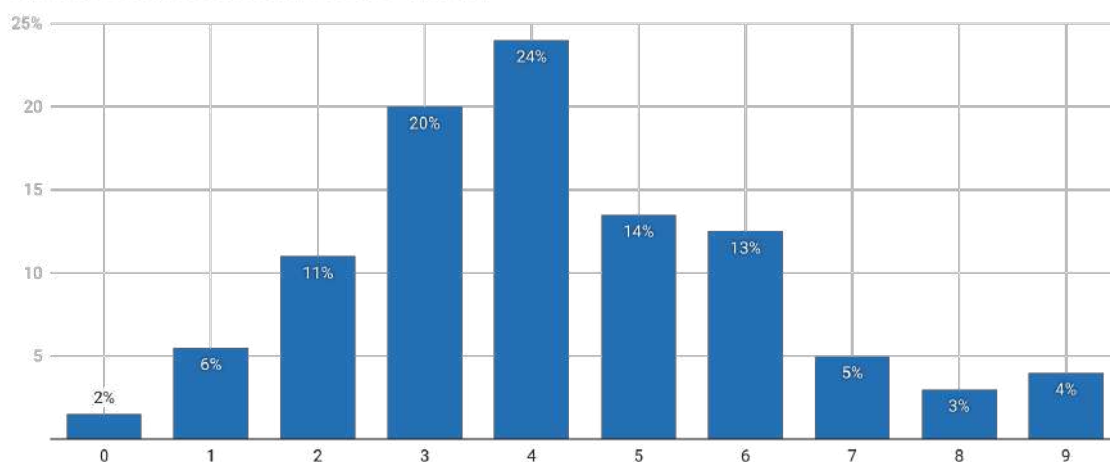
Інтенсивність позитивних емоцій



Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

На противагу цьому негативні емоції значно поширеніші серед респондентів. Найвиразніше представники медійної спільноти відчували стурбованість (1,8 бала), що є найвищим показником серед усіх окремих емоцій. Варіативність коливань інтенсивності переживання стурбованості відносно низька (стандартне відхилення – 0,8). Це означає, що більшість респондентів незалежно одне від одного демонструють помітний рівень стурбованості. Смуток (1,4 бала) та страх (1,0 бала) також поширені, хоча менш інтенсивні, однак разом вони формують стійкий фон емоційного напруження.

Інтенсивність негативних емоцій

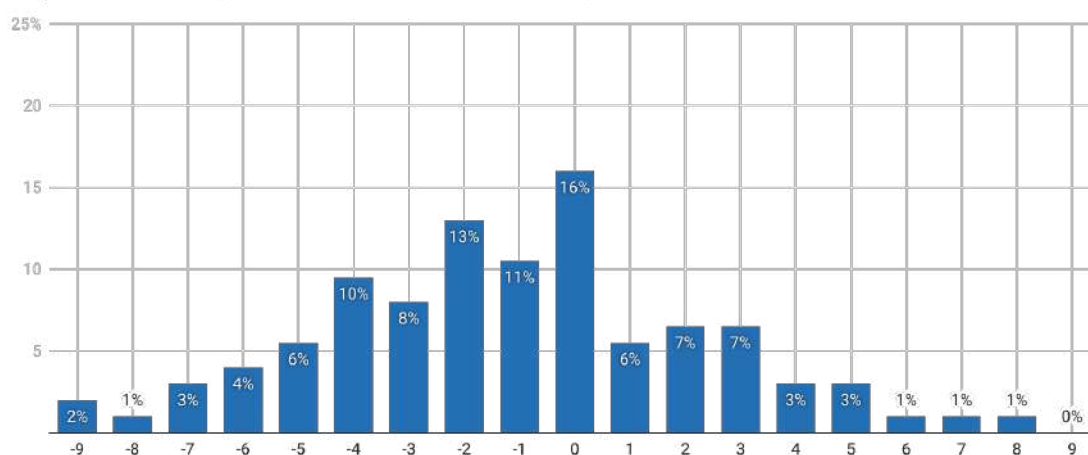


Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Агреговані індикатори підтверджують дисбаланс між позитивними та негативними емоціями. Позитивний бал має середнє значення 3,1 бала, тоді як негативний – 4,2 бала. Це співвідношення демонструє чітке переважання негативних переживань над позитивними. Збалансований бал, який відображає різницю між позитивними та негативними емоціями, має середнє значення -1,1, що свідчить про домінування негативних емоцій у вибірці. Водночас високе стандартне відхилення (3,4) вказує на значну внутрішню неоднорідність: хоча для більшості вибірки характерний переважно негативний емоційний стан, у вибірці все ж присутні респонденти з більш позитивним емоційним профілем. У сукупності ці результати показують, що емоційний стан опитаної частини української медіаспільноти характеризується помірним дистресом.

Загальний емоційний стан

Розрахований як співвідношення позитивних і негативних емоцій

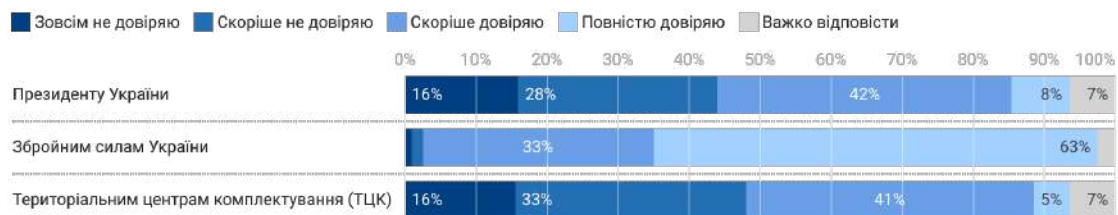


Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Незалежні змінні: Довіра до інституцій

У вибірці помітна виразна диференціація рівня довіри до різних державних інституцій. Збройні сили України мають найвищий рівень довіри серед опитаних представників української медіаспільноти, тоді як Президенту України та Територіальним центрам комплектування (ТЦК) довіряють суттєво менше. Загалом Збройним силам України довіряє 95% опитаних, а баланс довіри-недовіри становить +92,5%. Президенту України довіряє 49,5% опитаних, баланс довіри-недовіри є позитивними і становить +5,5%. Найменше опитані представники медійної спільноти довіряють ТЦК – 45,5%, а баланс довіри-недовіри є негативним та становить -2,5%. Середнє значення довіри коливається від майже повної довіри до Збройних сил (3,6 бала за шкалою від 1 до 4) до переважаючої недовіри Президенту (2,4 бала) і ТЦК (2,4 бала). Це відповідає динаміці у загальнонаціональній вибірці протягом усього повномасштабного вторгнення, коли довіра до Збройних сил України була вищою, ніж довіра до Президента України⁴.

Довіра до інституцій



Source: DIF • Created with Datawrapper

Порівняно зі ставленням до Президента та ТЦК, довіра до Збройних сил є найбільш однорідною (стандартне відхилення – 0,6). Таким чином довіра до Збройних сил є не лише високою, але й практично безальтернативною позицією в межах вибірки. Це дозволяє розглядати ЗСУ як інституцію, що має найбільшу легітимність серед опитаних представників української медійної спільноти. Довіра ж до Президента та ТЦК є менш однорідною. Високе стандартне відхилення в межах 0,8–0,9 відображає значну поляризацію оцінок і каже, що інституції викликають суперечливі реакції у різних респондентів.

Результати порівняльного аналізу (тест Фрідмана) підтверджують наявність статистично значущих відмінностей між рівнями довіри до трьох інституцій ($p < 0,001$). Подальший парний аналіз за критерієм Вілкоксона демонструє, що довіра до Збройних сил є суттєво вищою за довіру до Президента ($p < 0,001$) і значно вищою за довіру до ТЦК ($p < 0,001$). Різниця між рівнем довіри до Президента та ТЦК не досягає статистичної значущості ($p = 0,392$), що підтверджує близькість сприйняття цих двох інституцій респондентами.

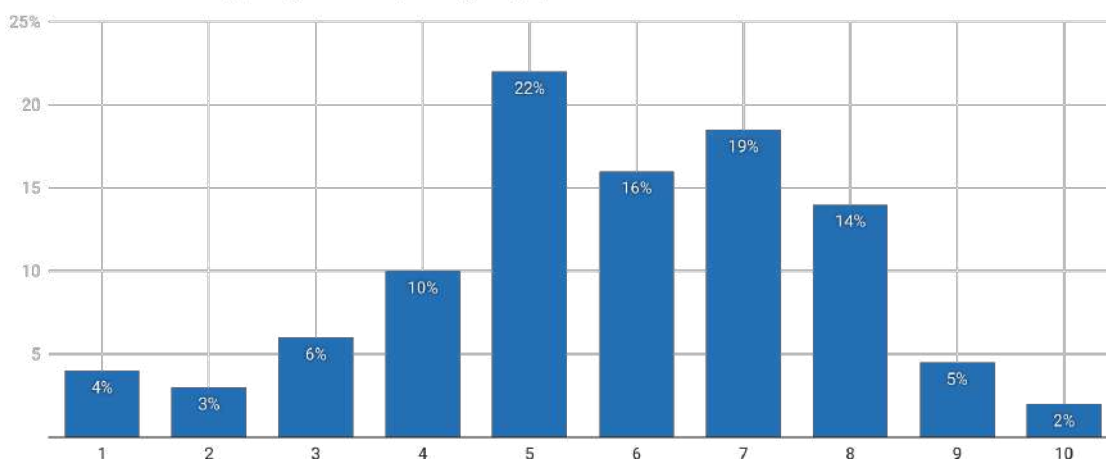
⁴ Центр Разумкова (2025). Результати соціологічного опитування, що проводилося соціологічною службою Центру Разумкова з 12 по 17 вересня 2025 року. <https://razumkov.org.ua/anons/rezultaty-sotsiologichnogo-opytuvannia-shcho-provodylosia-sotsiologichnoiu-sluzhboiu-tsentru-razumkova-z-12-po-17-veresnia-2025-roku>

Незалежна змінна: Оцінка стану свободи медіа

В оцінках опитаних представників української медіаспільноти щодо поточного стану свободи медіа відсутня гомогенність. Середнє значення 5,8 бала за шкалою від 1 до 10 вказує на переважно нейтральне або помірно позитивне сприйняття стану свободи медіа в Україні. Більшість оцінок респондентів (56%) лежить у діапазоні між 5 та 7 балами. Водночас широка варіативність відповідей (стандартне відхилення – 2,0) свідчить про неоднорідність оцінок: частина респондентів демонструє критичний погляд, тоді як інші дотримуються стримано позитивної позиції.

Оцінка стану свободи медіа

За 10-бальною шкалою, де 1 - дуже погано, а 10 - дуже добре



Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Порівняно з попередніми опитуваннями української медіаспільноти, оцінка свободи медіа помірно погіршилася⁵. За три хвили опитування, у 2019, 2023 і 2025 роках, найоптимістичніші оцінки стану свободи медіа представники української медіаспільноти давали у 2019 році. Тоді середній бал стану свободи медіа становив 7,6. Більшість оцінок (54%) коливалася в межах 7–8 балів. У 2023 році, після повномасштабного вторгнення, середній бал знизився до 6,4. Більшість оцінок (77%) розташовувалася у проміжку між 5 та 8 балами. Водночас протягом років зростала частка респондентів, які давали низькі оцінки стану свободи медіа в Україні (1–4 бали). У 2019 році 9% опитаних негативно оцінили стан свободи медіа, у 2013 році частка таких респондентів зросла до 14%, а в 2025 році на негативну оцінку стану свободи медіа припадала майже ¼ респондентів.

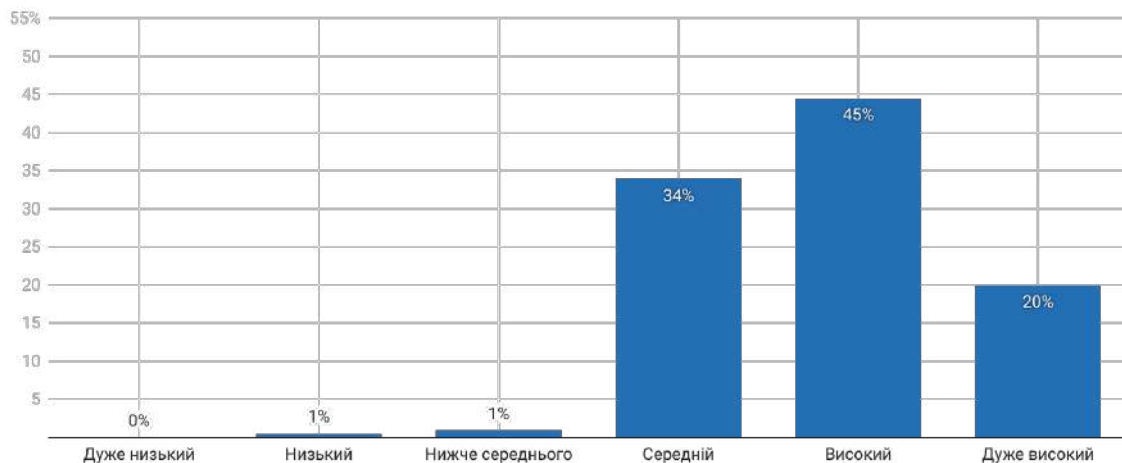
⁵ Фонд «Демократичні ініціативи» (2023). Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. <https://dif.org.ua/article/vikliki-dlya-svobodi-slova-ta-zhurnalistiv-v-umovakh-viyni-sotsiologichne-doslidzhennya>

Незалежні змінні: Патріотичні настрої серед респондентів

Для оцінки рівня патріотизму були використані шкали сліпого та конструктивного патріотизму. Шкала сліпого патріотизму вимірювалася за допомогою 12 тверджень, що фіксували беззаперечну позитивну оцінку дій, непохитну відданість та нетерпимість до критики України. Шкала конструктивного патріотизму вимірювалася 7 твердженнями, які фіксували прихильність до України, виражену через критику поточних групових практик із метою досягнення позитивних змін у країні⁶. Теоретичний діапазон вимірювання обох шкал становить від 1 до 6 балів.

Серед опитаних представників української медіаспільноти значення конструктивного патріотизму є стабільно вищими, ніж показники сліпого патріотизму. Понад ⅔ респондентів (64,5%) демонструють високий або дуже високий рівень конструктивного патріотизму. Середній бал конструктивного патріотизму становить 4,8, що відповідає високому рівню його представленості у вибірці. Попри те, що теоретичний діапазон шкали лежить в межах від 1 до 6, реальний діапазон становить 2–6 бали, оскільки жоден з респондентів не мав дуже низьких проявів конструктивного патріотизму. Майже всі випадки конструктивного патріотизму (98,5%) мали середню, високу чи дуже високу інтенсивність проявів, що вказує на досить глибоку вкоріненість таких підходів у професійному середовищі, де критичне мислення і здатність оцінювати державу без втрати патріотичного мотиву мають суттєву вагу.

Рівень конструктивного патріотизму

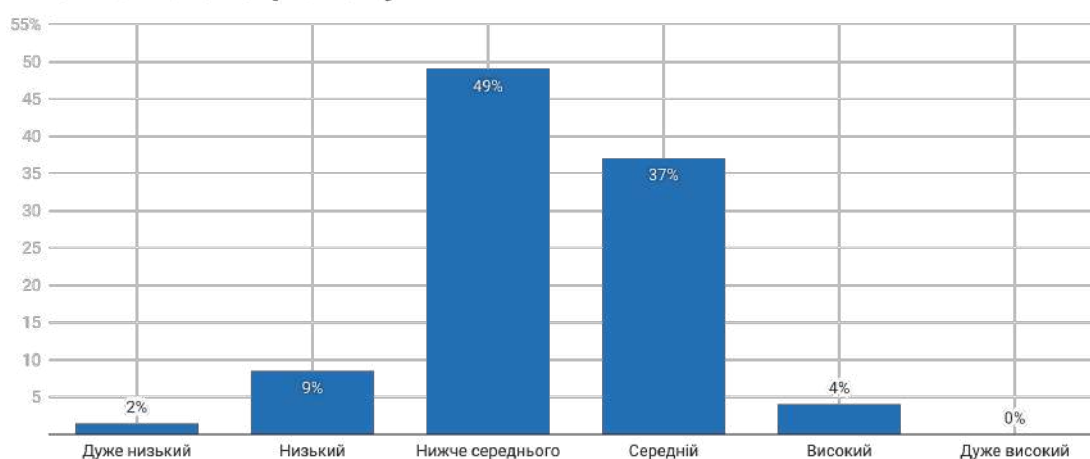


Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

⁶ Schatzjo. R.T, Staub. E & Lavine. H (1999). On the varieties of national attachment: Blind versus constructive patriotism, Political Psychology, vol. 20, no. 1, pp. 151-174. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00140>

Натомість сліпий патріотизм має менш виражений характер. Середній бал 3,3 відображає помірний рівень поширення некритичних форм лояльності, у рамках яких підтримка держави розглядається як безумовна та не потребує глибшої оцінки її дій. Майже половина респондентів продемонстрували рівень сліпого патріотизму нижче середнього, а ще 37% досягли лише середнього рівня інтенсивності, що означає, що такі орієнтації присутні, але не є домінуючими. Високий рівень сліпого патріотизму спостерігався лише у 4% опитаних, а дуже високий рівень був відсутній взагалі, тож як і у випадку конструктивного патріотизму, реальна шкала є вужчою за теоретичну і розташовувалася в межах від 1 до 5 балів.

Рівень сліпого патріотизму



Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Порівняння обох шкал дає змогу зробити узагальнений висновок, що конструктивний патріотизм є значно більш поширеним феноменом у вибірці, ніж сліпий патріотизм. Це помітно не лише за середніми значеннями, а й за формою розподілу. Конструктивні орієнтації мають природний «центр тяжіння» у середньо-високій частині шкали, тоді як сліпий патріотизм концентрується на середніх і нижчих значеннях. Така конфігурація може вказувати на те, що для опитаних представників медіаспільноти важливим є поєднання професійних стандартів, критичного мислення та патріотичних мотивів – тобто готовність підтримувати державу не за інерцією, а у спосіб, що узгоджується з принципами відповідальності та громадянської участі.

Порівняння середніх значень шкал конструктивного та сліпого патріотизму

За 6-бальною шкалою, де 1 - дуже низький, а 10 - дуже високий

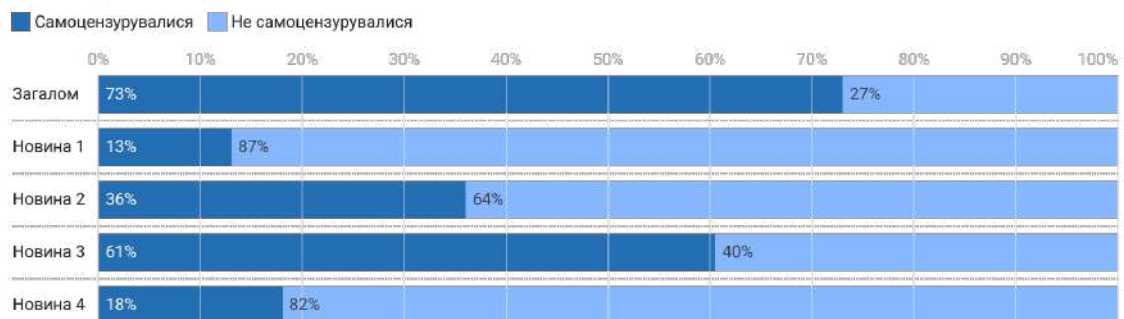


Source: DIF • Created with Datawrapper

Залежна змінна: Рівень самоцензури

Результати експерименту демонструють, що готовність респондентів публікувати той чи інший матеріал суттєво залежить від теми новини та її потенційного впливу на сприйняття військових інституцій. У середньому $\frac{3}{4}$ учасників експерименту хоча б раз ухвалювали рішення утриматися від публікації матеріалу, однак рівень самоцензурування істотно варіювався залежно від конкретного сюжету.

Частка респондентів, які хоча б раз самоцензурувалися під час експерименту

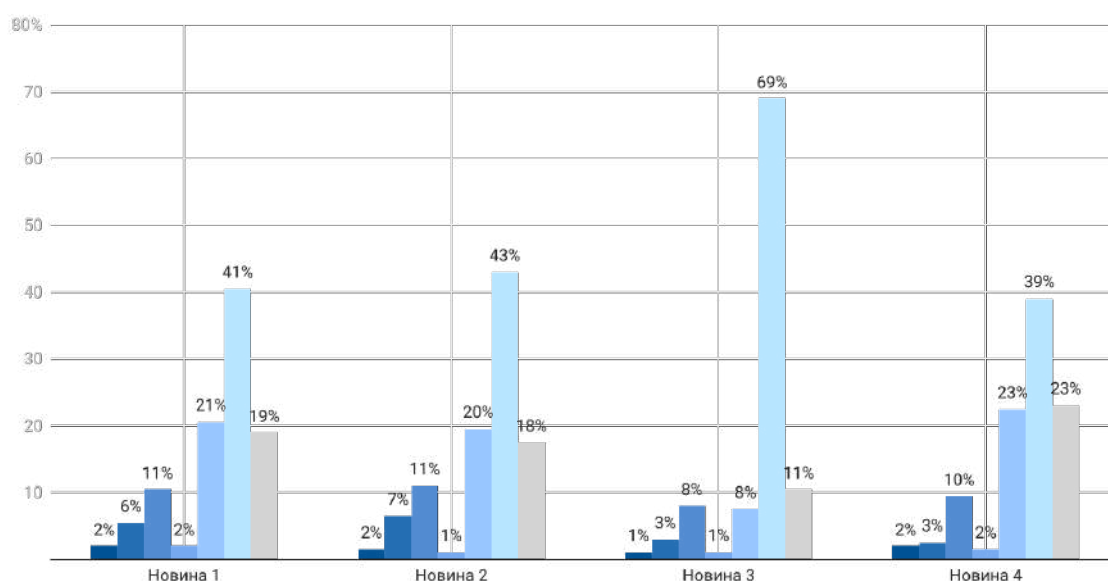


Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Основними чинниками, які впливали на рішення щодо публікації матеріалів, за самооцінкою респондентів, були особисті моральні або патріотичні міркування (від 7,5% до 22,5% залежно від новини) та сумніви щодо надійності інформації (від 39% до 69% залежно від сюжету). Висока частка сумнівів у надійності інформації самі по собі не може повністю пояснити високий рівень утримання від поширення матеріалів. В межах експерименту учасники мали можливість публікувати новини після істотних правок, однак значна частина з них обирала повну відмову від публікації, а не доопрацювання. Це свідчить про те, що рішення про утримання інформації формувалися не лише через потребу фактчекінгу, а й були зумовлені ширшими міркуваннями: етичною напругою, побоюваннями завдати шкоди, патріотичними переконаннями або ризиками, пов'язаними з воєнним контекстом. Така поведінка узгоджується з патернами самоцензурування, коли журналісти, навіть визнаючи можливість покращення матеріалу, все ж утримуються від його поширення через зовнішні або внутрішні обмежувальні чинники.

Чинники, які вплинули на самоцензурування новин

- Страх перед юридичними чи політичними наслідками
- Занепокоєння щодо негативної реакції громадськості
- Потенційне порушення журналістської етики
- Негативне ставлення власника медіа до публікації таких новин
- Особисті моральні або патріотичні міркування
- Сумніви щодо надійності інформації
- Інше



Джерело: DIF - Створено за допомогою Datawrapper

Найменше занепокоєння викликала новина про корупцію в Міністерстві оборони: лише 13% респондентів утрималися від її публікації, що є найнижчим показником самоцензурування серед усіх протестованих сюжетів. Цей матеріал респонденти сприймали як такий, що найбільше відповідає суспільному інтересу: 75% погоджувалися, що історія є важливою для громадськості, і лише 10% були з цим не згодні. Новина також оцінювалася як найменш ризикована для поширення: тільки 16,5% вважали, що її публікація може завдати шкоди, тоді як 83,5% або не очікували шкоди, або мали нейтральну позицію. Крім того, 54,5% погоджувалися, що матеріал відповідає журналістській етиці, і лише 27% вважали, що публікація новини може суперечити їхнім особистим цінностям. У сукупності ці дані показують, що респонденти сприймають викриття корупції у Міністерстві оборони як суспільно важливий, етично виправданий і відносно безпечний сюжет, а тому висока готовність до публікації пояснюється не лише низьким рівнем ризиків, а й тим, що тема корупції вважається легітимною для висвітлення навіть у воєнний час.

Реакція на сюжет про відмову у медичній допомозі в навчальному центрі була найстриманішою серед усіх запропонованих респондентам новин: 60,5% опитаних ухвалили рішення не публікувати матеріал. Хоча 69% учасників мали сумніви щодо

надійності інформації, цього чинника недостатньо, щоб пояснити такий високий рівень відмови від поширення новини. За результатами самооцінювання мотивів, лише 34,5% респондентів вважали цю новину такою, що відповідає суспільному інтересу, тоді як 44,5% не погоджувалися з тим, що вона може бути корисною громадськості. Одночасно більшість респондентів оцінили матеріал як потенційно шкідливий у разі його поширення: 57% зазначили, що публікація може завдати шкоди, що є найвищим показником серед усіх сюжетів. Відчуття безпеки під час роботи з цією історією теж було зниженим. 33% респондентів заявили, що не почуваються в безпеці, що є найвищим показником порівняно з іншими новинами. Крім того, цей сюжет викликав виразну етичну напругу: 42% учасників вказали, що публікація може суперечити їхнім особистим цінностям, ще 61,5% не погодилися, що матеріал відповідає журналістській етиці. Низький рівень суспільного інтересу, висока оцінка ризику шкоди, відсутність відчуття безпеки та внутрішня етична дилема свідчать, що рішення утриматися від публікації не обмежувалося лише сумнівами у достовірності інформації. Навіть за умови можливості істотно доопрацювати текст, значна частина респондентів обирала повну відмову, що відображає модель поведінки, пов'язану з самоцензуруванням, зумовлену поєднанням патріотичних міркувань і високої чутливості теми критики військових інституцій у воєнний час.

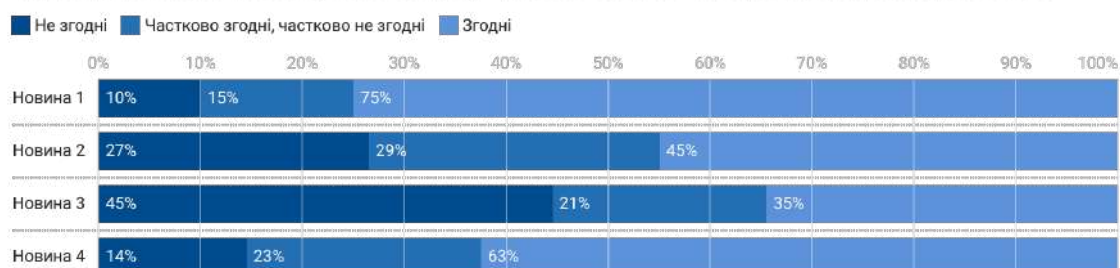
Новина про застосування сили співробітниками ТЦК також викликала відчутну стриманість при ухваленні рішення про публікацію: 36% респондентів утрималися б від її поширення. Хоча найпоширенішою задекларованою причиною нерішучості були сумніви щодо достовірності інформації (43%), цей чинник не може повністю пояснити патерн поведінки. Лише 45% учасників погодилися, що історія є в інтересах громадськості, тоді як 26,5% висловили незгоду з цим твердженням. Матеріал про порушення з боку ТЦК сприймався респондентами як високоризиковий: 42% респондентів вважали, що публікація може завдати шкоди, а ще 26% взагалі не почувалися в безпеці, працюючи над цією новиною. Етична складова також була помітною: лише 30% опитаних вважали матеріал таким, що відповідає журналістській етиці, тоді як 37,5% висловили незгоду з цим твердженням. Хоч частка респондентів, які відчували внутрішню суперечність із власними цінностями, є нижчою, ніж у сюжеті про навчальний центр (27% зазначили, що публікація суперечить їхнім цінностям), тема перевищення повноважень представників ТЦК формує чутливий контекст. Респонденти побоювалися негативної реакції аудиторії та того, що публікація може бути сприйнята як підрив довіри до військових структур у час війни.

Новина про мережу допомоги виїзду військовозобов'язаним за кордон спричинила більш помірковану реакцію: 18% респондентів утрималися б від її публікації. Проте мотивація обережності тут мала іншу природу. Порівняно з іншими новинами респонденти частіше посилялися на особисті моральні або патріотичні міркування (22,5%) при ухваленні рішення щодо публікації, що свідчить про високу моральну й контекстуальну насиченість теми. Сумніви у достовірності мали меншу вагу порівняно з іншими сюжетами (39%), тож вони могли не бути головним рушієм відмови. Водночас менші сумніви у достовірності новини можуть бути пов'язані з тим, що частина респондентів була схильною піддавати меншим сумнівам сюжети, які відповідають їхнім особистим переконанням та баченню світу. На рівні оцінок новина сприймалася учасниками як суспільно важлива. 62,5% респондентів погодилися, що вона є в інтересах громадськості, це один із найвищих показників серед

усіх сюжетів. Респонденти також значною мірою відчували себе в безпеці під час роботи з матеріалом: 65% висловили згоду, що публікація не становить для них ризику. Етична оцінка сюжету була відносно нейтральною: 46,5% вважали, що історія відповідає журналістській етиці, а 24,5% – що не відповідає. Водночас порівняно невелика частка респондентів зазначила, що матеріал суперечить їхнім особистим цінностям (13%). Попри це, моральні дилеми часто включали не стільки засудження героя новини, скільки побоювання посилити соціальну напругу навколо теми виїзду військовозобов'язаних за кордон.

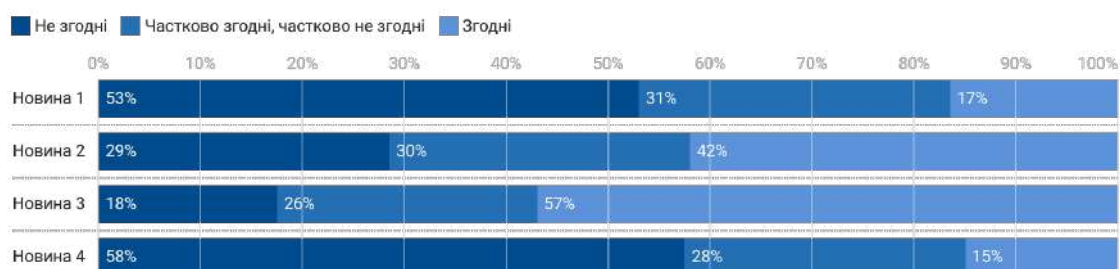
Таким чином, у вибірці можна простежити чітку закономірність: готовність публікувати матеріали зменшується тоді, коли сюжет стосується військових інституцій або може бути інтерпретований як такий, що шкодить обороноздатності. Обережність формується не лише через професійні стандарти, а й через етичні та патріотичні міркування, які відіграють помітну роль у середовищі журналістів під час війни. Матеріали, які стосуються корупції, оцінюються як менш ризиковані та більш однозначно суспільно значущі, тоді як сюжети про інституції, що безпосередньо взаємодіють з військовими, розглядаються як такі, що потребують особливої обережності та вищої уваги до дотримання стандартів журналістської етики.

Частка респондентів, які згодні, що новина є в інтересах громадськості



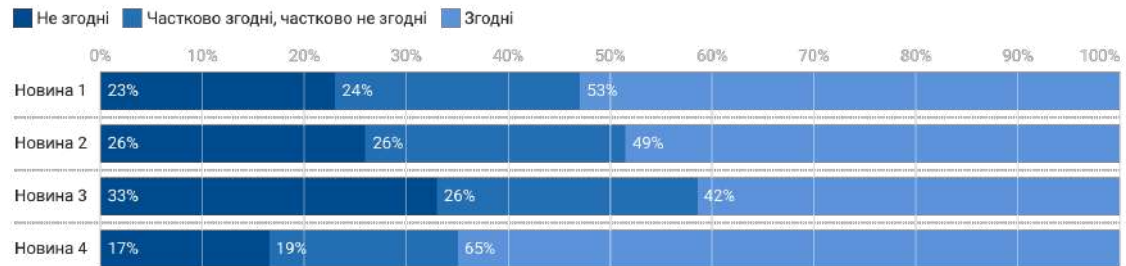
Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Частка респондентів, які згодні, що публікація цієї новини може завдати шкоди



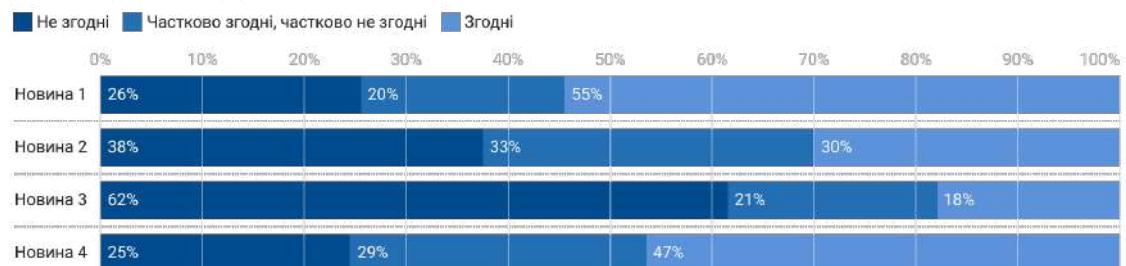
Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Частка респондентів, які почувалися у безпеці публікуючи новину



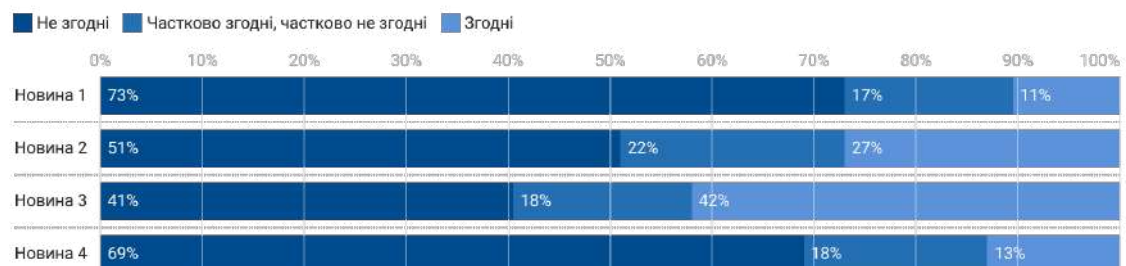
Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Частка респондентів, які погодилися, що публікація новини відповідає стандартам журналістської етики



Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Частка респондентів, які погодилися, що публікація новини суперечить їх цінностям



Джерело: DIF • Створено за допомогою Datawrapper

Статистичний аналіз даних

Статистичний аналіз демонструє, що контекст, у якому респондентам подавали новини, впливав на їхню готовність утриматися від публікації матеріалу. В усіх чотирьох новинних сюжетах, хоча й у різному ступені, спостерігаються відмінності між експериментальними групами, і всі ці відмінності є статистично значущими за критерієм хі-квадрат ($p < 0,05$). Значення Cramer's V для окремих сюжетів коливаються від 0,12 до 0,22, що відповідає слабкому або слабко-помірному зв'язку між експериментальною умовою та рішеннями щодо публікації. Це дає підстави говорити про наявність у вибірці структурованих патернів самоцензури, які залежать від того, який саме наратив передувє роботі з матеріалом.

Починаючи із загальної картини, у вибірці 73% респондентів хоча б раз ухвалили рішення не поширювати інформацію під час експерименту. Однак цей показник суттєво змінювався залежно від групи. У контрольній групі самоцензуру хоча б раз виявили 78% учасників, тоді як в експериментальній групі В, де респондентам демонстрували результати опитування з високою довірою до ТЦК і небажаність їх компрометації, частка таких рішень сягала майже 87%. На іншому полюсі опинилася група D, де перед новинами подавали нагадування про етичні стандарти: тут самоцензуру хоча б раз виявляли 62,5% респондентів, що є найнижчим показником серед усіх груп. Статистичний тест хі-квадрат підтверджує, що відмінності між групами є значущими ($p = 0,001$), а сила зв'язку хоч і помірна, але відчутна (Cramer's V = 0,164). Це означає, що сам контекст взаємодії з новиною може зміщувати поведінку респондентів у бік більшої або меншої обережності під час рішення щодо публікації.

Якщо розглядати окремі сюжети, вплив експериментальних умов проявляється ще виразніше. Новина про корупцію в Міністерстві оборони загалом спричиняла найменший рівень самоцензури, але навіть тут контекст зміщував поведінку. В контрольній групі утрималися від публікації 12,5% учасників, тоді як у експериментальній групі В цей показник зростав до 20%, а у групі F, яка піддавалася патріотичному тиску, – до 17%. Водночас у групі E, де підводка стосувалася позиції власників медіа щодо висвітлення матеріалів про мобілізацію, частка рішень про самоцензуру була найнижчою (7%). В групах С, де демонстрували новину про мобілізацію журналіста, і D, де нагадували про дотримання журналістських стандартів, показники самоцензури залишалися близькими до контрольної групи: 11% і 12,5% відповідно. Експериментальні умови впливали не так сильно, як у інших сюжетах, але їхній ефект в статистично підтвердженим ($p = 0,04$), а Cramer's V = 0,121, що свідчить про слабкий, але відчутний зв'язок між експериментальною умовою та рішенням утриматися від публікації історії про корупцію в Міністерстві оборони.

У матеріалах, які стосуються військових структур, вплив експериментальних умов виявляється значно сильнішим. Новина про застосування сили співробітниками ТЦК демонструє це найвиразніше. У контрольній групі від публікації утрималися 47% учасників, тоді як в експериментальній групі В, де респондентам демонстрували опитування з високою суспільною підтримкою ТЦК, частка самоцензури зростала до 53%. Натомість у групах С, D та E, де контекст був спрямованим на професійні та етичні міркування, частка самоцензури була помітно нижчою – від 24% до 34%. У групі F, де респондентам нагадували про патріотичний обов'язок, цей показник становив 37%, що також нижче, ніж у групі В, але вище, ніж у групах С та E. Відмінності між групами є статистично значущими

($p < 0,001$), а Cramer's $V = 0,219$ вказує на слабо-помірний зв'язок, сильніший, ніж у випадку з сюжетом про корупцію в Міністерстві оборони. Це свідчить про те, що історії, які можуть зачіпати репутацію інституцій, відповідальних за мобілізацію, більш чутливі до поширення патріотичних орієнтацій у суспільстві.

Ще більш показова ситуація із сюжетом про відмову у медичній допомозі в навчальному центрі – саме він став новиною, що викликала найбільше вагань серед респондентів. У контрольній групі 56% учасників утрималися б від публікації, тоді як у групі В частка таких рішень зростала до 83% – найвищий показник серед усіх груп. В інших експериментальних групах рівень самоцензури залишався високим, але коливався в межах 53–60%. Відмінності між групами є статистично значущими ($p < 0,001$), а Cramer's $V = 0,200$ свідчить про слабо-помірний зв'язок між експериментальною умовою й рішенням утриматися від публікації. Це дозволяє припустити, що сюжети, які стосуються потенційних порушень прав військових чи внутрішніх проблем в армійських структурах, є найбільш сприйнятливими до громадської думки, яка підсилює самоцензурування.

Під час роботи з новою про мережу військовозобов'язаних осіб, які платять, щоб виїхати з країни, респонденти менше самоцензурувалися, ніж з сюжетами про ТЦК чи навчальний центр, але і в цьому випадку контекст мав значення. Показники коливалися від 12,5% випадків самоцензурування в контрольній групі та групі D до 27% у групі В. У групах С, Е та F частка самоцензури становила відповідно 23%, 19,5% та 13%. Відмінності між групами є статистично значущими ($p = 0,008$), а Cramer's $V = 0,140$ вказує на слабкий, але статистично значущий зв'язок між експериментальною умовою та рішенням утриматися від публікації. Це може означати, що моральна неоднозначність теми поєднується з патріотичними й контекстуальними міркуваннями і реагує на те, як саме задається рамка «відповідального» висвітлення.

У підсумку можна сказати, що експериментальні умови впливають на рішення про самоцензуру не хаотично, а відповідно до логіки, яку задає тема новини. Поширеність патріотично-лояльних наративів на рівні суспільства – особливо тих, що підкреслюють довіру до військових структур – підсилює готовність утриматися від публікації у сюжетах, де йдеться про ймовірні порушення або зловживання з боку цих структур. Натомість рамки, що апелюють до професійних стандартів або етичних вимог, інколи можуть знижувати готовність до самообмеження. Таким чином рішення респондентів формується на перетині між тематикою новини та тим, як вона вписується в ширші етичні, професійні та патріотичні міркування.

Регресійний аналіз дає змогу побачити, як середній рівень самоцензури окремого респондента пов'язаний з його соціально-демографічними характеристиками, емоційним станом, патріотичними орієнтаціями, оцінкою свободи медіа та довірою до інституцій. В усіх однофакторних моделях для таких змінних, як позитивні і негативні емоції, конструктивний і сліпий патріотизм, оцінка свободи медіа, довіра до Президента, ЗСУ, ТЦК та стаття, були виявлені статистично значущі зв'язки, але за силою вони переважно слабкі. Окремі змінні пояснюють від менше ніж 1% до приблизно 5-6% варіації самоцензури. Комплексна модель з сліпого, конструктивного патріотизму, негативних емоцій та статті пояснювала

близько 9% самоцензурування, що є найбільшим досягнутим показником з усіх можливих конфігурацій. Тож йдеться не про жорсткі «закони», а радше про тенденції, притаманні цій вибірці.

Найпоследовніші ефекти спостерігаються для показників патріотизму. У середньому вищий рівень конструктивного патріотизму пов'язаний із нижчим рівнем самоцензури, тоді як вищий рівень сліпого патріотизму – з вищим рівнем самоцензури. В однофакторній моделі конструктивний патріотизм має найсильніший зв'язок із самоцензурою серед усіх окремих предикторів ($\beta \approx -0,24$, $p < 0,001$, $R^2 \approx 0,06$). Респонденти, які частіше поєднують патріотичну позицію з критичним мисленням, відповідальністю й орієнтацією на участь, у середньому рідше утримуються від публікації матеріалів. Натомість сліпий патріотизм ($\beta \approx 0,16$, $p < 0,001$, $R^2 \approx 0,03$) пов'язаний з дещо вищою схильністю до самоцензури. Ті, хто тяжіє до більш некритичних, лояльних до держави форм підтримки, частіше обирають утримання від публікації, коли стикаються з потенційно чутливими сюжетами.

Коли ці показники включити в спільну модель разом із негативним емоційним фоном і статтю, зв'язки частково послаблюються, але зберігаються. У комплексній моделі для всієї вибірки ($R^2 \approx 0,09$) конструктивний патріотизм залишається найстійкішим предиктором: вищі значення цієї шкали пов'язані з помітно нижчим середнім рівнем самоцензури ($\beta \approx -0,19$, $p < 0,001$). Сліпий патріотизм продовжує асоціюватися з підвищеною самоцензурою ($\beta \approx 0,10$, $p \approx 0,003$), але ефект є слабкішим. Це дозволяє говорити про те, що саме характер патріотичних орієнтацій відіграє важливу роль у тому, як респонденти балансували між оприлюдненням й утриманням від поширення чутливої інформації.

Додатковий внесок у пояснення варіацій самоцензури робить емоційний стан. Негативний емоційний фон (тривога, смуток, страх) у середньому пов'язаний із нижчим рівнем самоцензури ($\beta \approx -0,15$, $p < 0,001$, $R^2 \approx 0,02$): респонденти, які почуваються емоційно гірше, частіше обирають публікацію, а не утримання. Натомість вищий позитивний бал (щастя, спокій, впевненість) має протилежний, хоч і дуже слабкий ефект ($\beta \approx 0,09$, $p \approx 0,01$, $R^2 < 0,01$). Журналісти, які відчують позитивні емоції, трохи частіше самоцензуруються. Імовірно, журналісти, які перебувають у більш оптимістичному емоційному стані, можуть більше прагнути підтримувати соціальну злагоду і уникати конфліктних тем.

Схожі за напрямком, але теж доволі слабкі ефекти виявлені для оцінки свободи слова та довіри до інституцій. Вищі оцінки стану свободи слова, а також довіри до Президента, Збройних сил і ТЦК статистично пов'язані з дещо вищим середнім рівнем самоцензури (усі $p \leq 0,02$, R^2 у межах приблизно 0,7–1,5%). У цій вибірці це можна інтерпретувати як тенденцію до «обережної лояльності». Ті, хто оптимістичніше оцінює інституційне середовище та більше довіряє державним акторам, трохи частіше обирають утримання від публікації чутливих матеріалів. Важливо, що ці зв'язки слабкі та не перекривають ефектів патріотизму, але вони доповнюють загальну картину: лояльність до інституцій і критичність до них по-різному пов'язані з готовністю обмежувати власну професійну свободу.

Стать в частині моделей виступає статистично значущим фактором. У загальній вибірці жінки демонструють трохи вищий середній рівень самоцензури ($\beta \approx 0,12$, $p \approx 0,001$, $R^2 \approx 0,015$).

Водночас у моделях, побудованих окремо для кожної експериментальної групи, цей ефект не є однозначним за напрямком і силою: в одних групах стать виявляється значущою і суттєвою, в інших – втрачає значущість або змінює напрям впливу. Тому цей результат радше свідчить, що стать може впливати на стратегії самоцензурування, але цей вплив контекстно залежний і потребує обережної інтерпретації.

Більш деталізований аналіз окремих експериментальних груп показує, що зв'язок патріотизму та емоційного стану із самоцензурою змінюється залежно від рамки, у якій журналісти сприймали новини. У контрольній групі конструктивний патріотизм має особливо відчутний негативний зв'язок із самоцензурою ($\beta = -0,455$, $p < 0,001$), і ця змінна є найпотужнішим предиктором у моделі, яка загалом пояснює 21,9% варіації самоцензури ($R^2 = 0,219$). У групі з акцентом на етичні стандарти (D) конструктивний патріотизм також пов'язаний із нижчим рівнем самоцензури ($\beta = -0,311$, $p < 0,001$), тоді як сліпий патріотизм має протилежний ефект – він підвищує ймовірність самоцензури ($\beta = 0,188$, $p = 0,022$).

У групі C, на яких впливали загрозою санкцій, конструктивний патріотизм не досягає статистичної значущості ($\beta = -0,134$, $p = 0,143$), однак значущим є негативний емоційний фон ($\beta = -0,272$, $p = 0,001$), що узгоджується з загальною моделлю.

Натомість у групі E, де умова наголошувала на небажанні власників медіа публікувати матеріали, які можуть зашкодити мобілізації, обидва типи патріотизму пов'язані з вищим рівнем самоцензури: конструктивний патріотизм має $\beta = 0,233$ ($p = 0,004$), а сліпий патріотизм – $\beta = 0,325$ ($p = 0,001$). Модель для групи E пояснює 16,2% варіації самоцензури ($R^2 = 0,162$), що є одним із найвищих показників серед груп.

У групі F з патріотичним тиском конструктивний патріотизм також зменшує самоцензуру ($\beta = -0,255$, $p = 0,003$), тоді як для сліпого патріотизму спостерігається ефект, близький до статистичної значущості ($\beta = 0,159$, $p = 0,053$). У цій групі особливо сильним є внесок негативного емоційного фону ($\beta = -0,333$, $p < 0,001$). Модель пояснює 27,8% варіації ($R^2 = 0,278$), що є найвищим значенням серед усіх груп.

У кількох експериментальних умовах, зокрема в групах C і F, негативний емоційний фон стабільно пов'язаний із нижчим рівнем самоцензури ($\beta = -0,272$ у групі C та $\beta = -0,333$ у групі F; для обох $p < 0,001$), тобто респонденти, які почуваються емоційно гірше, частіше обирають оприлюднення інформації попри потенційні ризики. Це узгоджується із загальною картиною для всієї вибірки, але ефект стає сильнішим у тих групах, де рамка підсилює напруження між професійним обов'язком і бажанням уникнути заподіяння шкоди.

У сумі ці результати доповнюють попередній аналіз експериментальних умов. Якщо аналіз за групами A–F показував, що контекст суттєво зміщує частоту самоцензури, то регресійні моделі демонструють, хто саме у межах цього контексту частіше схильється до самообмеження. Для цієї вибірки характерно, що конструктивно орієнтовані патріотичні установки, нижчий рівень довіри до інституцій та більш напружений емоційний стан асоціюються з меншою схильністю до самоцензури. Натомість сліпий патріотизм, вища довіра та деякі рамки, які підкреслюють лояльність до військових структур, пов'язані з більшою обережністю у публікації чутливих матеріалів.

РЕЗУЛЬТАТИ ІНТЕРВ'Ю

Структурний контекст діяльності медіа у період війни

Аналіз глибоких інтерв'ю показує, що українська медійна спільнота в умовах повномасштабної війни сприймає свою діяльність не лише як професійну, а як форму участі в національному опорі. Це трансформує професійну ідентичність і змінює критерії відповідальності: від відповідальності за точність інформації до відповідальності за можливі наслідки публікації. Ґрунтуючись на відповідях респондентів, можна виокремити три основні контексти, в яких представники медіаспільноти в умовах російської-української війни ухвалюють рішення щодо поширення інформації: безпековий, комунікаційний та етичний.

До безпекового виклику респонденти відносили фізичну безпеку журналістів та потенційну шкоду від публікації чутливої інформації. Важливо, що обидві площини впливають на редакційні рішення, але другий аспект – потенційна шкода національній безпеці – виявляється значно потужнішим чинником самообмеження, ніж особиста безпека журналіста. Один з респондентів артикулює це через метафору незворотності помилки:

«Потрібно бути обережнішим, тому що твоя робота може спровокувати серйозніші наслідки, ніж це було у мирні часи. Якщо у мирні часи можна було помилитися і виправитися, то зараз помилка може коштувати комусь життя».

Інший респондент виокремлює дві площини безпекових ризиків: фізичну безпеку журналістів, які працюють у зоні бойових дій, і безпекові ризики, пов'язані з розголошенням чутливої для оборони інформації. Він наголошує, що саме другий аспект стає потужнішим чинником самообмеження, ніж ризик для власного життя. Формальна відсутність цензури не зменшує обережності журналістів, а навпаки, перекладає відповідальність за самообмеження на їхні власні плечі, що ілюструє феномен, відомий, як парадокс «інтерналізованої цензури»⁷, коли журналісти самі стають агентами обмеження інформації без зовнішнього примусу.

Емоційне та психологічне навантаження війни також істотно змінює умови роботи. Відповіді, отримані під час інтерв'ю, демонструють, як особиста залученість у війну стирає межу між професійною дистанцією та емоційною ангажованістю, трансформуючи журналістську позицію.

«Іноді я сама собі нагадую пропагандиста, а не журналіста. Тому що я особисто дуже зацікавлена у перемозі, і прямо іноді ця ненависть до того, що відбувається... У мене сім'я в Херсоні, у мене багато друзів загинув».

Найбільш системним викликом, який виокремлювали практично всі респонденти, є критична відсутність ефективної комунікації з державними органами, особливо з Територіальними центрами комплектування та координації (ТЦК). Ця проблема демонструє тенденцію до каскадного ефекту: відсутність офіційних коментарів змушує журналістів або відмовлятися від публікації, або спиратися на менш надійні джерела, що створює вакуум

⁷ Cook, P., & Heilmann, C. (2012). Two Types of Self-Censorship: Public and Private. *Political Studies*, 61(1), 178-196. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2012.00957.x> (Original work published 2013)

інформації, який заповнюється дезінформацією та маніпуляціями. Один із респондентів описує цей причинно-наслідковий зв'язок між відсутністю комунікації та погіршенням репутації мобілізаційних органів так:

«ТЦК, які виконують основну частину мобілізаційної роботи, – дуже закрита структура, яка мало виходить на публічні коментарі. Доводиться чекати таких коментарів декілька днів, і цим дуже добре користуються російські пропагандистські джерела».

Втім варто зазначити, що, згідно з оцінками окремих респондентів, проблема комунікації виходить за межі ТЦК і стосується державних органів загалом.

Серед усіх тем, які пов'язані з війною, висвітлення мобілізаційної кампанії є однією з найскладніших для респондентів. Більшість учасників називають її «надскладним питанням». Хоча респонденти по-різному описують базовий принцип ухвалення редакційних рішень, більшість керувалася принципом наближення перемоги у війні. Водночас шляхи реалізації цього принципу респонденти могли бачити в різний спосіб.

«На сьогоднішній день ми керуємося таким принципом: це на сьогоднішній день наближає нашу перемогу чи не наближає, а шкодить і заважає. Ми розуміємо серйозність кампанії, серйозність мобілізації, але при цьому не хочеться, щоб ця мобілізаційна кампанія була з порушенням прав людини».

Респонденти описують одночасно запит суспільства на висвітлення інформації і ризик, що публікація може бути використана у ворожій пропаганді та неправильно інтерпретована аудиторією.

«Один із викликів – це тиск суспільства. Людей, наших знайомих, які поряд і які не журналісти, не фахівці... вони не можуть відрізнити постановочний фейк, чи якесь випадкове відео від реальності».

Аналіз відповідей респондентів підтверджує, що вони розуміють необхідність мобілізації для оборони країни, але також бачать порушення прав громадян у процесі її проведення. Крім того, такі свідчення демонструють й емоційний та етичний тягар, який несуть журналісти, намагаючись балансувати між співчуттям до конкретних людей та розумінням загальнонаціонального інтересу. Ці умови формують загальне тло, на якому виникає і закріплюється комплекс самообмежень – як усвідомлених, так і інтерналізованих.

Фактори та механізми самоцензурування при висвітленні мобілізаційної кампанії

Аналіз глибинних інтерв'ю дає змогу реконструювати складну систему мотивів, які впливають на рішення журналістів про публікацію чутливих матеріалів. На відміну від класичної цензури, яка нав'язується ззовні через формальні заборони, самоцензурування є результатом інтерналізованих переконань, професійних стандартів та раціональних розрахунків ризиків. Важливо, що більшість респондентів категорично заперечує наявність самоцензури у своїй роботі, інтерпретуючи свої самообмеження як прояв «відповідальності» чи «професіоналізму».

Найпотужнішим чинником самоцензурування серед учасників інтерв'ю виявився не зовнішній тиск, а внутрішня патріотична позиція. Респонденти свідомо обирали обмежувати критичне висвітлення, керуючись переконанням, що це може зашкодити обороноздатності країни. Щоб оминати критику держави, вони зосереджувалися на критиці окремих осіб, яку вважали допустимою і такою, що не сприймається як загроза державності.

«В моєму розумінні не можна паплюжити державу і не можна паплюжити інституції державні. Можуть бути винні посадові особи якісь, можуть бути якісь люди винні. Але при цьому в умовах війни ні в якому разі не можна паплюжити і знищувати авторитет державних органів. Будь-яких. Починаючи від самих непопулярних, якими зараз є ТЦК, закінчуючи, я не знаю, Верховною Радою».

У кількох редакціях існує неписане правило не критикувати Збройні сили України, правоохоронні органи та ТЦК, щоб «не давати негативу силам оборони». За словами респондентів, ці правила не були нав'язані власниками чи державою, а стали результатом колективних рішень. Це ілюструє концепцію «добровільного підпорядкування» (voluntary servitude), коли актори самі створюють та підтримують обмеження без зовнішнього примусу.

Деякі респонденти визнають, що навіть за наявності «залізобетонних» доказів зловживань чи порушень, вони свідомо відмовляються від публікації, якщо оцінюють, що це може зашкодити мобілізаційній кампанії або довірі до відповідних інституцій. Підтримка мобілізаційної кампанії у журналістській діяльності для окремих респондентів є важливою, бо відповідає принципу загальної військової участі та розподілу відповідальності за захист держави.

«Мене більше турбує те, що мобілізаційна кампанія повинна проходити, щоб кожен розумів, що захист Вітчизни – справа кожного. Ми стараємося уникати негативних фактів про мобілізацію, щоб не нашкодити їй».

Ця мотивація трансформує професійну ідентичність журналістів. Респондент, який має найбільший професійний стаж серед інших учасників, описує радикальну зміну у своїх поглядах. Він свідомо відкладає критику до післявоєнного періоду, розглядаючи це як тимчасове, але необхідне обмеження.

«Після лютого 2022 року не можу дозволити собі того ж тону. Влада має бути єдиною й поза критикою в часи війни. Війна дуже сильно змінила мій іронічно-сатиричний тон по відношенню до нашої верховної влади. Після війни подивимося, що буде».

Важливо, що більшість респондентів не сприймають цю патріотичну мотивацію як форму цензури, називаючи це відповідальнішим ставленням до підготовки матеріалів. Інший журналіст, чітко протиставляє «самоцензуру» і «відповідальність»:

«Відповідальна журналістика вимагає обдуманих рішень. Самоцензура диктується страхом... На початку повномасштабного вторгнення можна було сам себе цензурувати, бо не розумів меж. Зараз у цьому нема потреби».

З теоретичної перспективи це свідчить про глибоку інтерналізацію самообмежень, коли зовнішні обмеження перетворюються на внутрішні переконання. З точки зору теорії нормативної соціалізації, це є прикладом того, як соціальні норми, у цьому разі патріотичний обов'язок, інтегруються в індивідуальну систему цінностей настільки глибоко, що перестають сприйматися як зовнішні обмеження.

На відміну від патріотичної мотивації, яку журналісти легко визнають та обґрунтовують, страх санкцій є більш прихованим чинником. Аналіз інтерв'ю виявляє різні рівні інтенсивності цього страху – від раціональної обережності до реального досвіду тиску.

«Практично відсутня критика дій ТЦК з боку зареєстрованих медіа. Більшість колег мають бар'єр щодо критики ТЦК і інших структур. Є страх, що ТЦК може у відповідь застосувати адмінресурси. Є випадки, коли журналісти вже не працюють у медіа, а служать в ЗСУ».

«Були погрози мобілізації. Журналіст, який отримав такі погрози, переорієнтувався з висвітлення корупції на воєнні злочини».

Страх поширюється не лише на журналістів-чоловіків, але й на жінок-журналісток, які бояться за родичів призовного віку. Це створює комплекс непрямих каналів тиску, коли загроза спрямована не так на автора, як на його сім'ю.

«Турбує те, що мобілізаційна кампанія перетворилася на фактор покарання. У мене два сини і чоловік. Усі матеріали підписані реальними іменами. Є побоювання, що можуть подивитися, хто де служить або не служить».

Це створює ситуацію непрямого тиску, коли журналісти самоцензуруються не через загрозу собі, а через потенційні наслідки для членів родини. Водночас більшість респондентів, особливо ті, хто працює у національних медіа, заперечують значний вплив страху санкцій на їхню роботу. Аналіз інтерв'ю виявляє складну картину, коли страх щодо санкцій існує і впливає на редакційні рішення, але його інтенсивність та вплив значно варіюються залежно від типу медіа (національне vs регіональне), статусу журналіста (відомий vs маловідомий), та особистих обставин (наявність родичів призовного віку). Важливо, що більшість респондентів намагаються мінімізувати цей чинник у своїх розповідях.

Ще одним важливим чинником, який впливає на публікацію матеріалів про мобілізацію, є професійні журналістські стандарти, особливо вимоги до верифікації джерел. На відміну від двох попередніх факторів, які мають ціннісну (патріотизм) чи емоційну (страх)

природу, цей чинник є технічним та методологічним. Проте в умовах війни, коли доступ до офіційних джерел обмежений, а альтернативні джерела часто є анонімними, професійні стандарти стають додатковим механізмом самоцензурування. Усі без винятку респонденти категорично відкидають анонімні телеграм-канали як джерело інформації.

«Якщо людина готова боротися за свої права і хоча б редакції відкрити свою особистість, то далі вже редакція вирішує і швидше за все, що ми б опублікували. Але якщо це просто анонімний канал у телеграмі, то ні».

Загалом учасники докладно описують практичний підхід до роботи з різними джерелами, розглядаючи їх як потенційно сумнівні. Редакції намагаються не поширювати чужі матеріали, завжди звертаються до першоджерела, а інформація у анонімних каналах не сприймається достатньою підставою навіть для новини, не кажучи вже про розслідування.

Важливо відзначити, що професійні стандарти верифікації не є специфічними для воєнного часу – це базові принципи якісної журналістики. Проте в умовах війни вони набувають додаткової ваги з двох причин. По-перше, потенційні наслідки публікації неперевіреної інформації стають серйознішими. По-друге, можливості верифікації значно звужуються через закритість державних органів. Це створює ситуацію, коли професійні стандарти, які в мирний час забезпечують якість журналістики, в умовах війни стають додатковим бар'єром для висвітлення чутливих тем.

Редакційна політика та інституційні фактори є ще одним чинником, який впливає на публікацію матеріалів. Більшість респондентів заперечують пряме втручання власників у редакційні рішення, особливо щодо тем, пов'язаних з війною. Проте ретельний аналіз виявляє більш складну картину, де редакційна лінія формується через неформальні механізми консенсусу та самоорганізації.

«Коли було роздержавлення, ми перереєструвалися, сам колектив є власником. І на нас ніхто не впливає – ні влада, ніякі органи, правоохоронні органи. Ми самі вже вирішуємо, як в тому чи іншому випадку. Просто працює самоцензура наших журналістів і самоцензура моя як редактора».

В окремих випадках власник може висловлювати занепокоєння, але якщо редакція аргументує позицію, то її рішення, зазвичай, береться за основу. Так формується явище, яке можна описати як «делеговану самоцензуру» (delegated self-censorship), коли журналісти інтерналізують передбачувані очікування аудиторії, держави та суспільства без необхідності отримувати прямі вказівки.

Оцінка впливу аудиторії на самоцензурування істотно різниться. Більшість респондентів намагалася наголосити на власній незалежності від думки аудиторії, але водночас визнавала, що в певних ситуаціях реакція читачів впливає на редакційні рішення. Так одна з респонденток розповіла, що відмовилася від поширення матеріалу через очікування негативної реакції з боку суспільства.

«Нещодавно я одному місцевому політику відмовила навіть у платному поширенні інформації. Тому що я була впевнена, що буде хвиля хейту дуже велика, і я не готова була свої нерви на це витратити за ці кошти за прайсом, який би він заплатив».

Водночас та сама респондентка зазначала, що матеріали про конкретні скандальні випадки із ТЦК можуть стимулювати негативні настрої щодо мобілізації та правоохоронних органів, що також враховується редакцією під час рішення щодо поширення інформації.

У регіональних медіа вплив аудиторії часто поєднаний з відносинами з місцевою владою. Один з респондентів розповів, що регіональна журналістика часто має компліментарний характер, оскільки медіа не хочуть конфліктувати з місцевою владою, яка «рано чи пізно піде на вибори».

Частина респондентів наполягала, що реакція аудиторії не є визначальною під час ухвалення рішень щодо поширення інформації.

«Ми публікуємо те, що вважаємо головним, незалежно від коментарів і громадської думки».

Багато редакцій намагаються балансувати між інтересами аудиторії та професійними стандартами: з одного боку, писати те, що «хочуть читати», з іншого – вкладати ресурси в теми, які не збирають багато переглядів, але є суспільно значущими. Вони свідомо опираються спокусі піти в «ДТП, кримінал і поножовщину».

Аналіз цих свідчень виявляє, що вплив аудиторії є найменш систематичним та найбільш ситуативним фактором. На відміну від патріотичної мотивації, яка діє постійно, або професійних стандартів, які застосовуються систематично, реакція аудиторії впливає селективно – переважно в контексті локальної політики, а не тем, пов'язаних з війною. Більшість респондентів наголошують на своїй готовності публікувати важливу інформацію навіть попри очікувану негативну реакцію, хоча визнають, що враховують можливий резонанс при виборі способу подачі матеріалу.

Оцінка новин як індикаторів бар'єрів комунікації про мобілізацію

Під час експерименту респондентам запропонувала чотири новини на тему мобілізації, кожна з яких репрезентувала різні аспекти проблеми та різні журналістські виклики. Аналіз реакцій на ці новини в поєднанні з поясненнями під час інтерв'ю дозволяє реконструювати конкретні механізми ухвалення редакційних рішень і зрозуміти, як абстрактні принципи трансформуються в конкретні дії.

Перша новина стосувалася завищення цін на 30% при закупівлі військової форми Міністерством оборони. Ця новина викликала найменше самоцензурування серед респондентів, оскільки стосувалася корупції – теми, яка традиційно є легітимною для критичного висвітлення навіть в умовах війни. Проте детальний аналіз реакцій виявляє нюанси, які демонструють, як професійні стандарти та контекст війни впливають на оцінку новини.

Частина респондентів, обґрунтовуючи своє рішення поширити матеріал, посилалися на попередні корупційні скандали у секторі оборони, які активно поширювалися у медіа, що легітимізує критичне висвітлення.

«Ми ж пам'ятаємо яйця по 17 гривень. Тут, можливо, навіть і можна друкувати».

Водночас журналісти наголошували, що новина у запропонованому вигляді не відповідає стандартам верифікації. Вони ставили під сумнів анонімну категорію «аналітики ринку», вказували на складність визначення «нормальної» ціни без детального фактажу. Такий підхід демонструє перехід від абстрактних тверджень до конкретних документів та персоналій – класичну журналістську стратегію підвищення достовірності.

Проте найбільш несподівані реакції виявляють, як контекст війни змінює саме сприйняття того, що є «завищенням». Деякі респонденти зазначали, що переплата на 30% у нинішніх умовах може не видаватися такою скандальною, як випадки, коли ціну закупівлі завищують вдвічі чи втричі.

«Напевно, взагалі не ставили, тому що завищення ціни на 30% можна пояснити якимись причинами. Тобто це не в три рази і не в п'ять разів».

Така аргументація розкриває відносність поняття «корупція» в умовах війни: те, що в мирний час було б скандалом, в умовах підвищених ризиків та обмежень може сприйматися як прийнятна надбавка.

Інші звертали увагу на новинну цінність: регіональні медіа не завжди ставлять загальнонаціональні корупційні новини, якщо вони прямо не зачіпають їхній регіон.

Важливо, що жоден з респондентів не відмовляється від публікації через патріотичні міркування чи страх санкцій – основні чинники, які домінують в оцінці інших новин. Це підтверджує, що тема корупції залишається легітимною для критичного висвітлення навіть в умовах війни, хоча професійні стандарти її верифікації стають жорсткішими.

Друга новина – про застосування фізичної сили співробітниками ТЦК на харківському ринку – стала найбільш контроверсійною для журналістів. Реакції на неї яскраво демонструють, як поєднання недовіри до джерел, розуміння маніпулятивних технік та патріотичної обережності створює потужний бар'єр для публікації навіть візуально задокументованих інцидентів.

«У нас, наприклад, була дуже схожа ситуація, коли розповсюдилося по соцмережах відео з мобільного телефону нібито з ринку, де когось там, умовно кажучи, затримали, хтось там опирався. Писали, що це ТЦК, люди в військовій формі забрали хлопця. Просто не вказувалось, на якому ринку. Це поширювалося по соцмережах, в телеграм-каналах. Насправді потім виявилось, що такого не було. Це взагалі було не в нашому місті».

Респонденти виявляли професійний скептицизм, заснований на розумінні технік маніпуляції через селективний монтаж. Вони активно припускали, що перевищення повноважень представниками ТЦК може бути спровоковане певними діями, які не потрапили в кадр.

«Чи повне це відео, чи це вирване з контексту відео. Тому що зазвичай, коли запускають, щоб обпалювати ТЦК, вирізають те, що треба. Можливо, ця людина сама, так би мовити, бикувала».

В умовах інформаційної війни навіть автентичні на вигляд відео можуть бути частиною ворожих операцій. Це створює ситуацію тотальної недовіри, коли журналісти вимушені ставити під сумнів навіть візуальні докази. Частина респондентів визнавала проблему з перевищенням повноважень ТЦК, але побоювалася стати інструментом дезінформації.

Аналіз реакцій на цю новину загалом показує, що відмова від публікації базується не на одному, а на комбінації факторів:

- ▶ Професійна недовіра до анонімних відео
- ▶ Досвід роботи з дезінформацією
- ▶ Відсутність офіційних коментарів
- ▶ Розуміння можливості маніпуляції
- ▶ Небажання сприяти антимобілізаційній пропаганді

Це створює ситуацію, коли навіть реальні порушення залишаються поза увагою медіа через неможливість їх верифікувати за прийнятними професійними стандартами. Парадокс полягає в тому, що ці стандарти, які забезпечують якість журналістики в мирний час, в умовах війни та інформаційного протиборства стають бар'єром для висвітлення проблем.

Третя новина про військового, якому нібито відмовили в медичній допомозі, викликала найбільш одностайну реакцію серед усіх респондентів: усі без винятку відмовилися б її публікувати в запропонованому вигляді. Цю одностайність респонденти пояснювали не

темою, яка є «безумовно важливою», а джерелом інформації – анонімним телеграм-каналом. Реакції на цю новину найяскравіше демонструють, як професійні стандарти верифікації стають абсолютним бар'єром, який не можна подолати навіть через важливість теми.

Журналісти не заперечують, що подібні випадки можливі, але зазначають, що без ідентифікованого джерела, можливості перевірити обставини, отримати позиції медичної служби та командування, вони не можуть відповідати за достовірність. Така аргументація базується на базовому журналістському принципі: первинне джерело має бути ідентифіковане та доступне для перевірки.

Один з респондентів встановлює альтернативні критерії верифікації: або офіційне розслідування, або коментар з боку залученої офіційної сторони, у цьому разі – військової частини.

«Відразу би точно ні, тому що це дійсно потребує часу, щоб опитати сторони. Тим більше, що тут анонімно... А де, яка частина, що саме?»

Одноставність реакцій на цю новину особливо показова, оскільки тема порушення прав військових – надзвичайно чутлива. Респонденти визнають, що такі випадки можливі, але категорично відмовляються публікувати інформацію, яку не можуть верифікувати. Це демонструє, що професійні стандарти журналістики залишаються непорушними в умовах війни та коли це стосується такої важливої теми, як права військовослужбовців. З іншого боку, це створює ситуацію, коли реальні жертви порушень можуть залишитися без медійної підтримки, якщо вони не готові публічно розкрити свою особистість, що в умовах війни може мати серйозні наслідки для їхньої військової кар'єри.

Четверта новина про затримання чоловіка, який заплатив за незаконний перетин кордону, викликала найбільш нейтральну та найбільш різноманітну реакцію серед респондентів. На відміну від попередніх новин, тут було офіційне джерело (прикордонники), що суттєво змінювало оцінку можливості публікації. Проте детальний аналіз реакцій виявляє, що навіть за наявності офіційного джерела журналісти застосовують додаткові критерії оцінки новинної цінності. Позиція частини респондентів базувалася на принципі: офіційне джерело легітимізує публікацію.

«Це офіційне повідомлення прикордонників. Чому б не дати, якщо пресслужба дала».

Інші учасники інтерв'ю звертали увагу на рутинність таких повідомлень. Подібні затримання, за їхніми словами, відбуваються регулярно, тому кожен окремий випадок не обов'язково має новинну цінність. Декілька респондентів пояснювали, що редакція виробила внутрішні критерії: новина публікується, якщо йдеться про масове затримання, нестандартні обставини (наприклад, застосування зброї), особливо великий розмір хабаря тощо. В іншому разі вона розглядається як чергове «протокольне» повідомлення.

«На жаль, випадків таких затримань на тиждень є декілька постійно, а то й доходить до 10 і більше. Відповідно, ми з того часу прийняли для себе рішення про те, що ми подібні речі робимо лише у випадку або масових затримань, або якоїсь нестандартної події».

Аналіз реакцій на цю новину виявляє дві різні редакційні філософії. Перша, яку можна назвати «протокольною», базується на принципі: якщо є офіційне повідомлення, воно заслуговує на публікацію незалежно від частоти подібних випадків. Друга, «селективна», застосовує додаткові критерії новинної цінності навіть до офіційних повідомлень, публікуючи лише унікальні чи особливо значущі випадки.

Жоден із респондентів не висловив морального судження про людей, що уникають військової служби, і не запропонував утриматися від публікації через патріотичні міркування. Це свідчить, що тема ухилення від виконання військового обов'язку, на відміну від критики ТЦК чи висвітлення порушень у армії, не сприймається як така, що може зашкодити мобілізаційній кампанії. Навпаки, публікація таких новин може розглядатися як засіб демонстрації ефективності правоохоронних органів та превентивного впливу на потенційних порушників.