

Паспорт проєкту “Моніторинг медійного висвітлення соціологічних опитувань”

1. Загальна інформація

Назва проєкту: Моніторинг медійного висвітлення соціологічних опитувань.

Короткий опис: системне дослідження того, як результати соціологічних опитувань представлені в медійному просторі України. Проєкт поєднує автоматизований аналіз великих масивів даних (Big Data) за допомогою штучного інтелекту з ручною верифікацією.

Тип продукту: регулярний аналітичний звіт (квартальний).

Статус: пілотний етап успішно реалізовано на масиві даних за лютий 2025 року (4535 повідомлень). На основі аналізу повідомлень за лютий 2025 року підготовлено перший аналітичний звіт “[Аналіз медійного висвітлення соціологічних опитувань: лютий 2025 року](#)”, а також [публікацію](#) на ресурсі VoxUkraine.

2. Мета та завдання

Мета: проаналізувати, які опитування потрапляють у медіа, хто їх замовляє і проводить, як подається інформація про опитування та які теми отримують найбільшу увагу.

Ключові завдання:

1. Картографування ринку: визначення ключових замовників та виконавців досліджень, чиї дані найчастіше цитують медіа.
2. Тематичний аналіз: визначення пріоритетних тем (політичні рейтинги, соціальні питання, економіка тощо) та виявлення недопредставлених сфер.
3. Оцінка дотримання стандартів розкриття інформації про опитування: моніторинг того, наскільки повно медіа розкривають інформацію про дослідження (наявність даних про вибірку, похибку, замовника).
4. Розрахунок індексу дотримання стандартів розкриття інформації про опитування (далі — Transparency Index): визначення рівня дотримання стандартів розкриття інформації про опитування.

5. Виявлення найбільш поширюваних опитувань: визначення топ-10 опитувань за звітний період, які отримали найбільше медійних згадок.

3. Методологія та інструментарій

Проект використовує гібридний підхід, що поєднує автоматизовану обробку текстів та ручну верифікацію.

Джерело даних: масив моніторингу медіа, наданий компанією LOOQME за ключовими словами (“опитування”, “соціологічне дослідження” та “дослідження громадської думки”).

Вибірка: до аналізу включаються виключно публікації з інтернет-ЗМІ, інформаційних агентств та друкованої преси.

Послідовність етапів аналізу:

1. Відбір повідомлень, які містять результати конкретного проведеного опитування, за допомогою ШІ.
2. Автоматична фіксація назв організацій (виконавців/замовників) та короткого змісту опитування.
3. Зведення різних варіантів написання назв організацій до єдиного стандарту.
4. Перевірка наявності розкриття 10 обов’язкових фрагментів інформації про опитування (дати, вибірка, метод, похибка, формулювання питань тощо).
5. Розрахунок Transparency Index.
6. Класифікація повідомлень за 17 заданими темами (на основі методології Comparative Agendas Project).
7. Виявлення публікацій, які посилаються на результати однакових опитувань.

4. Система оцінювання: рівень дотримання стандартів

Для оцінки рівня дотримання стандартів розкриття інформації про опитування публікацій розраховується Індекс дотримання стандартів розкриття інформації про опитування (Transparency Index). Методологія базується на вимогах AAPOR щодо розкриття інформації та складається з трьох рівнозначних вимірів:

1. Опис походження: оцінює наявність чіткої інформації про суб'єктів дослідження.

Індикатори: зазначення замовника опитування; зазначення організації-виконавця .

2. Опис вибірки: оцінює наявність технічних параметрів, що підтверджують репрезентативність.

Індикатори: опис генеральної сукупності (кого опитували); розмір вибірки; метод формування вибірки; статистична похибка; інформація про зважування даних .

3. Опис дизайну: оцінює наявність контекстуальної інформації для коректного тлумачення результатів.

Індикатори: дати проведення; метод опитування (телефон, онлайн тощо); точне формулювання запитання.

Кожен індикатор кодується за принципом наявності (1 — є, 0 — немає). Індекс розраховується як сукупна оцінка за всіма трьома вимірами, що дозволяє визначити загальний рівень якості публікації (низький, середній або високий рівень дотримання стандартів).

5. Структура звіту

Регулярний звіт включає такі розділи:

1. Ландшафт гравців: рейтинг медіаприсутності соціологічних центрів та замовників (державні органи, бізнес, громадські організації).
2. Тематичний спектр: аналіз домінування певних тем та виявлення “білих плям” в інформаційному просторі.
3. ТОП 10 найбільш поширюваних опитувань за звітний період.
4. Моніторинг стандартів: статистичні дані щодо того, як часто медіа дотримуються стандартів розкриття інформації про опитування (наприклад, відсоток новин із вказаною похибкою вибірки) у динаміці.

6. Цільова аудиторія та практична користь

Журналісти та редактори: можуть побачити, як саме подають опитування в медіа, і що варто змінити, щоб дотримуватись стандартів публікацій опитувань.

Соціологи та дослідники: розуміють, які теми частіше потрапляють в медіа, а які майже не висвітлюються.

Державні органи: отримують зріз того, як у медіа відображається суспільні настрої та ключові політичні теми.

Громадськість: допомагає читачам краще розуміти, як медіа подають результати опитувань і на що варто звертати увагу, щоб не сприймати інформацію некритично.

7. Очікувані результати

- Створення єдиної бази даних про стан медійного висвітлення соціології в Україні.
- Виявлення системних проблем у дотриманні стандартів AAPOR українськими медіа.
- Відстеження змін у суспільному інтересі до різних тем (від політики до соціальних питань).
- Стимулювання медіаринку відповідально ставитися до публікації даних опитувань.