



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



УКРАЇНСЬКИЙ ОСВІТНІЙ ЦЕНТР РЕФОРМ (УОЦР)

Аналітичний моніторинговий звіт

Квітень 2012

Хоча фактично передвиборча кампанія ще не розпочалась офіційно, рекламна кампанія в регіональній пресі йде повним ходом.

Український освітній центр реформ продовжує медіа моніторинг на предмет дотримання професійних стандартів регіональними друкованими та он-лайн медіа. Моніторинг охоплює ЗМІ у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській та Вінницькій областях та Криму, де у лютому було відібрано по 6 регіональних друкованих та два он-лайн медіа в кожному регіоні. В цьому звіті УОЦР наводить результати квітневого моніторингу, який здійснювався з 2 до 14 квітня 2012 року. Всього було проаналізовано 583 матеріали друкованих видань та 211 матеріалів он-лайн видань.

Моніторинг недобросовісної реклами («джинси» та немаркована реклама)

Моніторинг показав, що регіональні друковані та Інтернет медіа продовжують розмішувати велику кількість матеріалів з ознаками замовності та неналежно маркованої реклами. Загалом, по шести регіонах частка матеріалів з ознаками замовності політичного спрямування склала 37%, що вище за частку неналежно маркованої реклами (33%) та «джинси» комерційного характеру (30%). Дані моніторингу свідчать, що відсоток політичної «джинси» фактично не зменшується (у березні було на 1% більше). Це може бути підтвердженням того, що хоча фактично передвиборча кампанія ще не розпочалась офіційно, рекламна кампанія в регіональній пресі йде повним ходом.

Співвідношення видів недобросовісної реклами в регіональній пресі, УОЦР, квітень 2012



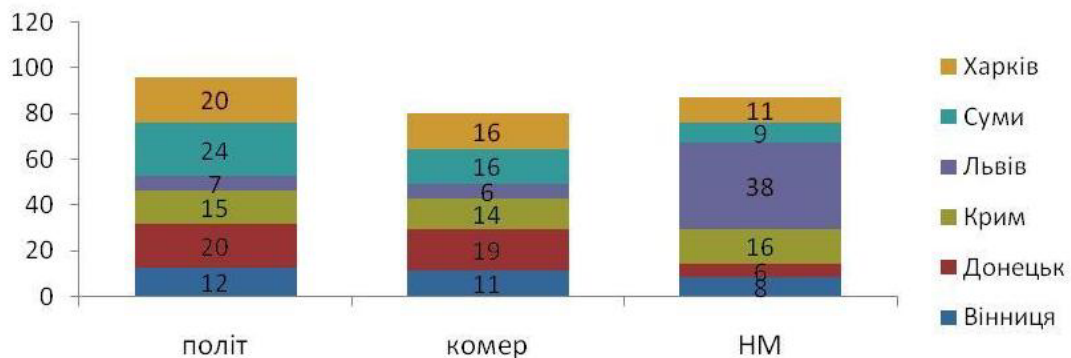


USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

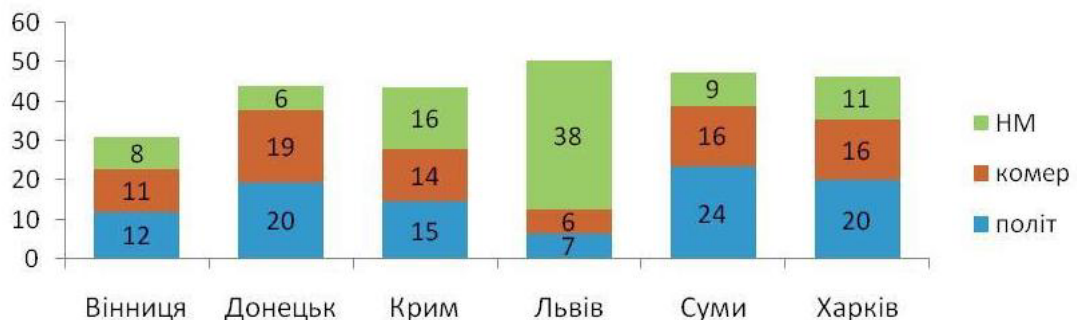


Як видно з графіку, що наведений нижче, найбільший відсоток матеріалів з ознаками політичної та комерційної замовності зафіксовано експертами у Сумах - 38,2%, Донецьку - 36,6% та Харкові – 26,6%. Незалежні регіональні експерти зафіксували, що найбільше політичної джинси друкують газети: «Донецкие новости» –55,9%; «Панорама» (Суми) – 52,5%; «Главное» (Харків) – 47,1%; «Голос Крима» – 37,2%; «33 канал» (Вінниця) – 31,3%. Неналежно марковані матеріали переважають у Львові – 25%, Криму – 15,1%, Харкові та Сумах відповідно по 7,4%.

Кількість матеріалів з ознаками замовності та неналежно маркованої реклами в регіональній пресі, УОЦР, квітень 2012



Співвідношення видів недобросовісної реклами в регіональній пресі, УОЦР, квітень 2012



У квітні, як і у березні зовсім не зафіксовано матеріалів з ознаками політичної та комерційної замовності у львівських газетах «Експрес» та «Ратуша». Однак, у квітні експерти зауважили зростання неналежно маркованих матеріалів у «Ратуші» до 20%.

В он-лайн виданнях найбільший відсоток «джинси» подають новинні сайти Сум (31,0%), Криму (16,7%), Львову (13,1%) та Харкова (13,1%). Порівняно з березнем, змінилась на краще ситуація у Донецьку: 37,7% матеріалів містили ознаки замовності в он-лайн виданнях в березні, у квітні цей показник



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



знизився до 4,7%. Зокрема, на сайті «Новости Донбасса» відсоток «джинси» суттєво знизився - з 50% у березні до 4,6% у квітні. У Львові найбільше матеріалів з ознаками комерційної та політичної замовності розміщує сайт ZIK (19%). Серед он-лайн видань найбільше матеріалів з ознаками політичної замовності зафіксовано на сайтах «Суми інфо» – 47,6% (у березні цей показник складав 52,4%); львівський сайт ZIK - 19%; «Новий Севастополь» – 23,8%; харківський «Статус кво» - 14,3% від усіх матеріалів.

Моніторинг дотримання професійних стандартів журналістики в регіональних ЗМІ

№	Стандарт	Квітень 2012						Середній бал по стандарту (макс 1 бал)
		Вінниця	Донецьк	Крим	Львів	Суми	Харків	
1	Баланс думок / точок зору	0,38	0,43	0,49	0,29	0,41	0,36	0,39
2	Оперативність	0,72	0,65	0,70	0,60	0,62	0,72	0,67
3	Достовірність (посилання на джерела)	0,80	0,96	0,78	0,77	0,76	0,80	0,81
4	Відокремлення фактів від коментарів	0,59	0,71	0,52	0,49	0,43	0,46	0,53
5	Точність	0,80	0,92	0,81	0,83	0,79	0,73	0,81
6	Повнота предст. фактів /інф. по проблемі	0,46	0,46	0,47	0,52	0,62	0,57	0,52
	Загалом по регіону (макс 6 балів)	3,74	4,12	3,78	3,48	3,63	3,63	3,73

Таблиця 1: Дотримання професійних стандартів журналістики в регіональних ЗМІ, УОЦР, квітень 2012

Середній бал дотримання журналістських стандартів у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській та Вінницькій областях, за даними моніторингу, складає **3,73** бали з можливих **6**. Найвищі середні бали за оцінками експертів, отримали медіа Донецька - 4,12, Криму – 3,78, Вінниці - 3,74. У квітні загальний бал дотримання журналістських стандартів у шести виданнях Львівщини становить 3,48, а у березні він сягав 4,33 бала.

На думку експертів, у всіх регіонах, де оцінювалися публікації, журналістським матеріалам у квітні, як і у березні, найчастіше бракує дотримання балансу думок та точок зору (середній бал 0,39) та повноти представлених фактів – 0,52. Наприклад, у Львові 29% друкованих публікацій були визнані збалансованими та 52% - повними; Вінницька преса



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



запропонувала читачам 38% збалансованих та 46% повних від усіх оцінених матеріалів.

Помітно слабким є дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів. Середній бал у всіх регіонах, де проводився моніторинг, становить 0,53 бали. Найнижчий він у Сумах - 0,43, Харкові - 0,46 бала та Львові - 0,49. За думкою експертів всіх регіонів, де проводився моніторинг, місцеві медіа найкраще дотримуються стандартів достовірності (посилання на джерела) - 0,81 бала, точності - 0,81 бала та оперативності - 0,67. Ці показники залишаються майже незмінними у порівнянні з березневими (достовірність - 0,82 бала, точність - 0,80 бала, оперативність - 0,65).

Якщо говорити про відмінності між регіонами, то за оцінками харківських та львівських експертів, кількість «джинси» у друкованих регіональних ЗМІ в квітні порівняно з березнем зменшилась, але помітно зросла кількість неналежно маркованих матеріалів. Вінницькі ж експерти вважають, що у квітні журналісти краще дотримувались журналістських стандартів у порівнянні з березнем: середній бал вінницьких видань у березні становив 3,42; у квітні - 3,74.

Як зазначив експерт Отар Довженко, левову частку матеріалів із ознаками замовності у львівських ЗМІ становили іміджеві публікації лідера партії «Україна-Вперед!» Наталії Королевської. Такі матеріали виявлено у більшості досліджуваних газет (за винятком «Ратуші» та «Експресу»). Також низка матеріалів з ознаками замовності текстів стосувалась партії «Фронт змін».

Детальніше про ситуацію у регіонах можна дізнатися зі звітів експертів на сайті УОЦР: <http://cure.org.ua/ua/proekti/potochni-proetki/monitoring-profesjnih-sta.html>

УОЦР використовує методологію моніторингу, що розроблена проектом «У-Медіа» Інтерньюз Нетворк (www.umedialia.kiev.ua) спільно з Інститутом масової інформації (<http://imi.org.ua>) та неурядовою організацією «Телекритика» (www.telekritika.ua).

Стисло про методологію

Моніторинг проводиться один раз на місяць по плаваючому графіку 1-3-2-4 тиждень. Експертами здійснюється оцінка засобів масової інформації власних регіонів та перехресне оцінювання за ротаційним планом, що дає можливість об'єктивного підходу.

Критеріями для відбору засобів масової інформації були суспільно-політична значимість, що стосується інтересів та прав більшості громадян; наявність власного контенту; обсяг та склад читачької аудиторії; наклад видання або ж кількість відвідувань сайту.

Кінцева оцінка проводиться за усередненими показниками, розрахованими на базі зведених власної та перехресної оцінки кожного регіону за відповідний період.



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Моніторинг дотримання журналістських стандартів відбувався за шістьма критеріями: 1.Баланс думок / точок зору ; 2.Оперативність; 3.Достовірність (посилання на джерела); 4. Відокремлення фактів від коментарів; 5.Точність; 6.Повнота представлення фактів /інф. по проблемі.

Критеріями для визначення матеріалів із ознаками замовності та цензури є наступні чинники: 1 - матеріал відстоює або просуває інтереси однієї сторони; 2 - цілком або майже ідентичний матеріал надрукований в інших ЗМІ; 3 - експертами є особи, які некомпетентні коментувати подію або процес; 4 - безпідставно акцентується увага лише на позитивних або негативних характеристиках суб'єкта; 5 - матеріал містить елементи, які сприяють реалізації товарів, робіт або послуг одного суб'єкта; 6 - «протокольні» матеріали з заходів чиновників/політиків, в яких відсутня зрозуміла суспільно-важлива новина.

Експертні групи сформовані з медіа експертів, викладачів факультетів журналістики, соціологів та працюючих журналістів по три особи в кожній регіональній групі. Робота експертів координується партнерськими організаціями УОЦР: Львівським прес-клубом, Агенцією регіонального розвитку (Донецьк), Харківським прес-клубом, Сумським та Вінницьким прес-клубами. Інформацію про експертів можна отримати на сайті Українського освітнього центру реформ: <http://cure.org.ua>

Моніторинг дотримання професійних стандартів регіональними друкованими та он-лайн медіа здійснюється Українським освітнім центром реформ за підтримки USAID, наданої через «Інтерньюз Нетворк». Метою моніторингу є підвищення рівня медіа грамотності українського суспільства, стимулювання медіа до відповідальності, дотримання журналістських стандартів та підвищення якості медіа контенту.

Для моніторингу було відібрано по 6 регіональних друкованих та два он-лайн медіа у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській, Вінницькій областях та АРК.

Моніторинг є незалежною експертною оцінкою УОЦР. Висновки й точки зору, що були висловлені в моніторингових звітах, можуть не збігатися з точкою зору USAID чи Інтерньюз Нетворк.