

УКРАЇНСЬКИЙ ОСВІТНІЙ ЦЕНТР РЕФОРМ (УОЦР)

Аналітичний моніторинговий звіт

Березень 2012

Початок передвиборчої кампанії відзначився масивним розміщенням політичної джінси в регіональній пресі

Український освітній центр реформ розпочав медіа моніторинг на предмет дотримання професійних стандартів регіональними друкованими та он-лайн медіа. Моніторинг охопив ЗМІ у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській та Вінницькій областях, відібравши по 6 регіональних друкованих та два онлайн медіа в кожному регіоні. В цьому звіті УОЦР наводить результати березневого моніторингу, який здійснювався з 12 по 17 березня 2012 року. Всього було проаналізовано 641 матеріал друкованих видань та 216 матеріалів он-лайн видань.

- ***Моніторинг недобрсовісної реклами («джінси» та немаркована реклама)***

Моніторинг показав, що регіональні друковані та Інтернет медіа розміщують помітну кількість матеріалів з ознаками замовності та неналежно маркованої реклами. Загалом, по шести регіонах частка матеріалів з ознаками замовності політичного спрямування склала 38%, що вище за частку «джінси» комерційного характеру (32%) та неналежно маркованої реклами (30%). Дані моніторингу можуть свідчити про початок передвиборчої рекламної кампанії в регіональній пресі.

Моніторинг показав, що регіональні друковані та Інтернет медіа розміщують помітну кількість матеріалів з ознаками замовності та неналежно маркованої реклами. Загалом, по шести регіонах частка матеріалів з ознаками замовності політичного спрямування склала 38%, що вище за частку «джінси» комерційного характеру (32%) та неналежно маркованої реклами (30%). Дані моніторингу можуть свідчити про початок передвиборчої рекламної кампанії в регіональній пресі.

Співвідношення видів недобрсовісної реклами в регіональній пресі, УОЦР, березень 2012



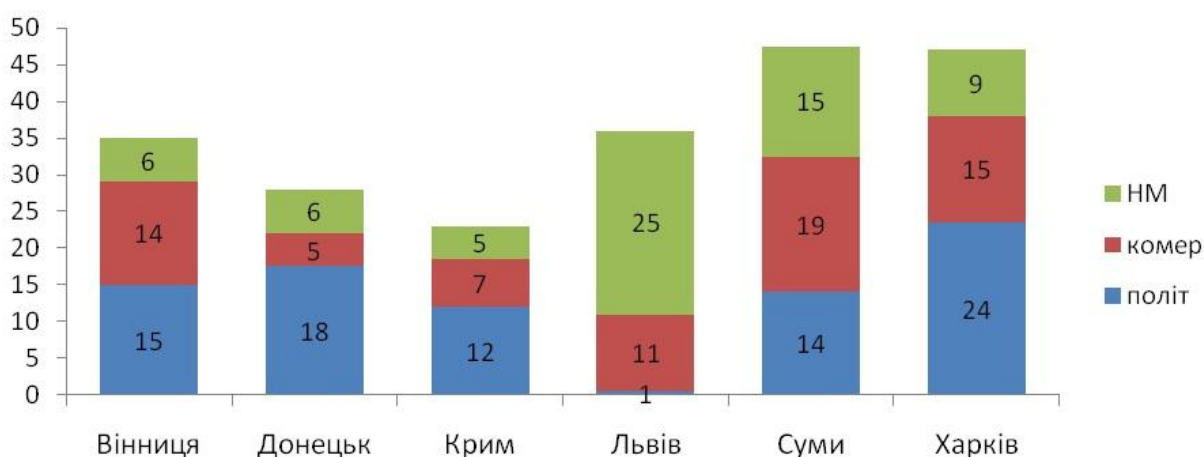
У Сумській області, за оцінками експертів, переважає кількість матеріалів з ознаками комерційної замовності. У Львівській – практично відсутня політична джінса. Загалом, у березні найменше матеріалів з ознаками замовності (політичних та комерційних) експерти спостерігали у ЗМІ Львівської області, де

такі публікації становили 8,6% від загальної кількості оцінених та 17% неналежно маркованих рекламних повідомлень. У двох виданнях з шести - «Експрес» і «ЗІК» не зафіксовано жодного неналежно маркованого матеріалу.

Найбільше матеріалів з ознаками замовності було виявлено у друкованих виданнях Харківської та Сумської областей. У харківській пресі 38,4% оцінених публікацій становили матеріали з ознаками замовності та 14,5% - неналежно марковані. Найвищий відсоток публікацій з ознаками замовності друкує харківська газета «Главное» - 50% вибірки та 25% неналежно маркованих.

У Сумській області експерти виявили 29% матеріалів з ознаками замовності та 11,6% прихованої реклами. Найбільше матеріалів з ознаками замовності зафіксовано серед публікацій газети «Сумщина» - 53,3% та 6,5% неналежно маркованих й «Панорама» відповідно 42% та 30%.

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



Щодо онлайн видань, то матеріали з ознакою замовності у донецьких Інтернет виданнях, за оцінками експертів, складають 37,7% усіх матеріалів, у Сумській області - 34,5%. А, наприклад, сайт «Новости Донбасса» друкує 50% матеріалів з ознаками замовності, тобто таких, що розповідають про господарську або соціальну діяльність героїв публікацій, ім'я яких в суспільній свідомості згадується в контексті певних політичних партій і процесів. На сайті «Суміінфо» (Суми) експерти зафіксували 52,4% матеріалів з ознаками замовності при загальній оцінці джінси в онлайн виданнях Сумської області 34,5 відсотка.

- *Моніторинг дотримання професійних стандартів журналістики в регіональних ЗМІ*

Середній бал дотримання журналістських стандартів в у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській та Вінницькій областях, за даними моніторингу, складає **3,79 бала з 6**. Найвищі середні бали за оцінками експертів, отримали медіа

Львова - 4,33 бала та Донецька - 4,03 бала. На думку експертів, у всіх регіонах, де оцінювалися публікації, журналістським матеріалам найчастіше бракує дотримання балансу думок і точок зору. Наприклад, у Сумах та Криму цьому стандарту відповідають 28%, у Харкові 33% матеріалів відповідно.

№	Стандарт	Березень 2012						Середній бал по стандарту (макс 1 бал)
		Вінниця	Донецьк	Крим	Львів	Суми	Харків	
1	Баланс думок / точок зору	0,34	0,34	0,28	0,53	0,28	0,33	0,38
2	Оперативність	0,49	0,73	0,70	0,77	0,46	0,79	0,75
3	Достовірність (посилання на джерела)	0,88	0,71	0,87	0,88	0,81	0,76	0,80
4	Відокремлення фактів від коментарів	0,60	0,70	0,49	0,64	0,50	0,50	0,62
5	Точність	0,87	0,74	0,85	0,84	0,68	0,80	0,80
6	Повнота предст. фактів /інф. по проблемі	0,44	0,48	0,48	0,36	0,46	0,39	0,44
	Загалом по регіону (макс 6 балів)	3,42	4,03	3,69	4,33	3,62	3,22	3,79

Таблиця 1. Моніторинг дотримання професійних стандартів у друкованих виданнях, УОЦР, березень 2012.

Помітно слабким є дотримання стандарту повноти висвітлення теми та представлених фактів. Середній бал по всіх регіонах **становить 44%**; у Львові та Харкові він нижчий і складає 36%.

Загальний бал дотримання журналістських стандартів у шести друкованих виданнях Львівщини становить 4,33 бала, що є найвищим показником з усіх областей, де проводився моніторинг. Газета «Ратуша» отримала максимальний бал за власні журналістські матеріали - 5,07 бала при можливій оцінці 6 балів.

За думкою експертів всіх регіонів, де проводився моніторинг, місцеві медіа найкраще дотримуються стандартів достовірності - 0,8 бала, точності - 0,80 бала та оперативності - 0,75.

Донецьк

Преса

В Донецькій області для оцінювання відібрані: газети «Жизнь», «Донбасс. Неделя», «Донецкие новости», «Вечерний Донецк», «Вечерняя Макеевка», щотижневик «Панорама», інтернет- видання «Новости Донбасса» і «УРА-Інформ».

Під час моніторингу експерти Донецька виявили, що з 97 публікацій друкованих видань 24,8% - з ознаками замовності та 6,5 % неналежно марковані. Перше місце у цьому непочесному рейтингу займають видання «Вечерняя Макеевка» (м. Макіївка) – 43,8 % джинси від усіх публікацій та 10% неналежно маркованих. На другому місці, за оцінками експертів, обласна газета «Жизнь» - 30 % матеріалів з ознаками замовності та 10% неналежно маркованих.

Онлайн новини

Відповідно, серед 42 публікацій сайтів експертами зафіксовано 37,7% матеріалів з ознаками комерційної замовності. Наприклад, сайт «Новости Донбасса» друкує 50 % джинси.

Харків

Преса

Для моніторингу у Харківській області були відібрані шість газет: «Время», «Слобідський край», «Главное», «Харьковские известия», «Вечерний Харьков», «Обрії Ізюмщини» та два Інтернет-видання «Статус кво» та «Об'єктив».

У Харківській області було оцінено 103 матеріали друкованих видань та 42 матеріали сайти. З них 38,4 % всіх публікацій у харківських виданнях області становлять матеріали з ознаками замовності та 14,5% - неналежно марковані. Найбільший відсоток матеріалів з ознаками замовності друкує харківська газета «Главное» - 50%, та 25 % неналежно маркованих (прихована реклама). Не дуже відстає газета «Время» - 47,7 % публікацій з ознаками замовності та 21,9 % - неналежно маркованих. Серед матеріалів газети «Харьковские известия» експерти визначили 42,9 % матеріалів з ознаками замовності та 2,4% неналежно маркованих.

Онлайн новини

В публікаціях сайтів «Статус кво» та «Об'єктив» відповідно по 23,8% відсотка матеріалів з ознаками замовності і близько 2% неналежно маркованих матеріалів показав сайт «Статус кво».

Львів

Преса

Експертна група Львова моніторила львівські газети: «Високий замок», «Експрес», «Львівська пошта», «Львівська газета», «Ратуша», «ЗІК», інформаційні агенції: «ЗІК» і «Zaxid.net». Експерти Львова оцінили: 120 публікацій друкованих ЗМІ та 46 онлайн видань. В ході моніторингу з'ясувалося, що матеріали з ознаками замовності становлять 8,6 % від загальної кількості публікацій, та 17,0% - неналежно маркованих. Найбільше матеріалів з ознаками замовності друкує «Львівська газета» - 21,9% та 25 % – неналежно маркованих; серед публікацій «Високого замку» 11,8% - з ознаками замовності та 34,2 % – неналежно марковані.

У двох виданнях з шести - «Експрес» і «ЗІК» не зафіксовано жодного неналежно маркованого матеріалу. Натомість, «Львівська газета», «Львівська пошта», «Високий замок» замість маркування для блоків графічної реклами – «реклама» або «на правах реклами» використовують такі маркування – «оголошення», «партнери» тощо.

Загальний бал дотримання журналістських стандартів у шести виданнях Львівщини становить 4,33, що є найкращим показником з усіх областей, де проводився моніторинг. Найвищий бал за дотримання журналістських стандартів отримала газета «Ратуша» - 5,07. Майже на одному рівні за дотриманням журналістських стандартів (4,14 бали - 4,42 бали) є видання – «Львівська газета», «ЗІК», «Львівська пошта», «Експрес». Найнижча оцінка у газети «Високий замок» - 3,73 бали. Хоча, газета «Експрес», на думку експертів, зловживає жанром інтерв'ю. Це – імітація об'єктивності, яка дозволяє журналістові «заховатися» за матеріалом і виконувати роль статиста, вважають експерти.

Онлайн новини

Серед матеріалів сайтів, за оцінками експертів, відповідно: 7,6 % з ознаками замовності та 3,3% неналежно марковані. На сайті ЗІК відповідно: 10,9% та 6,5%. «Zaxid.net», де матеріали з ознаками замовності складають 4,3%, використовує для розміщення матеріалів із ознаками замовності плаваючу рубрику «Погляд».

Суми

Преса

У Сумській області відібрали для моніторингу газети «Данкор», «Сумщина», «Панорама», «Ваш шанс» та районні «Вперед» (Сумський р-н) і «Білопільщина» (Білопільський р-н); сайти «Сумінфо» та «Всі Суми». У Сумській області експертами було оцінено 107 газетних матеріалів та 42 публікації на сайтах. Завдяки експертній оцінці виявлено 29 % матеріалів з ознаками замовності та 11,6 % прихованої реклами.

Найбільше матеріалів з ознаками замовності друкує газета «Сумщина» - 53,3%; та 6,7 % неналежно маркованих; та газета «Панорама» відповідно 42 % та 30 %. У газеті «Панорама» високий показник замовності виник завдяки додатку, який, по суті, є рекламним проектом. При цьому редакція робить спробу подати його під машкарою проекту соціального. Більшість матеріалів додатку містять внизу невелику «скромну» літеру «R». У кінці газети, у її вихідних даних на стор. 31 дуже дрібним шрифтом зазначено, що матеріали з такою позначкою «розміщуються під рубрикою «на правах реклами» згідно зі статтею 9 Закону України «Про рекламу». Але подібна рубрика в газеті не зустрічається.

В березні експерти Сумщини виявили явно виражений другий критерій щодо оцінки матеріалів із ознаками замовності чи цензури: «цілком або майже ідентичний матеріал надрукований в інших ЗМІ». Таким матеріалом є публікація «Інвестор дасть грошей і реанімує село»: надрукована у лютому в газеті «Вперед» (№ 8 від 24 лютого) у березні вона повторюється в газеті «Білопільщина» (№28-31 від 3 березня).

Онлайн новини

Щодо онлайн видань, то 34,5% матеріалів сайтів, які оцінювались, складають публікації з ознаками замовності. На сайті «Сумінфо» експертами зафіксовано 52,4 % матеріалів з ознаками замовності, це більше, ніж у будь-якій з областей, де відбувався моніторинг.

Вінниця

Преса

Вінницька група експертів здійснювала моніторинг обласних газет: «33-й канал», «Вінниччина», «Місто», «Реал», «РІА», «Газета по-українськи» та двох он-лайн видань: «Моя Вінниця» і «Вінниця-інфо».

Експерти Вінниці оцінили найбільше – 214 публікацій друкованих видань та 44 – сайтів. Визначено, що 15,4% всіх друкованих матеріалів складають публікації з ознаками замовності, 2,6% - неналежно маркованих. Найбільше матеріалів з ознаками замовності експерти зафіксували серед матеріалів видання «33-й канал» – 34,7% та 3,2% – неналежно маркованих та «РІА» відповідно - 18,7% та 6,4%. Не набагато поступається газета «Вінниччина», де матеріали з ознаками замовності складають 17,4% та 1,1% - прихованої реклами.

Середній бал щодо дотримання журналістських стандартів у вінницьких ЗМІ склав – 3.42. Типовим для всіх видань, на думку вінницьких експертів, було: відсутність коментарів різних сторін щодо порушеної проблеми (баланс думок - 0,34 бала), повнота представлених фактів - 0,44 бала (звідки виникла проблема і можливі варіанти її вирішення). Подібний показник, на думку експертів, свідчить про «швидку», а не «якісну» роботу журналістів над матеріалами.

Онлайн новини

Середній відсоток матеріалів з ознаками замовності сайтів складає 11,9% та 1% - неналежно маркованих. Найбільше таких публікацій з ознаками замовності зафіксовано на сайті «Вінниця-інфо» -15,4% та 1,9% - неналежно маркованих.

Вінницькі експерти зазначають, що більшість онлайн видань використовують «паркетні» матеріали. Тобто, матеріали, які є прямим передруком прес-релізів без авторського втручання чи роботи із інформацією. І у такому випадку он-лайн видання має запобігати ставити власні підписи під подібним інформаційним повідомленням.

У роботі експертів використовується методологія, розроблена Інститутом масової інформації (м. Київ, <http://imi.org.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 читацької 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.

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 медіаграмотності українського суспільства, стимулювання медіа до відповідальності, дотримання журналістських стандартів та підвищення якості медійного продукту.

Об'єктом моніторингу є по 6 регіональних друкованих та два онлайн медіа у Львівській, Донецькій, Харківській, Сумській та Вінницькій областях. Період проведення моніторингу: 12–17 березня.

Моніторинг є незалежною експертною оцінкою УОЦР. Всі висновки й точки зору, висловлені в усіх публікаціях моніторингу, можуть не збігатися з точкою зору USAID чи «Інтерньюз Нетворк».

Моніторинг продовжуватиметься протягом 2012 року, й надалі, за наявності політичної волі та фінансування USAID.