



Донецьк Квітень, 2012

В квітні 2012 року група незалежних експертів продовжувала моніторити матеріали шести донецьких друкованих засобів масової інформації і двох Інтернет-видань з метою дослідження ситуації щодо дотримання стандартів журналістської етики, виявлення матеріалів із ознаками комерційної або політичної замовності, прихованої реклами.

Оцінювалися відомі масовому читачу, традиційно популярні в Донбасі газети «Жизнь», «Донбасс.Неделя», «Донецкие новости», «Вечерний Донецк», «Вечерняя Макеевка», тижневик «Панорама», а також інтернет-видання «Новости Донбасса» і «УРА-Інформ» як одні з найбільш прогресуючих і впливаючих на формування громадської думки в інформаційному просторі Донбасу.

В квітні 2012 року загалом було оцінено **107** матеріалів у друкованих виданнях і **44** в онлайн ЗМІ. На думку експертів в друкованих ЗМІ було розміщено 10 (9.35%) неналежно маркованих матеріалів, 40 (37.3%) матеріалів з ознаками замовності. Із загальної кількості матеріалів, які експертною групою були віднесені до таких що мають ознаки замовності, доля матеріалів політичної замовності становить ненабагато більше половини - 21. У порівнянні із попередніми місяцями маємо відзначити збільшення проценту матеріалів із ознаками політичної замовності на 5% з 14% до 19% і комерційної з 7% до 17%.

В електронних виданнях 2 матеріали із ознаками замовності (1-«Новости Донбасса», 1 – «УРА-Інформ».

До ознак замовності експерти відносили такі характеристики як:

а) наявність цілком або майже ідентичного матеріалу в інших ЗМІ, особливо, якщо в цих ЗМІ такий матеріал маркований як реклама;

б) матеріал містить елементи, які сприяють реалізації товарів, робіт або послуг певного суб'єкта (вказування в матеріалі адреси магазину, контактного телефону фірми тощо, прізвища, посади керівника, решта);

в) фігурування в матеріалі в якості експерта особи, яка некомпетентна коментувати подію або процес, котрим присвячений матеріал, зважаючи на рід занять та сферу інтересів такої особи;

г) безпідставне акцентування уваги лише на позитивних або негативних характеристиках певного товару (суб'єкта) що могло б міститися в назвах матеріалів, епітетах, порівняннях, решта.

Оцінювання суспільно-важливих матеріалів новинного та інформаційного характеру проводилося за Методикою Інституту масової інформації (<http://imi.org.ua/>) на предмет дотримання наступних журналістських стандартів: 1) баланс думок і точок зору (збалансованість); 2) оперативність (актуальність) матеріалу; 3) достовірність (посилання на джерела); 4) відокремлення фактів від коментарів; 5) точність подачі інформації; 6) повнота представлення фактів (інформації) по проблемі.

На думку експертів найчастіше журналістським матеріалам бракує дотримання балансу думок і повноти висвітлення теми (41% та 49%). Тобто, в друкованих виданнях тільки близько половини матеріалів відповідають повністю першому і, не набагато більше половини, - шостому із зазначених стандартів. Є над чим працювати і в напрямку відокремлення фактів від коментарів (55%). Найменше претензій викликають такі показники, як точність і оперативність (70-75%). По Інтернет виданнях на відміну від друкованих ЗМІ у кращий бік відрізняються показники оперативності подання інформації і повного посилання на джерела отримання інформації. За таким ж критеріями як



відокремлення фактів від власних коментарів, дотримання балансу думок, повнота представлення фактів (інформації) по проблемі суттєвих відмінностей між друкованими і Інтернет виданнями не спостерігалось.

У порівнянні із аналогічним дослідженням минулого місяця, за винятком вище згаданих відмінностей стосовно матеріалів із ознаками комерційної або політичної замовності, суттєвих розбіжностей, які б свідчили про появу нових тенденцій в інформаційному просторі Донеччини, не виникло.

*Оцінці підлягали матеріали новинного та інформаційного характеру що були опубліковані на тижні з 9-го по 16 квітня. Така вибірка продиктована вимогами проектного завдання і не залежить від суб'єктивного бачення членів експертної групи.

Просимо взяти до уваги!

Результати моніторингу друкованих засобів масової інформації є оцінювальними судженнями відповідно до статті 47-1 Закону України «Про інформацію» і не мають офіційного характеру.

Наявність ознак порушення журналістських стандартів або ознак прихованої реклами в матеріалі не може розглядатися як доказ отримання редакцією або журналістом майнової чи іншої винагороди за вчинення такого порушення.