



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Суми Квітень, 2012

БЛИЖЧЕ ДО ВИБОРІВ ЗАМОВНИХ МАТЕРІЛІВ БІЛЬШАТИМЕ, - ВИСЛОВИЛИ ДУМКУ СУМСЬКІ МЕДІЙНИКИ НА МЕДІА-ЗАХОДІ, ЩО ПРЕЗЕНТУВАВ РЕЗУЛЬТАТИ МОНІТОРИНГУ ОБРАНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ

Як і в попередній період, у квітні було здійснено моніторинг шести друкованих та двох Інтернет-видань регіону. Це обласні газети «Данкор», «Сумщина», «Панорама», «Ваш шанс» та районні «Вперед» (Сумський р-н) і «Білопільщина» (Білопільський р-н); сайти «Суміінфо» та «Всі Суми».

Була проведена відбірка матеріалів із загального обсягу публікацій у таких числах видань: «Білопільщина»: №44-46 від 7 квітня, №47-50 від 14 квітня; «Ваш шанс»: №15 від 11-18 квітня; «Вперед»: № 13 від 6 квітня, № 14 від 13 квітня; «Данкор»: № 14 від 14 квітня, №15 від 11 квітня; «Панорама»: № 16 від 11-18 квітня та вкладка в це число «Спецпроект ВИЩА ШКОЛА»; «Сумщина»: № 40 від 10 квітня, №41-42 від 14 квітня. Також оцінювалися матеріали сайтів з 9 до 15 квітня.

Загалом оцінено в друкованих виданнях 101 публікацію, у Інтернет-виданнях 42 матеріали.

Моніторинг мав на меті два завдання. Перше – відстеження наявності матеріалів із ознаками замовності. Тобто експерти мають зробити висновок щодо ознак політичної, комерційної замовності та щодо неналежного маркування. (До останніх відносяться матеріали з ознаками реклами, марковані іншим чином, ніж словами «реклама» або «на правах реклами»). Друге – визначення відповідності матеріалів стандартам журналістики.

Згідно з висновками експертів щодо наявності замовних матеріалів, дослідження засвідчило, що серед друкованих видань найбільше матеріалів із ознаками замовності містить газета «Панорама» - 55% від оглянутих. У лютому це видання розмістило 26,7% від оглянутих, у березні – 44 %. Отже, бачимо, що рівень замовних матеріалів у цій газеті стабільно зростає. (Див. таблицю 1 додатку до прес-релізу).

Другу позицію за кількістю замовних матеріалів займають районні газети «Вперед» та «Білопільщина» - у них виявлено однакову кількість матеріалів із ознаками замовності - 53,3% від оглянутих. У цих виданнях, на відміну від попереднього, за три місяці не простежується якоїсь системи подачі подібних матеріалів. Очевидно, - і це підтверджує спілкування з працівниками даних газет – подібні матеріали у цих комунальних ЗМІ з'являються переважно на вимогу органів влади «в міру необхідності».

Третьою за кількістю розміщення матеріалів із ознаками замовності є газета «Сумщина» - 50% від розглянутого контенту. У даній газеті спостерігається практично рівна частка замовних матеріалів впродовж усіх трьох місяців моніторингу: лютий - 53,3%, березень - 53,3%.

Найменша кількість замовних матеріалів за період огляду у газеті «Данкор» - 12,5% від оглянутих.

Щодо кількості замовних матеріалів на сайтах, то тут можемо помітити, що сайт «Суміінфо», який виразно працює на користь партії влади, не має певної системи у кількості матеріалів із ознаками замовності, окрім одної – їх стабільно багато. А загалом кількість їх коливається: у лютому – 66,7%, у березні – 76,2%, у квітні – 61,9%. Водночас сайт «Всі Суми» матеріали з ознаками замовності розміщує практично на одному рівні: 19-19,5%.



Щодо класифікації матеріалів із ознаками замовності на політичні та комерційні, то тут розподіл виглядає так. Найбільше матеріалів із ознаками політичної замовності містить сайт «Суміінфо» - 13 із 21 матеріалу; і далі зі зменшенням: районні газети «Вперед» (8 матеріалів із 15) та «Білопільщина» (7 матеріалів із 15); «Панорама» - 6 матеріалів із 20, «Сумщина» - 5 матеріалів із 16, «Всі Суми» - 3 із 21, «Ваш шанс» - 2 із 19, «Данкор» - 1 матеріал із 16.

Інакше вибудовуються комерційні пріоритети ЗМІ: «Ваш шанс» - 6, «Панорама» - 5, «Сумщина» - 3, «Білопільщина», «Данкор», «Всі Суми» – по 1 матеріалу з оглянутих. «Вперед» та «Суміінфо» взагалі не містять матеріалів із ознаками комерційної замовності серед оглянутих. Що ще раз підтверджує: комунальні видання та сайт із ознаками підпорядкованості партії влади розміщують матеріали з ознаками замовності, яка, в свою чергу, має досить впевнені ознаки нав'язування, власне – цензури.

Стосовно матеріалів, які мають неналежне маркування, то першість у їх розміщенні тримає газета «Ваш шанс» (5 матеріалів) та сайт «Всі Суми» (2 матеріали). У інших оглянутих ЗМІ експерти не знайшли таких матеріалів.

Щодо дотримання стандартів, експерти вивели оцінки, які можна побачити з таблиці 2 додатку до прес-релізу. На загал при максимальній оцінці 6 за кожен матеріал (1 бал за кожний із 6 критеріїв), видання отримали такі оцінки:

«Данкор» – у квітні – 4.8	/у березні – 4,5	/у лютому – 4,33,
«Ваш шанс» – у квітні – 4.77	/у березні – 2,71	/у лютому – 3,24,
«Білопільщина» - у квітні – 3.87	/у березні – 3,69	/у лютому – 2,69,
«Всі Суми» – у квітні – 3.32	/у березні – 3,76	/у лютому – 2,90,
«Сумщина» – у квітні – 3.2	/у березні – 3,56	/у лютому – 3,29,
«Панорама» – у квітні – 2.72	/у березні – 3,64	/у лютому – 3,46,
«Суміінфо» – у квітні – 2.62	/у березні – 2,52	/у лютому – 2,52,
«Вперед» – у квітні – 2.14	/у березні – 3,62	/у лютому – 2,73.

Як помітно, впродовж трьох місяців на стабільному рівні щодо дотримання стандартів працюють газети «Данкор», «Сумщина» та сайт «Суміінфо». У інших видань дотримання стандартів коливається.

Щодо дотримання окремих стандартів, то найліпше в друкованих виданнях дотримується точність – 0,84 бала, оперативність – 0,82 бала, достовірність – 0,74 бала. Повноту інформації витримано лише на 0, 51 бала. Як і раніше, невисокий бал має критерій відокремлення фактів від коментарів – 0,4 бала та балансу – 0,28 бала.

На сайтах дотримання оперативності займає перше місце – 0,98 бала. На другій позиції достовірність – 0,89 бала, точність – 0,79 бала. Відокремлення фактів від коментарів складає 0,55 бала. Зовсім прикра ситуація щодо дотримання повноти інформації – 0,15 та балансу – 0,05.

Варто відзначити, що на презентації результатів моніторингу на засіданні профі-ситуудії обласного прес-клубу виникла дискусія щодо можливості дотримання стандартів у різних видах ЗМІ, а відповідно – щодо правильності застосування однакових критеріїв до матеріалів цих ЗМІ. Зокрема, журналісти Інтернет-видань, інформаційних агенцій не згодні, що критерій збалансованості та повноти інформації можна однаково застосовувати до друкованих та інтернет ЗМІ. Адже, по суті, різними є вимоги до організації цих матеріалів та оперативності їх подання. Особливо що стосується новинної стрічки Інтернет-видань, то вимоги до оперативності іноді фактично унеможливають наведення різних точок зору щодо факту чи події. Специфіка цих оперативних ЗМІ вимагає швидкості в наданні інформації, але водночас вона створює можливість кілька разів у ході



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



розвитку події давати про неї нову інформацію. Отож, розглядаючи окремі матеріали і оцінюючи кожен із них за відповідними критеріями, ми не отримаємо високої оцінки окремої інформації.

Результати моніторингу фактично підтверджують таку точку зору практиків. Але водночас експерти не можуть не відмітити, що для обраних сумських сайтів практично не притаманний супровід події в ході її розвитку. З огляду на це, слід було б все ж зважати на потребу подання інформації більш повно та збалансовано.

Також на презентації результатів березневого моніторингу висловили бажання побачити огляд матеріалів сумських ЗМІ на фоні інших видань України; простежити результати моніторингу за більш тривалий час; звертати увагу при моніторингові на стилістику та заголовковий комплекс публікацій.

Моніторинг здійснювала група сумських експертів у складі Алли Ярової, кандидата філологічних наук, проректора Української академії банківської справи; Олега Медуниці, магістра управління суспільним розвитком, голови громадської організації «Бюро аналізу політики» та Володимира Садівничого, кандидата наук із соціальних комунікацій, доцента, заступника завідувача кафедри журналістики та філології Сумського державного університету. Перед початком виконання проекту експерти пройшли навчання з методики здійснення моніторингу медіа в «Інтерньюз Нетворк».

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.

Щодо визначення відповідності стандартам експерти спираються на такі критерії: 1 - баланс думок або ж точок зору (категорія передбачає представлення всіх сторін конфлікту); 2 - оперативність; 3 - достовірність (категорія передбачає наявність посилання на джерела та чітку авторизацію кожної думки); 4 - відокремлення фактів від коментарів (категорія передбачає чітке позначення початку і кінця кожної думки, виключає будь-які журналістські оцінки і міркування); 5 - точність (відповідність кожного поданого факту реальності, точність цитування думок, назв, цифр та інших даних); 6 - повнота представлення фактів чи інформації з проблеми (категорія передбачає вичерпну подачу ключових фактів за темою; обов'язковою є також наявність якісних бекграундів).

Проект «Моніторинг публікацій у регіональних друкованих ЗМІ для оцінки дотримання стандартів журналістики» виконується міжнародною благодійною організацією «Український освітній центр реформ» за підтримки програми «У-Медіа» міжнародної неурядової організації «Інтерньюз Нетворк».

Просимо взяти до уваги!

Результати моніторингу друкованих засобів масової інформації є оцінними 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.