



Донецьк Травень, 2012

В травні 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 травні 2012 року було оцінено 104 матеріали у друкованих виданнях і 44 в он-лайн ЗМІ. На думку експертів в друкованих ЗМІ було розміщено 10 (9.6%) неналежно маркованих матеріалів, 27 (26.0%) матеріалів з ознаками замовності. Із загальної кількості матеріалів, які експертною групою були віднесені до таких, що мають ознаки замовності, доля матеріалів політичної замовності становить близько половини - 12 (44%). Кількість матеріалів з ознаками комерційної замовності дещо більше – 15 (56%). Лідруючі позиції щодо матеріалів із ознаками політичної «прихильності» у травні посідали газети «Жизнь» (4) та «Вечерняя Макеевка»(3). Щодо ознак комерційної замовленості, то тут перші позиції посіли газети «Вечерний Донецк» (4), «Донбасс.Неделя» та «Панорама» по 3 матеріали. У порівнянні із попереднім місяцем маємо відзначити зменшення відсотка матеріалів із ознаками політичної замовності на 7% (з 19% до 12%), комерційної на 3% (з 17% до 14%).

В електронних виданнях експертна група матеріалів із ознаками замовності не побачила.

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.

Друга позиція – дотримання журналістських стандартів. 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 в друкованих виданнях найчастіше журналістським матеріалам бракує дотримання балансу думок (38%). Достатньо часто бракує повноти висвітлення теми (60%). Трохи краща ситуація за показником відокремлення фактів від коментарів



(65%). Найменше претензій викликають такі показники як точність і оперативність (71-83%).

По Інтернет виданнях на відміну від друкованих ЗМІ у кращий бік відрізняються майже всі показники за виключенням критерію дотримання балансу думок (21%).

У порівнянні з дослідженнями минулих місяців травень за кількістю матеріалів із ознаками комерційної або політичної замовності на другому місці. Кількість матеріалів із ознаками замовності коливається на протязі останніх 4-х місяців в друкованих ЗМІ з мінімального значення у лютому 20, до максимального у квітні - 40 матеріалів.

Місяць	Всього	Озн.політ. замовності	Озн.комерц. замовності
лютий	20	8	12
березень	21	14	7
квітень	40	21	19
травень	27	12	15

В Інтернет виданнях очевидною є динаміка зменшення кількості матеріалів із ознаками замовності з максимального значення у березні 11 до мінімального у травні 0 матеріалів. Така картина на погляд експертів не є стовідсотково об'єктивною, враховуючи ту обставину, що оцінці підлягали лише матеріали новинного та інформаційного характеру, що були опубліковані на тижні з 21-го по 27-е травня. Інші матеріали до експертної оцінки не обиралися.

Але означена 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.