



Вінниця Травень 2012

Вінницька експертна група оприлюднила результати травневого моніторингу (з 21 по 27 травня) шістьох друкованих місцевих видань та двох он-лайн видань. В цілому було **оцінено 95 публікацій в газетах «33-й канал», «РІА», «Реал», «Вінниччина», «Місто» та «Газета по-українськи» та 36 публікацій в Інтернет-виданнях – «Вінниця-інфо» та «МайВін»**

Підсумовуючи результати травневого моніторингу, експерти зазначають, що в виданнях з'являється більше політичних матеріалів, «природу» яких складно зрозуміти читачеві: чи газета є прихильником тої чи іншої політичної сили, чи поява політичного матеріалу або прес-релізу обумовлена іншими причинами. Експерти зазначають, що після оприлюднення результатів квітневого та березневого моніторингів, газети «Місто» та «Реал» почали більш відповідально ставитися до публікації матеріалів комерційного або політичного характеру та намагаються у своїх виданнях максимально дотримуватися стандартів. Це і стосується і матеріалів на сайті Інтернет-видання «МайВін».

«Джинса», матеріали із ознаками замовності у вінницькій пресі у травні

Виборча кампанія 2012 року вже відчувається на сторінках травневих вінницьких ЗМІ. Тому і наявність матеріалів, які стосуються політичних партій або політичних лідерів, стає відчутними.

Лідером по розміщенню таких матеріалів є газета «33-й канал» - 6 публікацій. РІА та «Місто» мають по 2 матеріали, газета «Вінниччина» - 3. Політична тема фактично відсутня на вінницьких сторінках «Газети по-українськи». Проте саме у цьому виданні з'явилося (у порівнянні із березнем та квітнем) найбільше матеріалів із ознаками комерційної замовності – 6. Це складає 40% від всіх оцінених матеріалів цього видання. Ці ж матеріали потрапили у розділ «Неналежно маркованих», адже видання, друкуючи публікацію під рубрикою «Пропозиція» - «Якісний залізобетон виготовляють у заводських умовах», вказує адресу, телефони підприємства. А такий матеріал експерти відносять до двох категорій – «із ознаками комерційного замовлення» та «неналежно маркований».

Така ж ситуація із матеріалами в газеті РІА. Під заголовком «Ремонт – это не страшно», повідомляє прес-служба компанії «Ремстройспецназ» - опубліковано матеріал рекламного характеру. Проте внизу матеріал маркований поміткою R123123. Так, зазвичай, в цьому виданні публікують рекламу. Нагадуємо, що Закон про рекламу чітко дає визначення, що рекламні матеріали мають бути марковані «Реклама» або «На правах реклами». Це дає читачеві чітке розуміння появи таких матеріалів у газеті. Крім того, таке маркування показує, що це є не авторський журналістський матеріал.

Стосовно інтернет-видань, то з 36 оцінених матеріалів із ознаками замовності є 7. Фактично на сайтах «МайВін» та «Вінниця-інфо» порівну матеріалів із ознаками політичної та комерційної замовності. Приємно відзначити той факт, що на сайті «МайВін» відсутні неналежно марковані матеріали.

Дотримання журналістських стандартів

Середній бал по дотриманню журналістських стандартів вінницької преси складає – «4». Найнижчий бал експертами виставлено за таким критерієм, як «Баланс думок\ точок зору» - 0,41 (Макс - 1). Це свідчить про те, що журналісти, готуючи матеріал не завжди добросовісно підходять до висвітлення теми, обмежуючись лише односторонніми коментарями. Проте найвищий бал – 0,95 (макс. – 1) виставлений за посилання на джерела



інформації. Це стосується критерію «Точності» при подачі матеріалу. Найвищий бал за дотримання журналістських стандартів у травні отримала вінницька редакція «Газети по-українськи» - 4,27 (макс. – 6). Найнижчі – 3,36 та 3,92 – «Реал» та «Вінниччина».

Подібна тенденція зберігається і он-лайн виданнях. Найменше дотримується критерій «Баланс думок» - 0,28 (макс.-1) та «Повнота представлених фактів» - 0,48 (макс. – 1).

Для довідки: 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 журналістським 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 представлених фактів чи інформації з проблеми (категорія передбачає вичерпну подачу ключових фактів за темою; обов'язковою є також наявність якісних бекграундів).

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.