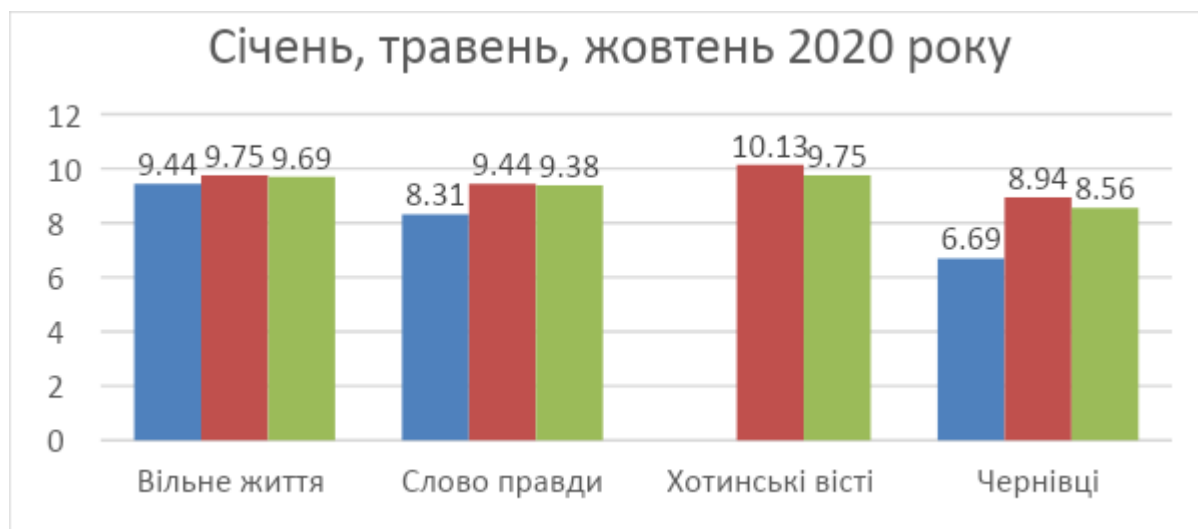


Моніторинговий звіт (Чернівці. Жовтень 2020)

У жовтні чернівецькі експерти оцінили 181 матеріал у 4 роздержавлених газетах (трьох районних та одній міській) та 59 матеріалів на 2 сайтах. Всього – 240 матеріалів. До аналізу залучено 62 матеріали газети «Вільне життя» (м. Кіцмань), 46 – «Слово правди» (м. Новоселиця), 38 – «Хотинські вісті» (м. Хотин), 35 – міської газети «Чернівці» (м. Чернівці). Оцінено на сайтах «Вільне життя» – 35 та «Хотинські вісті» – 24 матеріали. Сайт газети «Слово правди» перестав оновлюватися, газета «Чернівці» сайту не має.

ДРУКОВАНІ ВИДАННЯ

Професійні стандарти. У газетах на стандарти проаналізовано 64 матеріали.



За 12-ти бальною шкалою оцінювання на стандарти: газета «Вільне життя» – 9,69, «Слово правди» – 9,38, «Хотинські вісті» – 9,75, «Чернівці» – 8,56. Середній бал якості реформованих ЗМІ 9,34 бали. Журналістські матеріали написані доступною мовою – 1,92. Але значна частина матеріалів – переважно прес-релізи, матеріали офіційних установ – зберігають офіційно-діловий стиль, іноді ускладнені стилістичні конструкції. Індекс посилань на джерела становить 1,59. Переважно журналісти вказують джерела інформації, однак посилання іноді неповні. Не завжди чітко відокремлені факти та коментарі (1,63), інформація не є повною (1,44). Баланс думок/точок зору найнижчий зі стандартів – 0,78, частково його компенсує контекст. Найнижчий він у газеті «Чернівці» – 0,5 (з 2 балів). Мови ворожнечі, фейків та

проросійських меседжів у матеріалах буковинських ЗМІ не зафіксовано, окрім газети «Чернівці». Тут у матеріалі С. Воронцова «Злодії та їхні холоуї» (09.10.2020) йдеться про пам'ять розстріляних у Бабиному Яру та вшанування загиблих і на Буковині, де теж відбулися погроми. Зацитуємо: *«Офіційні та й, слава Богу, й неофіційні особи прийшли до пам'ятника жертв Голокосту у Чернівцях ..., щоб вшанувати тих, хто загинув від чергового у людській історії масового психозу, нав'язаного патріотами-політиками, розкрученого правдолюбями-журналогами та підтриманого благочастивими попами (о, це завжди «плідна» коаліція!)»*.

Матеріали з ознаками замовності. У газетах відібрано для аналізу 122 публікації. Зафіксовано 5,8 % матеріалів з ознаками замовності. Видання не завжди належно маркують рекламу та оголошення відповідно до Закону України «Про рекламу», відтак середній відсоток НМ становить 7,7%.

Офіціозу 7,2%. Найбільше таких матеріалів опублікувала міська газета «Чернівці» – 22,9%. Це рішення, звіти, інформація органів влади та державних структур. З усіх газет лише «Хотинські вісті» такі матеріали відокремили від журналістського контенту позначкою «За угодою з...»

Найбільше замовних матеріалів – 14,3% – зафіксовано у газеті «Чернівці». Зокрема в одному номері вміщено 5 матеріалів на підтримку В.Михайлішина, який балотується на голову міськради від політичної партії «Команда Михайлішина»: *«Повернемо Чернівцям славу найкомфортнішого міста України» – Михайлішин», «Віталій Михайлішин: «Завдання наше і всіх чернівчан – зберегти аеропорт», «Депутати показали гарний приклад містянам – здали кров», «Для багатодітних родин безкоштовний проїзд – велика економія», «Віталій Михайлішин: «Для нового очільника міста на першому місці має бути медицина»*. Аналогічні без маркування публікації опублікував і ряд інших медіа.

Кандидати в депутати до місцевих рад використовували пам'ятні дати (День захисника України, День вчителя), щоб привернути увагу: *«Привітання з днем захисника України депутата Кіцманської міської ради Ірини Антонюк», «Шановні педагоги району! Вітання народного депутата» («Вільне життя»)*. Активно просували нардепів їхні пресслужби:

«Народний депутат України Максим Заремський: відновлення інфраструктури краю має важливе значення», «Про роботу громадських приймалень народного депутата України Максима Заремського» («Вільне життя»).

Зауважимо, що місцеві газети, як правило, маркують замовні передвиборні матеріали: «Передвиборча агітація» (газети «Слово правди», «Вільне життя») чи «Політична реклама» (газета «Хотинські вісті»), тут небагато/майже немає політичної джинси). Для районних газетах на початку жовтня не характерна велика кількість передвиборної агітації/політичної реклами (в разі збільшується її кількість ближче до виборів). У газеті «Хотинські вісті» за 2.10.20. одна невелика публікація (1/4 шпальти, с.2) – про кандидата від ПП «За майбутнє» В.Корчєвого, а вже 9.10.20 читаємо три значного обсягу публікації, розміщені на замовлення ПП «Партія Чернівчан» (М.Бурбак, М.Федорук, О.Ангельський) (с.1,5), ВО «Батьківщина» (С.Тенкуляк), ПП «За майбутнє»), разом це півтори сторінки з восьмисторінкового випуску). Газета «Слово правди» 2 жовтня розмістила 1 замовну публікацію: за кандидата у депутати обласної ради від ПП «За майбутнє» А.Білика (с.2, ½ площі). А вже 9.10.20. – 5 відповідно позначених: за кандидата на посаду Новоселицького міського голови Р.Штефлюка (с.1, ¼ площі), за ПП «Партія Чернівчан» (с.1,5), за кандидата у депутати обласної ради від ПП «Слуга народу» І.Семенюка (с.1, 5) за ПП «За майбутнє» (уся с.3), за ПП «Аграрна партія України (уся с.4) – загалом чотири з дванадцяти сторінок. «Вільне життя» розміщувало політичну агітацію за «Батьківщину» – три матеріали, «Слугу народу», Аграрну партію, безпартійних кандидатів – по одному матеріалу (все у номері за 9.10.2020. обсягом приблизно четверта частина випуску).

Аналіз тем, жанри, тональність, походження. У газетах проаналізовано 181 матеріал. Серед жанрів переважають інформаційні – 30 %. 14 % контенту складають прес-релізи та протокольні матеріали офіційних установ. 40% контенту – розважальна інформація, поради, привітання, оголошення, реклама, некрологи. І невеликі відсотки припадають на інші жанри журналістики: інтерв'ю (6%), художні жанри та історичні екскурси (4%),

статті (2%), кореспонденції (2%), листи в редакцію (1%), авторські колонки (1%). Власного контенту у газетах 46%, запозиченого 28%, не ідентифіковано 25%. За тональністю: найбільше нейтральних повідомлень – 67%, негативно забарвлених 3%, позитивно забарвлених 30%.



Теми. Найпопулярнішими у друкованих ЗМІ є матеріали про життя місцевої громади, соціальну сферу та інфраструктуру на місцевому рівні – 10%, освіту та науку – 10%, політику – 10%. 5% матеріалів інформують про охорону здоров'я. 8% матеріалів присвячені ООС та військовим (волонтерство, призовна кампанія та служба за контрактом, День захисника України, навчання тероборони), по 4% матеріалів – краєзнавству та спорту, 3% – культурі. Ситуація з коронавірусом відійшла на другий план: їй присвячено 3% матеріалів (у травні 13%) – попри те, що Буковина знаходиться у зонах ризику. Йшлося переважно про статистику захворюваності, роботу шкіл в умовах карантину тощо. Теми місцевого самоврядування та реформ (2%), економічні (1%) відкладені на після виборів. Як показують моніторинги, локальні медіа не порушують тем ВПО, зовнішньої політики, корупції. Водночас більше третини контенту становлять поради, кулінарні рецепти, привітання, гороскопи, прогноз погоди тощо.

Якщо не брати до уваги телепрограми, рекламу та оголошення, офіційні звіти органів влади та посадовців, блоки офіційних та приватних вітань, поради-рецепти тощо, то передвиборна агітаційна тематика місцевих газет у моніторинговий період займає до 2/3 суспільно важливого контенту.



САЙТИ

Професійні стандарти. На стандарти проаналізовано 32 матеріали на сайтах газет «Вільне життя» і «Хотинські вісті». Контент друкованих видань та їхніх онлайн-сторінок схожий. Сайти не мають значної популярності і наповнюються повільно. За день може бути виставлено 2-4 новини.

Відчувається, що основними для редакцій є друковані версії, які приносять кошти через передплату та рекламу. Газети активно ведуть сторінки у соціальних медіа (Фейсбук, Інстаграм) і в такий спосіб намагаються розширювати свою аудиторію. Сайт «Слово правди» (Новоселиця) перестав наповнюватися.



Середній бал якості онлайн-сторінок газет – 9,41. Найгірше з балансом думок (1,28) та повнотою висвітлення інформації (1,25). Відокремлення фактів від думок – 1,75. Журналісти посилаються на джерела (1,6), але рідко

звертаються за думкою громадян, не залучають експертів. Виклад матеріалів переважно доступний (1,5). Мови ворожнечі не зафіксовано (2,0).

На замовність проаналізовано 58 матеріалів: кількість матеріалів з ознаками політичної замовності склала 1,7%, офіційних матеріалів теж 1,7%. НМ реклами 10,2%. Переважно належно не маркують виборчі програми кандидатів в депутати до місцевих органів влади.

На сайті «Хотинські вісті» передвиборні матеріали не розміщували. Сайт «Вільного життя» помдав списки кандидатів, які балотуються на виборах.

Аналіз тем, тональність, походження. На сайтах переважає власний контент (53%), запозичений складає 46%, 2 % – не ідентифіковані матеріали. Нейтральних публікацій – 68%, позитивна тональність у 27% та у 5% негативна.

Найпопулярніші теми – політика – 32% (це переважно матеріали від ТВК про кандидатів у місцеві органи влади, списки кандидатів, програми кандидатів, інфографіка про вигляд виборчого бюлетеня з роз'ясненням, як його заповнювати), освіта – 14% (матеріали до дня вчителя), кримінал – 12%, життя місцевої громади (7%).

Інші теми: COVID 2019 (5% – у травні було 33%), охорона здоров'я (5%), краєзнавство (5%), надзвичайні ситуації (3%), спорт (3%), ООС (3%), економіка і тарифи (2%), культура (2%), місцеве самоврядування (2%). Не писали про ВПО, зовнішню політику, корупцію.



У жовтні чернівецькі експерти моніторили роздержавлені ЗМІ Одещини: 4 газети – «Вперед», «Слово Придністров'я», «Дружба», «Вісті Біляївки», а також 4 їхні сайти. Усього на замовність переглянуто 120 матеріалів у друкованих ЗМІ та 98 на сайтах. Відзначимо газету «Вісті Біляївки», яка користується маркуванням «Друкується в рамках «Програми забезпечення публічності та прозорості діяльності органів місцевої влади, висвітлення господарського, соціального та культурного життя Біляївської об'єднаної територіальної громади на 2018 – 2020 роки», позначаючи офіційні матеріали.

У друкованих одеських ЗМІ виявлено 5,1% матеріалів з ознаками замовності, 4,4% офіційних матеріалів, 19,9% НМ. Найбільше замовних матеріалів та офіціозу у газеті «Вперед» – відповідно по 8,8% та 12,5%. Значні відсотки НМ у виданнях «Слово Придністров'я», «Дружба», «Вісті Біляївки» – відповідно 25,0%, 33% та 14,7%. На сайтах виявлено 9,7% матеріалів з ознаками замовності, 1,0 % офіційних матеріалів, 2,0 % НМ. Найбільше «джинси» на сайті «Дружба» – 28,6%.

Моніторинг здійснювали чернівецькі експерти ІДПО Любов Василик, доктор наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича та Тетяна Смолдирева, заслужена журналістка України, доцентка кафедри.

Звіт за жовтень 2020 р. – Чернівецька обл. - оприлюднено на сайті ІДПО <https://idpo.org.ua/reports/3861-opisovij-zvit-za-zhovten-2020-roku-chernivecka-oblast.html> (02.11.2020)

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.

Ккоординатор проекту Любов Василик

Моніторинг виконано за підтримки Медійної програми в Україні, яка фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) і виконується міжнародною організацією Internews. Висновки й точки зору, що висловлені в публікації / моніторингових звітах, є виключно експертними судженнями Інституту демократії імені Пилипа Орлика і можуть не збігатися з точкою зору USAID чи Internews.

