



Інститут демократії  
імені ПИЛИПА  
Орлика

**USAID**  
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

## МОНІТОРИНГОВИЙ ЗВІТ

(Хмельницький. Травень\_2021)

У рамках травневого моніторингу чернівецькі експерти оцінили 524 публікації у ЗМІ Хмельниччини: 165 у 4-х газетах та 359 на 4-х сайтах. До аналізу залучено 59 матеріалів газети «День за днем» (м. Шепетівка), 33 – «Подільські вісті» (м. Хмельницький), 43 – «Подільський» (м. Кам'янець-Подільський), 30 – «Проскурів» (м. Хмельницький). Оцінено на сайтах «Вечірній Кам'янець» – 98, «Всі новини Хмельницького» – 98, «Є» – 82, «Поділля News» – 81 матеріал.

*У хмельницьких ЗМІ не зафіксовано значної кількості матеріалів з ознаками замовності, але коли вони трапляються (навіть в період відносного політичного затишшя), замовниками є місцева влада та політики. Помітна залежність від прес-служб органів влади, відтак в контенті газет 12,1 % офіціозу, на сайтах – 6,7%. Видання не завжди належно маркують рекламний контент, іноді рекламують одверто шахрайські послуги (реклама Марії Дюваль).*

*Дотримання стандартів журналістики явно бажає більшої поваги. Баланс є лише в кожному четвертому матеріалі. Чимало інформаційного негативу за рахунок зловживання новинами про побутовий кримінал. Мало подається думка пересічних громадян, нема опитувань, натомість важливі соціальні проблеми частіше коментують владники. Варто урізноманітнити жанрову палітру та тематично-проблемні кути висвітлення інформації.*

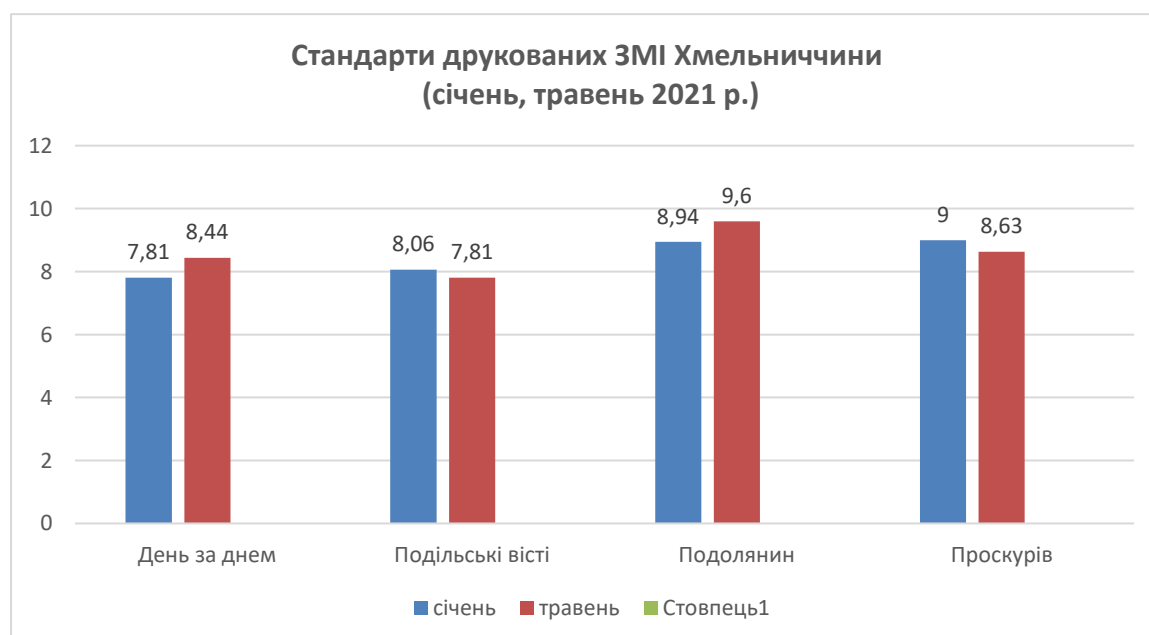
## ДРУКОВАНІ ВИДАННЯ

**Професійні стандарти.** У газетах на стандарти проаналізовано 64 матеріали, обрані генератором випадкових чисел. За 12-ти бальною шкалою оцінювання: 9,06 – «Подільський» (Кам'янець-Подільський), 8,63 – «Проскурів» (Хмельницький), 8,44 – «День за днем» (Шепетівка), 7,81 – «Подільські вісті» (Хмельницький). Середній бал якості друкованих ЗМІ Хмельниччини – 8,48 бали.

Найкраще виглядає дотримання стандарту доступності викладу – 1,75. Проте частина публікацій зберігає офіційно-діловий стиль, ускладнені стилістичні конструкції, які читачам важко сприймати. Радимо не передруковувати прес-релізи органів влади чи офіційні матеріали установ, а опрацьовувати їх, робити читабельними.

Індекс посилань на джерела становить – 1,34. Переважно журналісти вказують їх, однак частіше проблеми коментують представники органів влади та держустанов. Натомість редакції фактично не звертаються до експертів як джерел достовірної інформації, мало залучають думку громадян, колись часті опиту-

вання практично не зустрічаються. Відтак основними ньюзмейкерами для хмельницьких ЗМІ є чиновники різних рівнів. До прикладу: у ст. «Вдячні за подвиг» («Проскурів», №18) йдеться про зустріч з ветеранами, проте жодному з них слова не надано. Аналогічно – «Вітали із солідним повноліттям» («Подільнянин», № 20), «У Полонному привітали матерів, сини яких загинули на Сході», «Міський голова Шепетівки зустрівся з прийомними батьками» («День за днем») та ін. Яскравий приклад: замітка «У їхніх очах досі біль пережитого» («Подільські вісті», №19) оповідає про ініціативу поштарів вшанувати до Дня матері, ветеранів. На фото – старенька жінка та завідувачка поштового відділення, яка й тлумачить: для них «найголовніше – увага, добре слово, їм приємно, що пам’ятають». Професійно й етично було би подати пряму мову не тільки гості, а й героїні, тим більше про її почуття. Таким чином матеріал втратив у достовірності, балансі думок, повноті інформації, відокремленні факту від коментаря. У цьому ж числі «Подільських вістей» подано добірку з 6 спогадів ветеранів Другої світової. Зрозуміло, що це життєві історії, людська пам’ять – про які баланс чи достовірність може йтися, запитаєте. А підсилити, збалансувати експертним джерелом, історичною довідкою, спогадами вояків Української армії? – Україна ж відзначає День пам’яті та примирення! Або ще приклад. Відомо, що колонка – це публіцистика, отже оцінні судження, не співмірні зі стандартами. Експерти так і оцінили «Жупел для інакодумців» на першій шпальті «Подільських вістей». А поруч розміщений матеріал з прицілом на аналітику, бо тема болюча: «Будинки-привиди, або Чому українське село на самоті тихо вмирає?». Однак ані джерел інформації, ані коментарів, без прив’язки до області, статистика за 2018 р.... Відтак, висновок щодо дотримання стандартів: баланс думок/точок зору – 0,52, тобто лише у 25% публікацій. Не завжди чітко відокремлені факти та коментарі (1,5). Інформація часто є неповною (1,38), не всюди окреслюється тло проблеми, її контекст, деталі, що не дозволяє читачам скласти повноцінне уявлення про ситуацію чи проблему, зрозуміти алгоритм вирішення.



**Матеріали з ознаками замовності.** У газетах відібрано для аналізу 129 публікацій. Зафіксовано 3,6 % матеріалів з ознаками політичної та комерційної замовності. Найбільше таких матеріалів опублікувала газета «Проскурів» – 6,7%. Так, на всю шпальту іміджеве інтерв'ю з депутатом Хмельницької обласної ради В.Бурликом (*«Працюємо на результат»*). А «Подільнин» «оригінально» замаскував «джинсу» під привітання з днем народження місцевим топчиновником (*«Хто і коли народився»*), «Подільські вісті» теж «допомогли» попіаритися нардепу (*«Цього не можна забути»*), «День за днем» подає привітання нардепа О.Гереги за різної нагоди...

Офіційна інформація становить 12,1%. Найбільше офіціозу у газетах «День за днем» (18,6%) та «Проскурів» (16,7%). Це рішення, звіти, повідомлення органів влади та державних установ, які часто подано з підписом «За матеріалами (назва органу влади)», редакційно не опрацьовані. Для ілюстрації з газети «День за днем»: *«У Шепетівському районі існує проблема з перевантаженістю полігонів» (За матеріалами Шепетівської РДА) або «Лісівники відремонтували зону відпочинку "Зелений гай" (За матер. Хмельницького обл. упр. лісового та мисливського господарства).*

Немає таких матеріалів тільки у «Подільських вістях».

Видання не завжди належно маркують рекламу та оголошення відповідно до Закону України «Про рекламу», відтак середній відсоток НМ становить 6,7%, найбільше порушують медійне законодавство газети «День за днем» (10,2%) та «Проскурів» (6,7%). Звісно, відповідає за зміст реклами рекламодавець. Але є відверті випадки шахрайства, на які не мали б купуватися ЗМІ. Так, «Подільнин» рекламує паранормальні послуги Марії Дюваль, психічні можливості якої нібито використовуються (телепатичним чином) для допомоги людям у вирішенні їх проблем. Добре відомо, що це масштабне шахрайство світового рівня. Заради сильного впливу на потенційного клієнта реклама складається з гранично простих фраз, обіцяються багатство і удача, включаються великі міркування окультичного виду. Така реклама заборонена у Великобританії, Новій Зеландії та в ін. країнах.

Проросійські меседжі та фейки у Хмельницьких ЗМІ відсутні.

**Аналіз тем, жанри, тональність, походження.** У газетах проаналізовано 165 матеріалів. Серед жанрів переважають інформаційні – 42%. 15% контенту складають прес-релізи та протокольні матеріали офіційних установ, 10% - художні жанри, життєві історії історичні екскурси («Подільські вісті» ними у травні рясніли: 9 з 33, або 27%). Незначна частка таких жанрів журналістики як: інтерв'ю (1%), авторська колонка (1%), кореспонденція (1%), аналітичні статті (2%), листи в редакцію (1%). Інших, «позажанрових» матеріалів – 27%: гороскопи, погода, поради, вітання, оголошення, реклама, некрологи.

Власного контенту 57%, запозиченого 27%, не ідентифіковано 16%. Найбільше журналістських матеріалів в газетах «Подільські вісті» та «Подільнин», а от «День за днем» чужих текстів та передруків подає удвічі більше ніж своїх

За тональністю найбільше нейтральних повідомлень – 59 %, позитивно забарвлених 22%. Щодо негативно забарвлених (19%) – це переважно повідомлення про різні кримінальні випадки, ДТП, надзвичайні ситуації.

Найпопулярнішими у друкованих ЗМІ є матеріали про життя місцевої громади, соціальну сферу та інфраструктуру на місцевому рівні – 16 % (робота транспорту, ремонт доріг, день міста), друге місце за кримінальною хронікою - 15%. На моніторинговому тижні фіксуємо 13% матеріалів на теми історії та краєзнавства. Це переважно публікації, присвячені річниці закінчення II-ї світової війни, ветеранам, пам'яті про героїв УПА, а також до Дня музеїв чи 15-річчя Дня вишиванки («День за днем»: «Полонському історичному музею подарували унікальне фарфорове панно»; «Подільські вісті»: «Душа надихається вишивкою»; «Подільський»: «А який у вас улюблений експонат», «Земля наших предків для наших нащадків»; «Проскурів»: «Історична подорож містом в Інтернеті».

Інша тематика мало представлена. По 5% займають теми соціальні (переважно медицина) та культури. 6% - спортивні новини. Рідко журналісти писали на теми освіти (4%), політики (2%), ООС та волонтерства (2%), економіка (1%), корупції (1%), реформ на місцевому рівні (1%). Тема переселенців взагалі не висвітлювалася. Менше матеріалів про COVID-19 (1%): на моніторинговому тижні про коронавірус подали інформацію дві газети по одному матеріалу. Попри поширену суху статистику, «Подільський» знайшов інший ракурс: завідувачка лабораторією, де проводять тести на коронавірус, та начальник управління охорони здоров'я окреслюють перспективи поширення хвороби на найближчий місяць («Поки затишшя. Перед бурею?»). Проте заголовок, на нашу думку, невідповідний, адже негативних прогнозів вони не дають.

Третина контенту (27%) розважальна: поради, рецепти, привітання, гороскопи...



## Висновок за результатами моніторингу друкованих медіа

У хмельницьких друкованих ЗМІ переважають інформаційні жанри та інформація розважального характеру. Доволі відчутна залежність від прес-служб – 15% контенту. Єдина газета, яка відмовилася від офіціозу (принаймні, на моніторинговому тиждні), - «Подільські вісті». Проблемою залишається дотримання стандартів журналістики. Так, баланс думок містять лише 25% матеріалів. Читачам пропонується обмежена кількість точок зору. Варто подавати ширший контекст подій та залучати експертів.

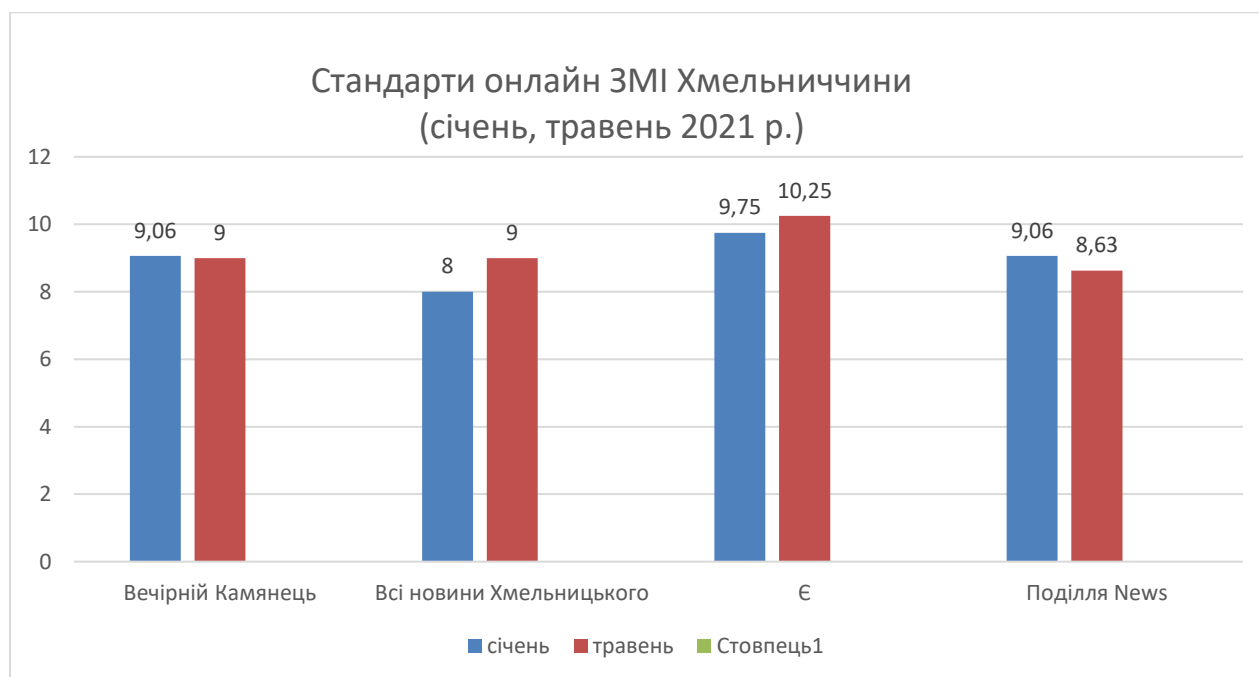
Матеріалів із ознаками замовності менше 2%, майже 5% неналежно маркованої реклами та оголошень. Редакціям необхідно чітко позначати матеріали, розміщені за угодою з місцевими органами влади, опрацьовувати офіційну інформацію, урізноманітнювати контент жанрово та тематично.

## САЙТИ

**Професійні стандарти.** На стандарти проаналізовано 64 матеріали на сайтах «Вечірній Кам'янець», «Всі новини Хмельницького», «Є», «Поділля News».

За 12-ти бальною шкалою оцінювання на стандарти: 10,25 – «Є», по 9,0 – «Вечірній Кам'янець» та «Всі новини Хмельницького», 8,63 – «Поділля News». Середній бал якості онлайн-ЗМІ – 9,22.

Найгірше з балансом думок (0,5 з 2-х можливих) – він присутній лиш у кожній четвертій новині (найнижчий (0,38) на сайті «Вечірній Кам'янець») – відтак з повнотою висвітлення інформації (1,41). Відокремлення фактів від коментарів – 1,73. Не завжди є посилання на джерела або вони не конкретні (1,66). Сайти, як і газети, рідко звертаються до думки громадян, не залучають експертів. Виклад матеріалів переважно доступний (1,92), мови ворожнечі не зафіксовано.



**На замовність** проаналізовано 330 матеріалів, ознаки виявлено у 3,3%. Найбільше на сайті «Поділля News» – 4,9%.



Не маркованої або неналежно маркованої реклами, оголошень 3,3%. «Вечірній Кам'янець» та «Є» такого не допускають, «Всі новини Хмельницького» подали 10,2% таких повідомлень (відключення води, світла, газу тощо).

Офіційних матеріалів 6,7%. Сайт «Є» усі матеріали, які надходять від прес-служб чи органів влади, опрацьовує, підписує журналістами. В той же час на сайтах «Поділля News» - 17,3% офіціозу, «Всі новини Хмельницького» - 9,2%.



У матеріалах з ознаками політичної замовності сайти підтримували місцевих депутатів та «політсилу «Слуга народу»: «Депутатське звернення до голови Слобідсько-Кульчієвецької громади Ю.Волощука», «Депутати Кам'янець-Подільського з групи "Ми Кам'янчани" ремонтували дорогу власним коштом» та «Через тортури над ув'язненими нардепи вперше влаштували перевірку у 25-ій колонії Харкова» («ВК»), «На ремонт доріг Хмельниччини передбачено 1,7 мільярда гривень» (Поділля News).

Ознаки комерційної замовності помітні у матеріалах про туристичний бізнес («Відпочинок на Дністрі: ціни 2021 року та що пропонують») та послуги газового монополіста («Як уникнути надмірних витрат на газ») – на сайті «Є»; «Поділля News» переймається, «Чим зумовлений успіх компанії Norfin» та «Школою щасливих дітей, де готують до реального життя («Мої обрії»), а «Всі новини Хмельницького» - «Ручною ліпкою й авторською рецептурою. Розповідаємо про магазин напівфабрикатів «Мамині варенички» (Новини компанії), «Попри усі складнощі нинішнього життя - повага та щире спілкування мають особливу цінність» - «ВК» ).

Політичних маніпуляцій, фейків, проросійських меседжів не зафіксовано.

**Аналіз тем, тональність, походження.** На сайтах переважає власний контент (66%), запозичений складає 32%, не ідентифікованих матеріалів тільки 2%. На сайті «Є» всього 4 запозичень. Інші видання часто вдаються до дайджестів. Так, на сайті «Вечірній Кам'янець» запозичені тексти переважають над власними.

Найпопулярнішими темами на сайтах стали кримінальні (20%) та надзвичайні події (9%), що в сукупності сформувало майже третину всього контенту, негативна тональність якого здатна посилювати соціальну тривожність.

Сайти активно висвітлювали життя місцевої громади (18%): тарифи, ремонт доріг, електронний квиток у транспорті, облаштування скверів тощо. Темі COVID 2019 присвячено загалом 9% публікацій. Сайти щодня подавали підсумкові дані захворювань на попередню добу за сухим статистичним зразком, переважно офіційні повідомлення органів влади та МОЗ, з негативно забарвленими заголовками на кшталт *«На Хмельниччині +232 випадки Covid. Шестеро хворих померло»* («Всі новини Хмельницького»). Цей ресурс на моніторинговому тижні подав 16 таких повідомлень, що склало 16% контенту. Увагу викликала мутація вірусу («Вечірній Кам'янець»: *«Індійський штаб COVID-19 небезпечніший за південноафриканський чи британський»*, *«ВООЗ визнала особливу небезпеку індійської мутації коронавірусу»*). Сайти інформували про ускладнення після хвороби: *«Задишка, слабкість і поганий сон: на які постковідні симптоми скаржаться українці»* («ВК»). Писали про вакцинацію: *«Вакцинація від COVID-19 на Хмельниччині: кого і якою вакциною щеплюють»* («Є»), наголошували, що *«Україна опинилася на другому місці в Європі за смертністю від COVID-19»*. Були й позитивні інформаційні приводи: *«За добу на Хмельниччині не виявили жодного нового випадку COVID-19»* («Вечірній Кам'янець»). Не писали про те, як локдаун позначився на освіті, на підприємцях, на бюджеті регіону. Тож аналітики та охоплення ракурсів проблеми бракувало. Виявилось, що є й інші теми щодо охорони здоров'я. «ВСІМ» дає поради *«Як уберегтися від магнітної бурі»* (10.05), пояснює, що *«Укласти декларацію з педіатром можна в обласній дитячій лікарні. Як це зробити»* (12.05).

Інші теми висвітлювалися рідше: економіка (7%), культура (5%), краєзнавство та спорт (по 4%), політика та освіта (по 3%), соціальна сфера, корупція, зовнішня політика (по 2%). Майже не було матеріалів про війну на Сході України – всього 1%, переселенців – теж 1%. Так, «Поділля News» подало тільки 2 новини такої тематики (13.05): *«На Хмельниччині відбулась чергова ротація до зони ООС зведеного загону поліцейських»* та *«Затриманого правоохоронцями Хмельниччини агента спецслужб РФ засуджено до ув'язнення»*.

Позитивно, що, висвітлюючи річницю закінчення Другої світової, журналісти шукали її свідків («Вечірній Кам'янець»: *«Інтерв'ю з 95-річним ветераном з Хмельницького, якого ледь не розстріляли німці»*). Щодо політичних тем, увагу привернуло звинувачення політиків Медведчука та Козака у держзраді (на сайті «ВК» - 8 публікацій, однак дивно, що експертом виступав... Кива). Згадали і про судовий процес П.Порошенка проти Д.Гордона. Увага до міжнародних новин з'явилася в контексті загострення на Близькому Сході. Сайт «Є» приділяє увагу історії (день в минулому: історія, події та факти), підготував низку мате-

ріалів до Дня пам'яті жертв політичних репресій. Натомість «ВСІМ» не подав у стрічку жодної новини такої тематики

11% контенту склали поради, розважальний контент тощо.



Нейтральних публікацій на сайтах – 56%, позитивна тональність у 14% матеріалів та у 30% негативна (переважно за рахунок новин зі світу криміналу). Сайти «Вечірній Кам'янець» та «Всі новини Хмельницького» публікують занадто багато негативу – матеріали такої тональності становлять близько третини публікацій. Переважно стрічка перенасичена кримінальними подіями не лише регіону, але, як у «Вечірньому Кам'янці», й усієї України. На нашу думку, журналісти не звертають увагу на принцип територіальної наближеності до аудиторії, бо, наприклад, для чого кам'янчанину кримінальні новини з усієї України?

### **Висновок за результатами моніторингу сайтів**

*Найвищі стандарти з Хмельницьких сайтів демонструє обласний сайт «Є». Він зовсім не публікує офіціозу та неналежно маркованих матеріалів. Але інші допускають і залежність від матеріалів прес-служб, і паркетність та замовність. Відсотки джінси порівняно незначні. Зі стандартів найбільше порушується баланс інформації. Сайти зловживають негативно забарвленим контентом за рахунок новин про кримінал та надзвичайні ситуації – це третина публікацій, а це посилює соціальну тривожність в аудиторії.*

У січні чернівецькі експерти моніторили ЗМІ Полтавської області: газети – «Зоря Полтавщини», «Лубенщина», «Вечірня Полтава», «Телеграф», а також сайти Коло, Полтавщина, Новини Полтавщини та Ехо. Усього на замовність переглянуто 200 матеріалів у друкованих ЗМІ та 393 на сайтах.

У газетах зафіксовано 4,8% матеріалів з ознаками політичної та комерційної замовності, 10,2% офіціозу та 10,8% НМ. На сайтах – 3,3% матеріалів з ознаками замовності, 1,5% офіціозу та 7,4% НМ. Газети «Вечірня Полтава» та «Телег-



раф» не публікують «джинси». Найбільше зловживає такими матеріалами «Зоря Полтавщини» - 9,3% замовності та 17,3% офіціозу. Високий відсоток НМ – 17% – на сайті «Ехо». Сайт «Полтавщина» привернув увагу значною кількістю дописів у блогах - депутатів, представників політичних сил.

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.

Проект «Моніторинг публікацій у регіональних друкованих ЗМІ для оцінки дотримання стандартів журналістики» виконується Інститутом демократії імені Пилипа Орлика за підтримки програми «У-Медіа» міжнародної неурядової організації «Інтерньюз Нетворк».

***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.*

*Контакти: координаторка проєкту Любов Василик*

*095 147 32 47 [vasylyk@ukr.net](mailto:vasylyk@ukr.net)*