



Сумська обласна громадська організація «Сумський прес-клуб»

Листопад 2017 року

Моніторинг публікацій проведено у таких луганських медіа: «Кремінщина»; «Луганщина.ua.»; «Новини Сватівщини»; «Северодонецькі вісті».

Також оцінювалися матеріали сайтів «Ирта-Рах», «CityNews», «Трибун» та «Паралель-медіа». Загалом оцінено у друкованих виданнях 138 матеріалів, у Інтернет-виданнях 335 публікацій. Всього – **473 роботи**.

Друковані видання

дотримання стандартів

Середня оцінка Луганських друкованих видань за дотримання стандартів – **3,47** (у серпні – 3,09 бала) з 5 балів.

Найвищий середній бал у видання «Луганщина.ua» – 4 бали. Минулого моніторингу тут був спад – 3 бала. У травні газета також займала першу позицію з оцінкою 4,06.

На другій сходинці «Новини Сватівщини» – 3,44 бала. Газета, судячи з показників, прогресує: у серпні – 3,05 бала за дотримання стандартів.

Публікації видання «Северодонецькі вісті» оцінено у 3,31 бала. Тут, навпаки, спостерігаємо регрес: серпень – 3,5 бала. «Кремінщина» на останній позиції з оцінкою 3,13 бала.

Доступність, як і попереднього моніторингу, на другій позиції – 0,9 бала (у серпні – 0,88 бала).

Дещо поліпшився показник стандарту достовірності – 0,81 бала. Показник «відокремлення фактів від коментарів» також дещо зріс – 0,65 (раніше – 0,47 бала).

Дотримання балансу думок виглядає так само песимістично – 0,11 бала.

На думку експертів, у виданнях Луганщини відсутні дискримінаційні висловлювання.

Матеріали з ознаками замовності, пропаганди, проросійські меседжі, фейки

Середній показник матеріалів із ознаками замовності склав **5,1%**, що значно менше, ніж у серпні – 13,7%.

Найбільше матеріалів із ознаками замовності та цензури розмістила газета «Новини Сватівщини» – 9,1%. На другому місці антирейтингу з показником 5,6% газета «Луганщина.ua». «Кремінщина» залишається на третій позиції, щоправда, значно зменшивши показник, – 3,8% (у серпні – 10,5%).

В газеті «Северодонецькі вісті» кількість джинси суттєво зменшилась – 3,4% (у серпні – 20%).

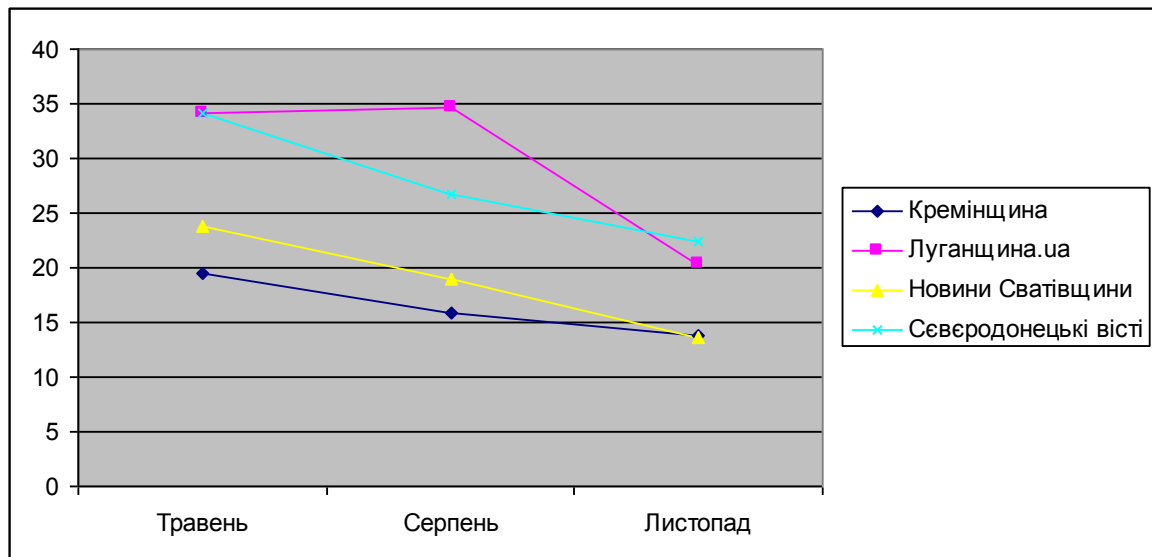
На жаль, часто актуальні теми служать тлом для піару держслужбовців і у

газеті «Луганщина.UA», де єдиним способом представлення цих тем залишається пряма мова високопосадовців («Уряд обіцяє зупинити тиск на український бізнес», «Зволікання зі створенням Вищого антикорупційного суду є недопустимим – Президент звернувся до голови парламенту»).

« З огляду на те, скільки матеріалів про голову Луганської обласної військово – цивільної адміністрації Юрія Гарбуза, виготовлених прес-службою установи, розмістила газета, можна визнати діяльність прес-служби бездоганною, - констатує експерт Алла Ярова. - З одного боку, мабуть, добре, що газета поширює образ сильного керівника на проблемній території, а з іншого, хотілося б дізнатися, хто ще, крім очільника ЛОДА, писав диктант національної єдності чи слухав концерт класичної музики...»

Здавалося б, можна говорити про позитивні досягнення. Проте насправді відбувається маніпулювання: видання нібито зменшують кількість замовних матеріалів, але насправді вони присутні на шпальтах як неналежно марковані матеріали, лише дещо «замасковані».

Кількість матеріалів із ознаками замовності та неналежно маркованих матеріалів у друкованих виданнях Луганщини, за травень, серпень, листопад.



Отже, матеріали з неналежним маркуванням.

Відповідно, середнім показником для друкованих видань є **12,3%** публікацій із неналежним маркуванням (попереднього моніторингу – 9,8%).

Найбільше їх виявлено у газеті «Северодонецькі вісті» – 19% (у серпні видання було третім за кількістю НМ – 6,7%). Другу сходинку в антирейтингу, як і раніше, займає газета «Луганщина.ua», при цьому збільшивши показник із 11,5% до 14,8%. Третя за кількістю неналежно маркованих матеріалів є «Кременщина» - 10%, яка у серпні мала найменший



показник - 5,3%. Найменше прихованої реклами розмістили «Новини Сватівщини» – 4,5%, яка минулого моніторингу мала найбільший відсоток - 11,9%.

Матеріали з ознаками пропаганди не виявлені.

Проросійських меседжів у друкованих виданнях не знайдено.

Фейків у публікаціях не виявлено.

Теми, жанри, тональність, походження

Тематика публікацій.

Найбільший відсоток стабільно отримують публікації категорії «Інше»: 41%. Проте, якщо досі ми спостерігали зростання показника: лютий – 26%, травень – 45%, серпень – 50%, то тепер бачимо його зниження. За рахунок цього зросла частка висвітлення деяких суспільно важливих тем.

На другому місці залишається життя місцевої громади. Хоча частка цієї теми у загальному контенті також знижується: це 11% (лютий – 24%; травень – 33%; серпень – 18%).

У 7% контенту висвітлювалися проблеми вимушених переселенців, постраждалих внаслідок конфлікту (у серпні 2%), а також економіка; питання культури; соціальної сфери. Кількість публікацій цієї тематики зросла порівняно з минулим моніторингом.

Також дещо збільшилась кількість матеріалів на теми політики – 6% (у серпні 3%); освіти та науки – 5% (у серпні 2%).

Інші теми отримали незначну частку від загального контенту: по 3% – діяльність правоохоронних органів; новини спорту; 2% публікацій присвячено місцевому самоврядуванню.

На важливі проблеми, пов'язані з війною, допомогою армії, журналісти звертали увагу тільки в одному відсотку публікацій. Актуальна тематика боротьби з корупцією – не висвітлювалася зовсім.

Жанрова палітра досліджувалася лише у друкованих виданнях і за період моніторингу виглядає так.

Перевагу стабільно отримують публікації категорії «Інше»: 38% (серпень – 41%, травень – 43%, лютий – 30%).

Другу позицію з показником 22% розділяють інформаційні жанри (новини, замітки, замітки з коментарем, звіти, репортажі) та прес-релізи. Тут бачимо тривожний сигнал: «прес-релізовий» контент витісняє суто інформаційний журналістський. Адже минулого моніторингу інформаційні жанри склали 30% загального масиву публікацій; прес-релізи – 20%, ще раніше – 11%.

Аналітичні матеріали склали – 7% контенту в листопаді.

Аналітичних матеріалів у жанрі «кореспонденція» 4% (серпень – 1%).

Художні жанри (життєва історія, нарис, фейлетон тощо) та листи в редакцію – по 2% контенту. Інтерв'ю - жанр, який завжди викликає інтерес читачів, але вимагає зусиль від журналіста, представлений тільки 1% публікацій.



Зовсім не помітно на шпальтах видань рецензій та журналістських розслідувань.

Щодо тональності публікацій. Переважно вона нейтральна – 67%. Негативна тональність зауважена у 8% матеріалів. Позитивна – у 24% газетних публікацій.

За походженням: власних матеріалів – 25% ; матеріалів, запозичених із відповідними посиланнями на автора/джерело – 59% ; не ідентифікованих матеріалів – 17%.

Інтернет-видання

дотримання стандартів

Найвищий можливий бал за дотримання стандартів – «5» – матеріали Інтернет-видань отримали так само мало, як і друкованих видань. «Ирта-Фак» та «CityNews» – по одній «відмінній» публікації, «Трибун» – 3 публікації.

Загалом однакову оцінку 3,81 бала цього разу мають «Ирта-Фак» і «CityNews». Для «CityNews», який два попередні моніторинги мав найнижчий бал (травень – 3,19; серпень – 3,31), це виразне поліпшення.

«Трибун» поступився першим місцем і має 3,5 бала – це помітно нижче попередніх 3,94. Найгірша ситуація з дотриманням стандартів на сайті «Паралель-медіа» - 3,44 бала.

Експерти не зафіксували дискримінаційних висловлювань. Матеріали написані доступною мовою.

Стандарт відокремлення фактів від коментарів оцінено в – 0,88 бала; достовірність – 0,80 бала.

Баланс думок, як і протягом попередніх моніторингів, в публікаціях практично відсутній – 0,08 бала.

Таким чином, середня оцінка онлайн-видань за дотримання стандартів – **3,64**.

Матеріали з ознаками замовності, пропаганди, проросійські меседжі, фейки

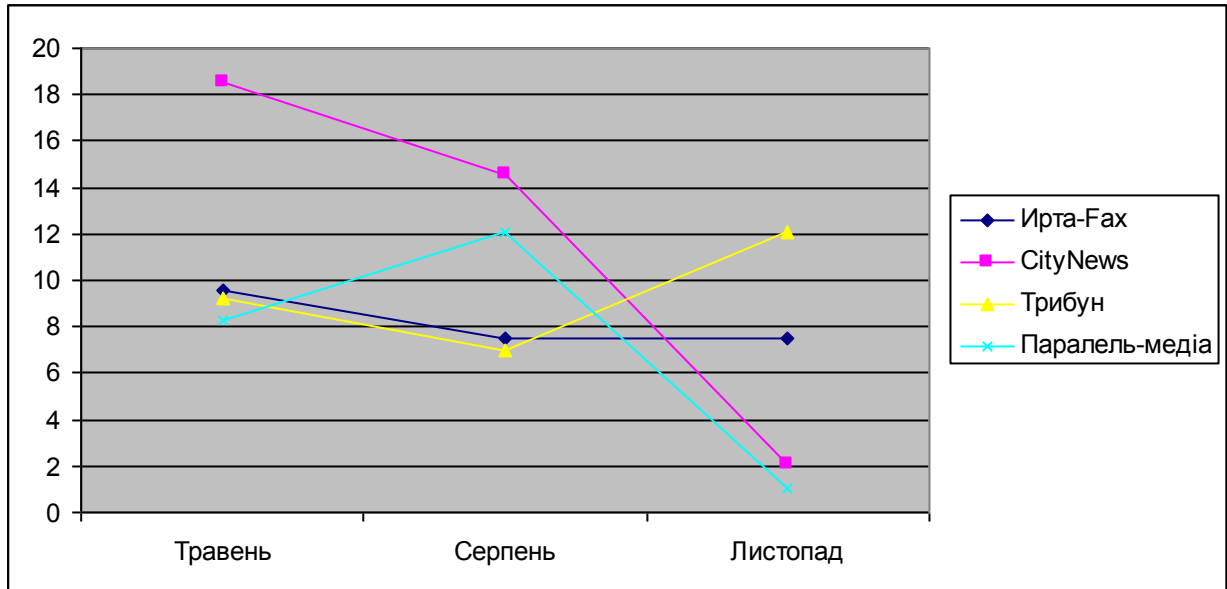
Найвищий показник матеріалів із ознаками комерційної замовності та цензури у сайту «Трибун» – 12,1% (серпень- 7%).

На другій позиції антирейтингу «Ирта-Фак» – 7,5% . Всі публікації мають ознаки політичної замовності.

Помітно зменшив кількість замовних матеріалів у листопаді «CityNews» – 2,1% (серпень – 14,6%).

Найменше публікацій з ознаками замовності на сайті «Паралель-медіа»- 1% . Середній показник «джинси» складає **6,3%** і виявляє тенденцію до загального зменшення в Інтернет-виданнях публікацій із ознаками замовності: травень – 11,9%; серпень – 10,1%. (Див. таблицю) Хоча, як бачимо, це поліпшення відбувається за рахунок лише двох видань: «CityNews» і «Паралель-медіа».

Кількість замовних матеріалів у Інтернет-виданнях Луганщини за травень, серпень, листопад.



У публікаціях із ознаками замовності багато матеріалів протокольного характеру з відсутнім суспільно значущим інформаційним приводом. Зокрема, експерт Алла Ярова зазначає: «На сайті «Паралель-медіа» серед матеріалів із ознаками політичної замовності переважають «паркетні», в яких органи влади дуже позитивно оцінюють свою діяльність. Наприклад, публікація [Почесне звання «Заслужений працівник культури України» для Володимира Андрущенка](#) стає майданчиком для піару заступника голови Луганської обласної військово- цивільної адміністрації, а [Солідний багаж: У цьому році спортсмени здобули близько 800 медалей](#) – для піару управління молоді і спорту ЛОДА. Інформація про новоутворені громади ([Відбувся перший семінар для новообраних голів об'єднаних територіальних громад](#)) перетворюється на піар для ще одного держслужбовця: «Сьогодні заступник голови облдержадміністрації Вадим Даніелян взяв участь у семінарі з головами та представниками об'єднаних територіальних громад щодо питань проведення перших сесій та формування виконавчих органів влади».

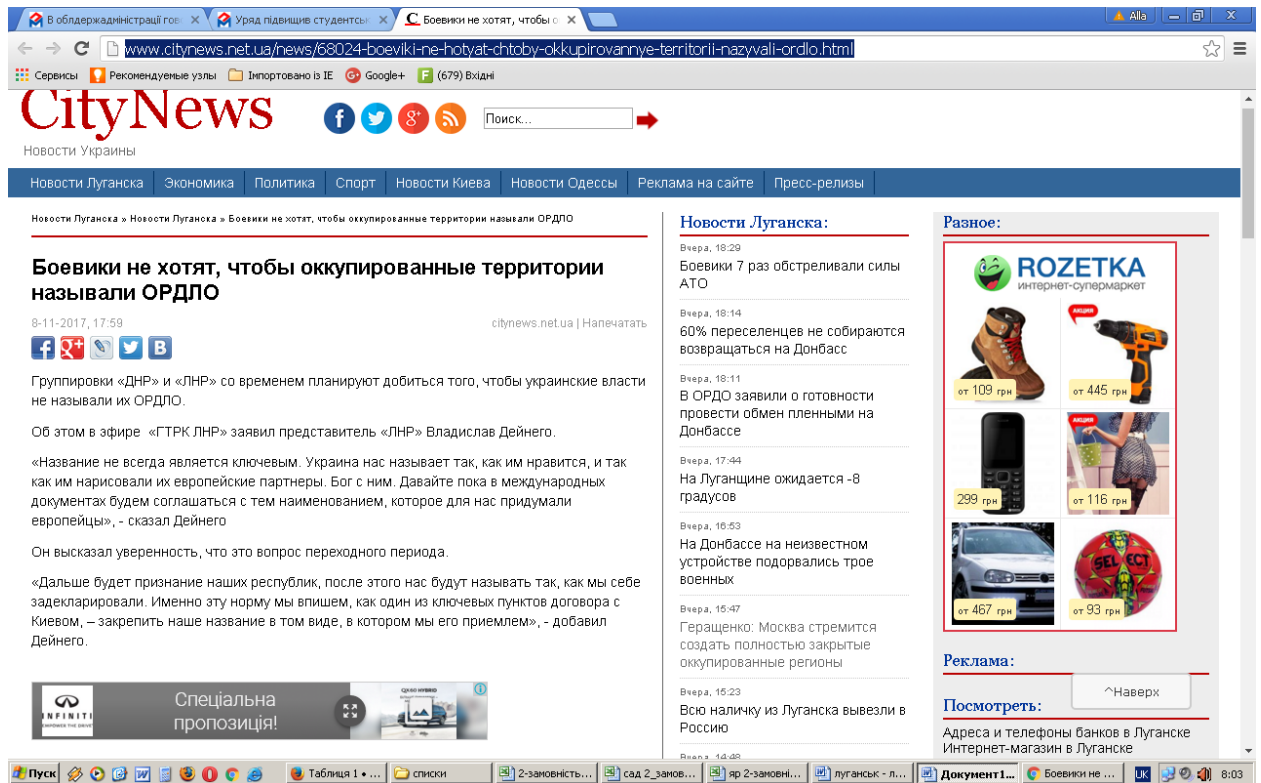
Неналежно маркованих матеріалів не виявлено.

Матеріали з ознаками пропаганди не виявлені.

Проросійських меседжів виявлено один: на сайті «CityNews», що склало 0,3% від загального контенту сайтів.

Це публікація «Боевики не хотят, чтобы оккупированные территории называли ОРДЛО» <http://www.citynews.net.ua/news/68024-boeviki-ne-hotyat-chtoby-okkupirovannye-territorii-nazyvali-ordlo.html>, яка представляє виключно точку зору однієї сторони – «бойовиків», причому в безапеляційній формі: «Дальше будет признание наших республик, после

«этого нас будут называть так, как мы себе задекларировали. Именно эту норму мы впишем, как один из ключевых пунктов договора с Киевом, – закрепить наше название в том виде, в котором мы его приемлем», - добавил Дейнего». Це, по суті, робить публікацію рупором саме так званої «ЛНР».



The screenshot shows a web browser displaying a news article on the CityNews website. The article title is "Боевики не хотят, чтобы оккупированные территории называли ОРДЛО". The text discusses the conflict in the Donbas region and the use of the term "ORDLO" (Occupied Territories) by the self-proclaimed LPR. The article is dated 8-11-2017, 17:59. The browser's address bar shows the URL: www.citynews.net.ua/news/68024-boeviki-ne-hotyat-chtoby-okkupirovannye-territorii-nazyvali-ordlo.html. The page includes social media sharing options and a search bar.

Фейків у публікаціях не виявлено.

Аналіз тем, тональності, походження

Тематика публікацій.

На Луганських сайтах теми, пов'язані з війною, висвітлюються краще, ніж в інших регіонах (лютий – 45%; травень – 22%; серпень – 28%). От і в листопаді тематиці військового конфлікту та проблемам переселенців присвячено по 20% публікацій в інтернет виданнях.

Щодо внутрішньо переміщених осіб, слід зазначити позитивні тенденції: появу публікацій, що є консультативними. Вони роз'яснюють права переселенців чи мешканців, які опинилися на тимчасово окупованій території. Наприклад, сайт «Трибун» розміщує матеріали *Что делать, если у переселенца требуют дополнительные документы при оформлении паспорта* <http://tribun.com.ua/45609>; *Как предпринимателю-переселенцу списать налоговые долги?* <http://tribun.com.ua/45650>; *Как по украинским законам зарегистрировать родившегося на оккупированной территории ребенка?* <http://tribun.com.ua/45651> тощо.

Другою за кількістю публікацій, як і раніше, є кримінальна тематика – 18%. В 10% публікацій піднімалися політичні питання; економіка та сільське



господарство висвітлювались у 8% контенту.

Кількість матеріалів категорії «Інше» в листопаді вдвічі менша, ніж минулого моніторингу, – 5% (у серпні 10%).

Гірше висвітлювались проблеми викривання корупції, культури – по 2% текстів; життя місцевої громади, соціальна сфера хвилювало журналістів луганських сайтів ще менше -2%. Лише в 1% контенту зверталась увага місцеве самоврядування, реформи на місцевому рівні; охорона здоров'я та проблемам в освіті й науці.

Тональність публікацій: нейтральна – 70% матеріалів; негативна – у 19% (це менше, ніж у серпні – 25%); позитивна – у 12% матеріалів. (серпень – 13%).

За походженням: власний контент складають 20% публікацій; 76% належать до категорії запозичених із відповідними посиланнями на автора/джерело не ідентифікованих публікацій 5%, що помітно менше серпневої ситуації – 14%.

Контакти:

координатор проекту

Алла Федорина

050 93 96 017

afedoryna@ukr.net