



Інститут демократії
імені ПИЛИПА
ОРИКА

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

Одеса

У листопаді було здійснено моніторинг чотирьох друкованих та чотирьох інтернет-видань регіону: обласних газет «Чорноморські новини», «Вечерня Одесса», «Одесская правда», районної газети «Курьер недели»; сайтів «Думская», «Трасса Е-95», «Таймер», «Одесская жизнь» за визначений період з 8 до 14 числа. Загалом проаналізовано у друкованих виданнях 272 публікації, в інтернет-виданнях 400 матеріалів. Всього – **672 роботи**.

Друковані видання

Оцінки матеріалів за стандартами:



Експерти при максимальній оцінці 5 за кожен матеріал (1 бал за кожний із 5 критеріїв) вивели такі середні оцінки (від найвищої – до найнижчої) для друкованих видань: «Вечерня Одесса» – **3,5 бала**; «Курьер недели» – **3,94 бала**; «Чорноморські новини» – **2,75 бала**; «Одесская правда» – **3,31 бала**. Середня оцінка залишається стабільною із травня – **3,38**. Журналісти навіть в інформаційних жанрах намагаються нав'язувати свою думку читачу, звідси – порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів. Ще одна з причин порушення як цього стандарту, так і балансу думок – «паркет» і «джинса». На одному розвороті газети «Курьер недели» у 4-5 матеріалах може згадуватися мер міста, його коментарі подаються без контексту і без альтернативних позицій. Із прес-релізів запозичуються такі характеристики, як «элегантный потолок со встроенной системой освещения создает комфорт для пассажиров, особенно в вечернее время» - враження таке, ніби читаємо рекламний матеріал. Також порушується стандарт щодо мови ворожнечі: в газеті «Одесская правда» надруковано такий заголовок: «Как хорошо быть... инвалидом».

Матеріали із ознаками замовності та неналежно марковані матеріали

Серед таких текстів у газетах найбільше коментарів політиків з приводу тарифів (Вілкул), пенсій (Скорик), також «благодійності» політиків щодо ремонту шкіл, доріг. Також далися взнаки і вибори в об'єднаних територіальних громадах: видання передруковували матеріали



Інститут демократії
імені ПИЛИПА
ОРИКА

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

партії «Батьківщина», «Укроп». У цих текстах політики «рапортували» про свої перемоги і про те, що їм довіряють українці.

Відчувається також залежність видань «Чорноморські новини», «Вечерня Одеса», «Курьер недели» від місцевої та обласної влади. Про голову ОДА – тільки позитивні згадки. Ретельно висвітлюються його візити, його робота з пошуку інвестицій. Друкуються привітання від голови облради. Щодо сесій міської ради – читаємо звіти про те, що було сказано, але обговорення рішень, зокрема в аналітичних жанрах, немає. Також публікується комерційна «джинса» про туристичні послуги, приватні медичні клініки та ін.

Серед друкованих видань найбільше «джинси» вмістила «Вечерня Одеса» - 21,4%, «Чорноморські новини» - 14,8%, «Курьер недели» - 9,4%, «Одесская правда» - 8,3%. (Детальніше див. діаграму 1)

Діаграма 1.



Неналежно марковані: «Одесская правда» - 16,7%, «Вечерня Одесса» - 14,3%, «Курьер недели» - 20,8%, «Чорноморські новини» - 3,7%.

Матеріалів з ознаками пропаганди та маніпуляцій (пропаганда, проросійські приховані маніпулятивні меседжі, інші фейки та провокації) у газетах не виявлено.

Провідні тематичні лінії друкованих ЗМІ: «життя місцевої громади», «економіка» та «культура», «спорт» та «політика». Кількість публікацій на тему «політика» зросла у листопаді – 7% (у серпні 2%), – і це можна пов'язати із виборами в об'єднаних територіальних громадах та «джинсою» на цю тему. Щодо теми «економіка», то, на жаль, це публікації в інформаційних жанрах, де не знаходимо глибокого вивчення проблем регіону, діяльності підприємств, портів та ін. Як і раніше, видання мало цікавляться життям ветеранів АТО,



Інститут демократії
імені ПИЛИПА
ОРИКА

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

мало згадують про війну на Сході України (виняток – «Чорноморські новини»). Також жодного матеріалу не було присвячено переселенцям.

Щодо тональності матеріалів, газети більше подавали нейтральних повідомлень (79%). Позитивних – 15%, негативних – 6%. Щодо походження матеріалів, то друковані видання переважно публікують більше контенту із посиланням на власних кореспондентів – 47%, запозичених – 33%, не ідентифікованих – 19%.

Жанри матеріалів

Жанрова палітра одеських газет «бідна», журналісти надають перевагу інформаційним матеріалам (60%), тексти інших жанрів зустрічаються дуже рідко. 4% - художньо-публіцистичні жанри. За площею в газеті «Одесская правда» публіцистика займає приблизно одну п'яту випуску. Цікаво, що публіцистичні замальовки виносяться на першу шпальту. Саме ж наповнення цієї найважливішої сторінки випуску, таким чином, передруки з інших видань в інформаційних жанрах та публіцистика про героїв одеського книжного ринку. За такої ситуації важко говорити про те, що видання має хоча б якусь редакційну політику, сам номер взагалі нагадує «дайджест» із передруків на різні теми: кримінал, будівництво, медицина та ін. Аналітики видання друкують мало – по 3% аналітичні кореспонденції та статті/огляди. Інтерв'ю присутні тільки у двох виданнях з чотирьох – «Курьер недели» 4 тексти, «Вечерняя Одесса» - 1. Як і раніше, відсутні журналістські розслідування, майже немає рецензій, видання практично не друкують звернення від читачів.

Сайти

Оцінки матеріалів за стандартами: «Одесская жизнь» – 3,5; «Думская» – 3,88; «Трасса Е95» – 3,63; «Таймер» – 3,63. Найбільше журналісти порушували стандарт балансу думок. «Одеські інтернет-видання переважно не цікавляться альтернативною точкою зору, у матеріалах про місцеву владу. Подаються просто прес-релізи. Найбільш це очевидно на сайті «Таймер» - коментує експертка Олена Іванова. У заголовках зустрічаємося із перебільшеннями, наприклад зазначається, що «губернатор в ярости», у тексті читаємо, що він «не задоволений». Також неточними можна вважати такі вирази, як «волна поджогов», «историческая» наливайка». Є також і спроби навішувати ярлики, наприклад, в одному з матеріалів Одеса називається «городом «ваты», одна зі сторін конфлікту «шашлычники». Отже, середній бал сайтів за дотримання критеріїв у інтернет-виданнях зменшився і становить 3,6.

Середня для всіх медіа оцінка – 3,52 (у серпні – 3,56).

Матеріали із ознаками замовності та неналежно марковані матеріали



Інститут демократії
імені ПИЛИПА
ОРИКА

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

Найбільше «джинси» на сайтах «Думская» - 22,2% та «Трасса Е95» - 18,5%. При цьому на «Думській» «джинса» зросла вдвічі. На третьому місці «Таймер» - 10,5%. Найменше «джинси» у виданні «Одесская жизнь» - 6,1%. Однак на останньому сайті виявлені неналежно марковані матеріали: 6,1%. Найчастіше видання «піарили» своїх власників та друзів власників. Наприклад, видання «Трасса Е95» написало матеріал про те, як в Рені помічнику народного депутата вручили «диплом победителя районного конкурса «Человек года-2017»». На сайті «Думская» з'явилася нова рубрика «Полит#backstage», мета якої розповідати про політиків «без штампов и протокола о том, что беспокоит, пугает и удивляет слуг народа». Героєм першої передачі став голова облради, якому журналістка ставила питання на кшталт «с каким самым идиотским предложением заходили в этот кабинет» та «вы любите морских свинок». Подібний підхід говорить про те, що мета цієї передачі аж ніяк не критика і контроль влади.

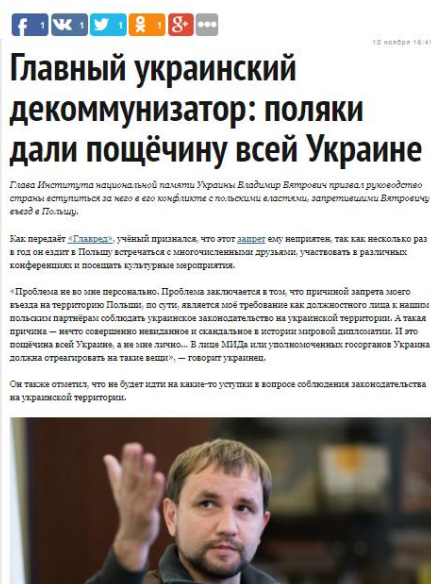
Матеріали з ознаками пропаганди та маніпуляцій (пропаганда, проросійські приховані маніпулятивні меседжі, інші фейки та провокації)

Одеські експерти зафіксували проросійські меседжі та пропагандистські матеріали у виданні «Таймер». Видання використовує такі вирази, як «україно-польська криза», говорячи про заборону В'ятровичу в'їжджати на територію Польщі. Самого В'ятровича сайт називає «главный украинский декоммунизатор» та «главный идеолог декоммунизации в стране». Також пропаганду було знайдено у матеріалі [«Дайджест международных новостей: ближневосточные кризисы, американский расстрел и сверхдержавная встреча в Пекине»](#). У тексті читаємо «Украина позиции Штатов подрывать отнюдь не намерена. Тем не менее нанести оскорбление **своему патрону** у неї получилось: прямо в центре Киева, на площади Независимости, где в майданные времена от щедрот Госдепа раздавались хот-доги и печенье, был избит второй секретарь

посольства США» та «Столь решительное осуждение из уст Юнкера самых лёгких форм **национализма** странно диссонирует с умением ЕК не замечать **самых тяжёлых его форм в Украине**».

Основні теми та тональність матеріалів

Найбільше сайти писали про життя місцевої громади – 27% та кримінал – 28%. Інші теми





Інститут демократії
імені ПИЛИПА
ОРИКА

USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

висвітлювалися побіжно: культура та спорт – 6%, політика, економіка та соціальна сфера – 5%. Взагалі сайти не згадували про переселенців. Матеріалів, присвячених АТО, воїнам і ветеранам – 3%.

Щодо тональності матеріалів, то сайти більше подавали нейтральних повідомлень (77%). Позитивних – 13%. Негативних – 10%. Щодо походження матеріалів, то на сайтах приблизно однакова кількість власних та запозичених матеріалів 47% та 43% відповідно. 10% - не ідентифіковані.

Цього місяця одеська експертна група аналізувала **видання Львівщини**. Варто зазначити, що як газети, так і сайти регіону друкують набагато менше «джинси» та неналежно маркованих матеріалів. Цікаво, що в деяких виданнях маркується навіть реклама власної продукції. Найкращою з-поміж газет можна назвати «Експрес», тексти журналістів є одночасно і якісними, і цікавими для читача. Друковані видання регіону публікують не тільки інформаційні матеріали, як їхні одеські колеги, а й аналітику, інтерв'ю, рецензії. Також найменше «джинси» експерти зафіксували на сайті «ЗІК», хоча деякі публікації – зокрема замітки з ефірів, на яких запрошують політиків, інколи межують із «джинсою». Також електронне видання вдається до поширення гендерних стереотипів, друкуючи такий заголовок: «Гравець «Карпат» Олександр Осман: У збірній України U-21 не дівчатка зібралися». Ще один приклад: «Вчені пояснили, чому жіночий мозок періодично вимагає алкоголю».

Моніторинг регіональних медіа, що проводиться **Інститутом демократії ім. Пилипа Орлика**, здійснювала одеська група ІДПО у складі Олени Іванової, доктора наук із соціальних комунікацій, декана факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова та Ольги Мойсеевої, кандидата філологічних наук, доцента кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Просимо взяти до уваги!

Узагальнений звіт ІДПО можна прочитати на сайті організації <http://idpo.org.ua/reports>

Контакти:

координатор проекту

Наталія Стеблина

067 985 73 21 steblinka@gmail.com