

Житомирський прес-клуб

Період моніторингу 06-12 листопада 2017 року

Були оцінені друковані періодичні видання «Житомирщина», «20 хвилин», «Ехо», «Місто». Всього у газетах оцінено 219 матеріалів.

Моніторингу підлягали інтернет-портали: «Журнал Житомира» <http://zhzh.info>

Перший Житомирський інформаційний портал www.1.zt.ua

Житомир.today <http://zhitomir.today> Житомир.інфо <http://www.zhitomir.info>

Усього на інформаційних сайтах оцінено 395 матеріалів.

ДРУКОВАНІ ВИДАННЯ

Дотримання стандартів

Середній бал по дотриманню п'яти базових стандартів у друкованих ЗМІ Житомирської області за період моніторингу становив **3,66** бали. Найнижчий бал -2,94 отримав тижневик «Ехо». Публікації цього видання є незбалансованими (загальний бал за критерієм 0,13).

Причиною є подання журналістських матеріалів переважно з однієї точки зору, відсутність компетентної аргументації експертів. Приклад, інформація «Нужны ли в Бердичеве и по всей области социальные магазины?» И.Зонов с.2 («ЕХО» № 45 9.11. 2017р.)



В цій інформації також порушено **стандарт достовірності** (не чітко означене джерело інформації і його компетентність), а також присутні **оціночні судження** журналіста (порушення стандарту відокремлення фактів від думок). Оціночні судження автора та відсутність експертної думки і в публікаціях «Пенсионная реформа: Продается стаж - дорого» с.1-17, «Монетизация субсидии: сэкономили много, а вернули мало...» с.6, автор А.

Бородин. Характерними для цього є фразеологічні звороти «..авторы реформы, похоже, могут лишиться права на получение пенсии в будущем тех, кому не исполнилось сегодня и 35 лет», «**словом**, экономным украинцам, (получатели субсидий люди бедные) было обещано: все, что они сэкономят –им вернут. ».

Недотримання цих стандартів в більшості матеріалів щотижневика дало найнижчі бали серед житомирських друкованих видань.

Найвищий загальний бал з дотримання стандартів (4,44) отримав тижневик «20 хвилин» завдяки максимальним оцінкам з трьох стандартів (достовірності, доступності викладення матеріалу та відсутності мови ворожнечі).

Всього у цій категорії оцінено 61 матеріал.

Матеріали з ознаками замовності, пропаганди, проросійські меседжі, фейки

За даними **пересічного моніторингу** у листопаді експерти виявили в друкованих ЗМІ Житомира **4 %** матеріалів, які мають ознаки замовності. Тижневики «20 хвилин» та «Эхо» розмістили відповідно 3 і 2 матеріали, що становило 7% та 3,6% від усього надрукованого відповідно. Газета «Житомирщина» -3% . «Героями» замовних матеріалів традиційно є народні депутати в газеті «Эхо» (2стор.№ 45 9.11. 2017р) – Б. Розенблат.



та **О. Вілкул** у тижневику «20 хвилин». Матеріали про них постійно розміщують на відповідних сторінках газети – «Вилкул: По сравнению с 2013, промпроизводство сократилось на 21,2%, а задолженность по зарплате достигла 2,5 млрд грн» («20 хвилин» с.14 № 43, 08.11.2017 р.) та «Вилкул: Установленный правительством прожиточный минимум (\$2,2/день) в два раза ниже порога абсолютной бедности для стран Европы (\$4,3/день)» («20 хвилин» № 32, 23.08.2017 р). «Роками «Фонд родини Розенблат»

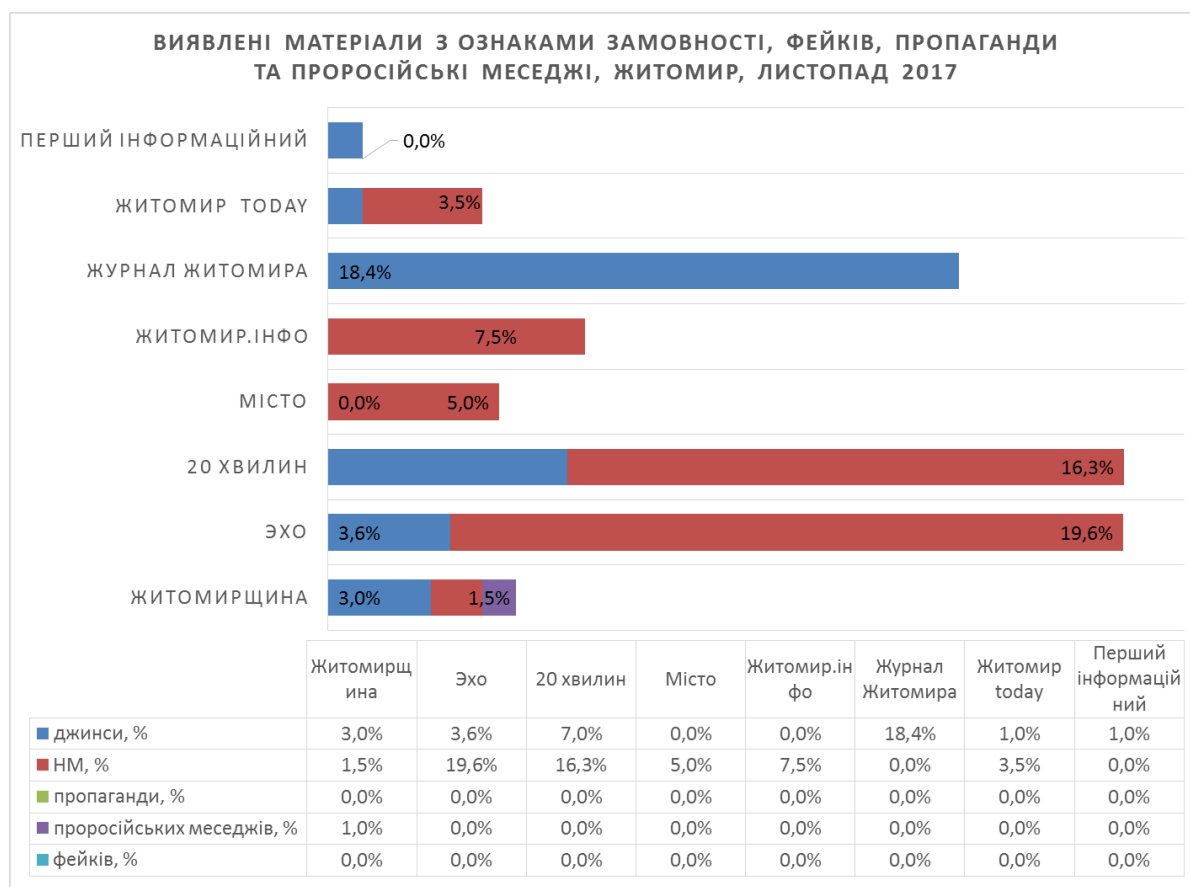
підставляє нам своє плече!» («Ехо» с.2, № 24, 24.08.2017р.). Це доводить системність у розміщенні політичної «джинси» в цих виданнях.

Газета «Житомирщина» в №81. 7.11. 2017, с.10 опублікувала матеріал «Ротшильди приберуть до рук українську ГТС» авторства Крістель НЕАНІЙ. (AgoraVox, Франція, за публікацією «ІноСМІ»), в якому присутні проросійські приховані меседжі. Зокрема, такі: «Якщо вас непокоять питання про причини подій на Майдані та нинішньої війни в Донбасі, одним з найбільш очевидних мотивів є геополітика США, які прагнуть відрізати Україну від Росії...», «Україну поділять і продадуть по шматках на ринку з вигодою для фінансистів.».

Походження цієї проросійської риторики-російська інформаційна агенція «ІноСМІ.інфо», яке постійно публікує матеріали AgoraVox на антиукраїнську тематику.

(AgoraVox - це веб-сайт громадянської журналістики, який працює на добровольців та непрофесійних редакторів, як свідчить Вікіпедія).

Таким чином, за період моніторингу в друкованих ЗМІ виявлено 1% прихованих проросійських меседжів.



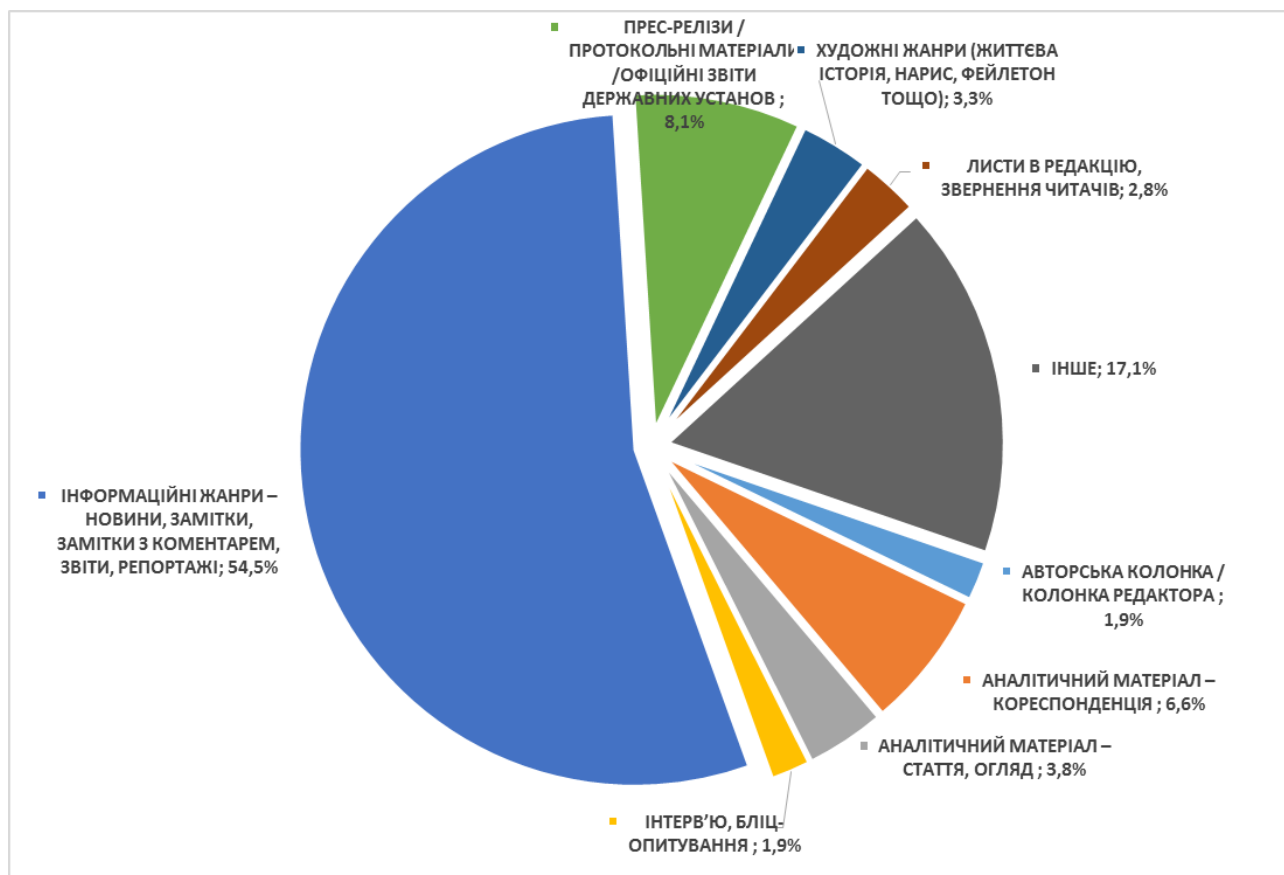
Житомирські газети традиційно не позначають відповідним маркуванням комерційні рекламні блоки. Загальний показник неналежно маркованої реклами за період моніторингу у листопаді становить 9% (у серпні-7,8%).

Теми, жанри, тональність, походження

Жанри у друкованих ЗМІ.

Жанрова палітра друкованих ЗМІ Житомирщини в листопаді така- 53% усього друкованого контенту займають *інформаційні жанри*, 19% - інформація, яка підпадає під категорію

«інше» (прогноз, поради, гороскопи ,анекдоти). Кількість протокольних матеріалів та прес-релізів -8% (в серпні-9%). Загальний показник аналітичних статей та кореспонденцій становить **10%** . Відсутні рецензії та журналістські розслідування.



Походження матеріалів.

Переважна більшість (**43%**) матеріалів у житомирських газетах за період моніторингу є авторськими. Публікацій з посиланням на інші ЗМІ, сайти ,інформагенції -**26%**. Контент неідентифікованого авторства склав **31%**. Найбільше таких матеріалів у газеті «Житомирщина» (30 із 100) та тижневику «20 хвилин»(16 з 42). В газеті «Житомирщина» це здебільшого господарські поради та пізнавально-розважальна інформація- напр. «Холестерин: поганий і корисний»,«Герпес боїться часнику», «Рейтинг шкідливих пристроїв», «Причина —гормональна перебудова», в тижневику «20 хвилин» відсутнє посилання на походження більшості спортивних та кримінальних новин .

Теми.

Традиційно житомирські газети найбільше пишуть **про життя місцевої громади**, такі публікації займають **12%** друкованого контенту. Однак, так само залишається високим відсоток інформації, що підпадає під категорію «інше»-**51%**. Це крім анекдотів, порад,

рецептів, комерційна «джинса» та інформація про розваги. Таких важливих тем, як АТО, корупція, децентралізація та місцеві реформи і освіта лише по **1%**. Трохи більше-по **2%** усього друкованого контенту становлять матеріали на теми культури і спорту, **3%** стосуються зовнішньої політики, **4%**-політичного життя та виборів. Економіка на шпальтах газет займає 6%, сумарна кількість повідомлень про кримінальні злочини та надзвичайні ситуації- **8%**. Про життя та проблеми **ВПО** житомирські газети за період моніторингу не розмістили жодної публікації.

Тональність.

Більшість повідомлень житомирських ЗМІ за період моніторингу в листопаді мала нейтральне забарвлення- 90%, 4% - позитивної тональності і 6% -негативної.

Усього в цій категорії оцінено 219 матеріалів.

ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ

Дотримання стандартів

Середній бал дотримання стандартів в інтернет-медіа Житомирщини у листопаді - 3,88.

Найкращі показники з дотримання стандартів в інформаційного порталу **Житомир. інфо** <http://www.zhitomir.info> (4,19 бали)., найгірші у **Першого Житомирського** <http://www.1zt.ua>- 3,5 бали. Інформаційні сайти мають найнижчий загальний показник по стандарту збалансованості- **0,28**. Решта стандартів коливається від показника **0,8** відокремлення фактів від думок) до **1** (відсутність мови ворожнечі). Короткі новини на сайтах 1.zt.ua, **Журнал Житомира** та **Житомир.today** подаються здебільшого з однієї точки зору. Інформаційні сайти іноді обмежуються такими джерелами, як соцмережі -**Дружина голови Житомирської РДА купує комунальне приміщення майже задарма – по 1 тис. грн за 1 кв. м (ФОТО)** (Житомир.today)чи взагалі не вказують джерело отримання інформації - **Житомирські прикордонники не пропустили білоруса, який відвідував окупований Донбас** (Перший Житомирський).

Усього в цій категорії оцінено 64 матеріали.

Матеріали з ознаками замовності, пропаганди, проросійські меседжі, фейки

Матеріалів з ознаками замовності на житомирських інформаційних сайтах за період моніторингу у листопаді виявлено **4,8%**. Найбільше на сайті «**Журнал Житомира**» - **18,4%**. Це виключно комерційна «джинса», яку сайт розміщує у розділі «статті» -**Секційні ворота для гаражу у Житомирі, які слугуватимуть довгі роки. Про типи пружин розповідає brama-market.lviv.ua** Таких матеріалів на сайті 17 із 95, які оцінювались за період моніторингу. Характерно, що замовні статті політичного змісту сайт маркує, як рекламу відповідно до законодавства.

Політичну «джинсу» експерти виявили на сайті **Житомир.today** -**Бурштинова схема Розенблата продовжує працювати**, який був оприлюднений на сайті 7.11.17 та пізніше був видалений, однак його розповсюдили інші сайти з посиланням саме на це джерело (<https://zytomyr.info/article/burshtynova-shema-rozenblata-prodovzhuye-pracyuvaty>)

Здебільшого сайти неналежно маркують політичну рекламу. Загальний показник по цьому

критерію -2,5%. На сайті Житомир.today таких матеріалів 3,5% Наприклад-[Юрій Павленко: «Це бюджет для чиновників, силовиків і Міжнародного валютного фонду. Опозиційний Блок однозначно не підтримає проект бюджету на 2018 рік».](#)

Житомир.інфо розмістив 7,5% матеріалів з неналежним маркуванням реклами -[Компанія «Кромберг енд Шуберт» підтримала фестиваль SpaceTechFest, який вперше відбувся у Житомирі](#) Ознак пропаганди, проросійських меседжів та фейків у матеріалах інтернет-видань за період моніторингу не виявлено.

Усього в цій категорії оцінено 395 матеріалів.

Теми, тональність, походження

Теми.

Найбільшу частину тематичного контенту житомирських інтернет-видань складають повідомлення про життя місцевої громади та кримінал і ДТП –по 19% у кожній з категорій.

16% становить інформація, яку не можна віднести до суспільно-важливої. Це статті комерційно-рекламного змісту (на сайті ЖЖ таких 27, Житомир.today-15, Житомир.інфо-12, 1zt. -10). Спорт та культура займає 7 і 6% відповідно. Соціальна сфера -5%.

Теми економіки, викривання корупції та реформ і місцевого самоврядування набрали 4%.

В період моніторингу найменше інформації на місцевих сайтах про політиків та вибори і АТО –по 3%. Інформаційні стрічки місцевих сайтів зовсім не містили інформації про ВПО, міжнародні \мінські угоди, іноземні новини.

Походження матеріалів.

Житомирські інформаційні сайти за період моніторингу розмістили лише 30% контенту, який ідентифіковано, як власні матеріали. Запозичених з інших джерел (в тому числі прес-служб) -57%. Неідентифікованого походження-13%. В основному це матеріали рекламного характеру.

Практика позначати авторство матеріалів і фото є лише на сайті <http://zhitomir.today>, лише фото - <http://www.zhitomir.info>

Тональність

Переважає більшість інформації інтернет-видань в період моніторингу була нейтральної тональності-91%. Негативно забарвлені новини 7% -частина повідомлень про ДТП та кримінал. 2% -позитивного забарвлення.

Усього в цій категорії оцінено 395 матеріалів.

координатор проекту в Житомирській області

Ірина Новожилова

0674104958

ztpres@ukr.net