Методологія моніторингу ЗМІ

Листопад 2015

Расто Кужел та
Олександр Чекмишев

Thomson Foundation
+44 20 3440 2440
46 Chancery Lane
London WC2A 1JE

thomsonfoundation.org

Thomson Foundation
АСОЦІАЦІЯ СПІЛЬНИЙ ПРОСТІР
memo 98 MONITORING MÉDIÍ MEDIA MONITORING
European Journalism Centre EJC
IRMI UKRAINE

Методологія проведення моніторингу ЗМІ

Методологія моніторингу представлення внутрішньо переміщених осіб у ЗМІ

Расто Кужел та Олександр Чекмишев

«ЗМІ надають інформацію для більшості виборців, що має важливе значення для вибору, який ті здійснюють під час голосування. Тому, належна поведінка ЗМІ щодо всіх політичних партійта кандидатів, а також у поданні інформації, яка стосується волевиявлення, має вирішальне значення для демократичних виборів. Моніторинг поведінки ЗМІ, – залежно від того, чи роблять його неупереджено, вміло і на основі надійної методології, – визначальним чином сприяє виборчому процесу, або ж, навпаки, підриває демократичний характер виборів. Під час моніторингу ЗМІ можна виміряти обсяг висвітлення суб'єктів виборчого процесу, міру упередженості, доцільність доступу до ЗМІ політичних конкурентів та адекватність інформації, наданої виборцям через випуски новин, прямі політичні повідомлення, програми з царини суспільної інформації та інформаційні оголошення для виборців. Своєчасний моніторинг може виявити недоліки в поведінці ЗМІ, які ще можна скоригувати. Зловживання спроможністю ЗМІ впливати на рішення виборців також можуть бути зафіксовані, і це дозволяє населенню та міжнародному співтовариству відповідним чином оцінювати справжню природу виборчого процесу». [1]

Роберт Норріс та Патрік Мерлой

ВСТУП

У цьому документі представлена методологія моніторингу українських регіональних ЗМІ в рамках проекту «Регіональний погляд: інтенсифікація висвітлення конфлікту в регіональних засобах масової інформації України», який реалізують Фундація Томсон (Thompson Foundation), Європейський центр журналістики (European Journalism Centre), Асоціація «Спільний простір», MEMO 98 та Міжнародний інститут регіональної преси та інформації. Головна мета проекту – ослаблення потенційних джерел соціальної напруги через збалансоване висвітлення подій у регіональних ЗМІ, зокрема сприяючи зменшенню соціальної напруги між ВПО та громадами, які їх приймають. Цього буде досягнуто шляхом підвищення рівня неупередженості та якості контенту, а також через покращення співпраці між ЗМІ в Україні, так і за її межами.

Проект передбачає розвиток спроможності своєчасно запобігати провокаціям з боку ЗМІ при висвітленні подій, пов'язаних із конфліктом, за допомогою ретельного моніторингу та оцінки роботи ЗМІ, включаючи висвітлення виборів регіональними ЗМІ. Мета цього документу – допомогти спеціалістам із моніторингу ЗМІ ознайомитися з методологією моніторингу ЗМІ, яка буде застосована в рамках проекту.

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ МОНІТОРИНГУ ЗМІ

Методологію моніторингу ЗМІ було розроблено словацькою організацією MEMO 98, що спеціалізується у царині моніторингу ЗМІ, а також українською Асоціацією «Спільний простір». MEMO 98 випробувала цю методологію у 51 країні. Завдяки чіткому контент-орієнтованому підходу ця методологія допомагає забезпечити поглиблену оцінку плюралізму та різноманітності матеріалів ЗМІ, зокрема висвітлення окремих тем та суб'єктів.

КІЛЬКІСНИЙ АНАЛІЗ

Кількісний компонент моніторингу складається з аналізу контенту репрезентативної вибірки засобів масової інформації та фокусується на відповідності стандартам, що є кількісними, такими як час та обсяг. Спеціалісти з моніторингу засобів масової інформації вимірюють загальний обсяг, наданий «суб'єктам» моніторингу (ВПО, політичним партіям, уряду, президентові та ін.), а також вибраним темам, пов'язаним із ВПО, наприклад, житло, працевлаштування, охорона здоров'я, соціальна адаптація, та ін. Таким чином, ми зможемо встановити, якою мірою діяльність медіа мовників відповідає певним правовим та етичним нормам, зокрема поваги до політичного та соціального плюралізму.

Для моніторингу телебачення спеціалісти з моніторингу використовують секундоміри (для ТБ також можна використовувати DVD-таймер) щоб виміряти реальний хронометраж «прямої мови» попередньо вибраних суб'єктів. Вони також окремо фіксують кожний випадок непрямого згадування цього суб'єкта, наприклад ведучим новин чи кимось іншим.

Спеціалісти з моніторингу також оцінюють тональність щодо суб'єктів (позитивну, нейтральну або негативну). Позитивні чи негативні показники відбивають враження глядачів стосовно суб'єктів чи теми. Такі показники щодо кожного матеріалу записуються та відображаються у графіку з метою демонстрації відмінностей між різними ЗМІ та тенденцій, що мають місце впродовж певного часу (див. далі).

[1] Роберт Норіс та Патрік Мерлой. Моніторинг ЗМІ для просування демократичних виборчих процесів: практичний посібник для організації громад. – «Національний інститут демократії» липень 2002. Тип обкладинки: тверда. (Media Monitoring to Promote Democratic Elections: An Ndi Handbook for Citizen Organizations, Hardcover – Jul 2002 by Robert Norris and Patrick Merloe: https://www.ndi.org/files/1420_elect_media_02_1-31_0.pdf)

Важливо пам'ятати, що в рамках цього аналізу оцінюється характер поведінки ЗМІ, а не суб'єктів моніторингу. Позитивна або негативна оцінка відповідає позитивному чи негативному враженню, що пропонується глядачеві щодо того чи іншого суб'єкта. Прикладом позитивної оцінки обраного суб'єкта може бути: суб'єкт А є дуже популярним членом уряду, людям подобається суб'єкт А, А є поважним політиком. Приклад негативної оцінки може бути: суб'єкт Б є політиком-невдахою, Б є нечесним політиком. Якщо ж позитивної або негативної оцінки нема – повідомлення є нейтральним, наприклад, коли в репортажі сказано: С є кандидатом.

Окрім оцінки, важливо розуміти контекст, в якому подають повідомлення, оскільки він надає повідомленню позитивного чи негативного забарвлення просто через характер історії або події, про яку повідомляється. Наприклад, той факт, що суб'єкт А провів переговори щодо мирної угоди або те, що рівень безробіття в країні буде зменшений за допомогою запропонованого членом парламенту А закону, більшість громадян сприймає як досить позитивний факт. З іншого боку, прикладом негативних історій може бути: суб'єктБ – міністр, чия машина поранила пішохода внаслідок перевищення швидкості. А повідомлення, що, приміром, С брав участь у засіданні парламенту, є нейтральним.

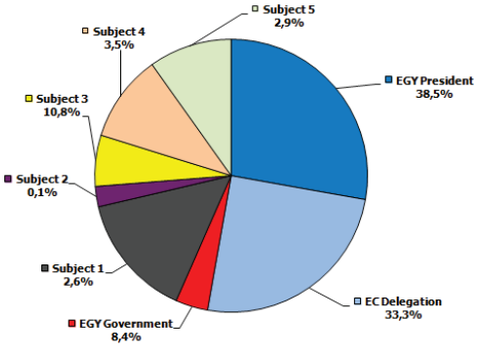
Тональність газетних матеріалів є позитивною, якщо спосіб інформування та характер повідомлення є однаково позитивними. Якщо ж спосіб і характер негативні – тоді, й тональтність буде негативною. Нейтральною тональність буде тоді, коли спосіб і характер нейтральні. У разі невідповідності змісту й контексту повідомлення, спеціалісти з моніторингу повинні визначити тональність з огляду на те, що переважає (це може бути зміст матеріалу або контекст).

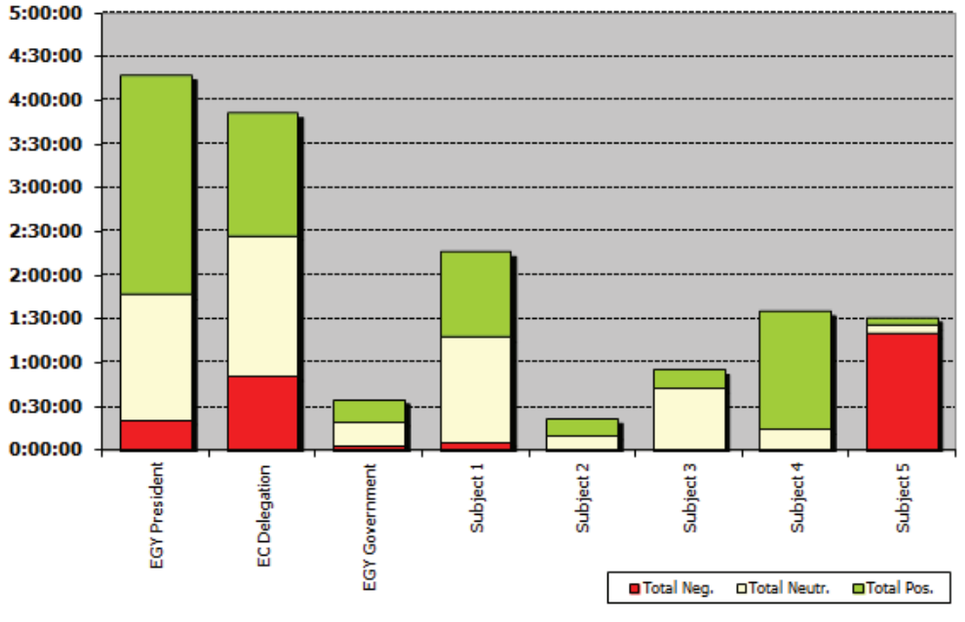
Спеціалісти з моніторингу роблять позначку навпроти кожного суб'єкта, щоби крім обсягу надати інформацію про те, як суб'єкт був представлений у ЗМІ. Таку оцінку ставлять щодо всіх суб'єктів, щоб визначити, в якій тональності вони були представлені – в позитивній, негативній чи нейтральній. Для цього спеціалісти з моніторингу можуть використовувати 5-бальну шкалу: оцінка 1 і 2 означає, що певний суб'єкт моніторингу був представлений в дуже позитивному або позитивному світлі відповідно; в обох випадках репортаж буде оцінений на користь суб'єкта. Оцінка 3 є «нейтральною оцінкою», коли у матеріалі подано лише факти й нема позитивного або негативного підтексту. Оцінка 4 або 5 означає, що суб'єкт був представлений у негативній або дуже негативній тональності. Такі репортажі містять негативне забарвлення, обвинувачення або одностороннюю критику суб'єкта.

Щоб під час якісного аналізу унеможливити будь яку суб'єктивність, координатор проекту повинен робити регулярні перевірки аналізу ЗМІ за допомогою окремих спеціалістів з моніторииингу. Якщо виникають різні оцінки одного й тогож питання, перш, ніж визначитися щодо тональності, матеріал оціює вся команда спеціалістів з моніторииингу (або керівник групи).

5-бальну шкалу створено для того, щоб дати спеціалістам із моніторингу ширший вибір у процесі оцінюваннясуб'єктів. При цьому збалансованість означає, що ЗМІ намагається подавати інформацію чесно та об'єктивно, надаючи час чи газетну площу усім суб'єктам,щоб представити їх точки зору. Така новина буде носити суто інформативний характер без односторонньої оцінки подій чи критики.

В рамках якісного моніторингу важливо встановити одиницю аналізу. Це стосується різних блоків часу мовлення, що підлягають аналізу, вимірюванню та кодуванню. Одиниця аналізу встановлюється залежно від типу моніторингу. Наприклад, для моніторингу реклами такою одиницею буде кожне рекламне оголошення. Під час моніторингу висвітлення виборів у ЗМІ – це фактичний час, впродовж якого згадують, суб'єкт моніторингу,або ж надають його пряму мову.





Залежно від завдань моніторингу, важливо робити моніторинг одиниці аналізу співвідносно до смислової одиниці. Одиницею контексту для реклами є година і день (чи 24 години), оскільки є правові норми, що регулюють обсяг реклами, який дозволено транслювати впродовж години та дня. Для новинного матеріалу смисловою одиницею може бути цілий випуск, оскільки для аналізу важливо також відстежувати послідовність трансляції новин (оскільки матеріали про певних політичних діячів чи певні політичні партії можуть транслюватися на початку випуску, у той час як діяльність інших діячів чи партій буде висвітлено наприкінці). Крім того, смисловою одиницею також можуть виступати програми новин у довшому періоді часу (один або два тижні) для визначення, чи залишається історія збалансованою впродовж певного часу (наприклад, якщо про неї повідомляється впродовж тривалого періоду).

ПОКАЗНИКИ МЕДІА МОНІТОРИНГУ

Показники медіа-моніторингу (як і під час інших соціологічних досліджень) повинні відповідати двом важливим критеріям. Вони повинні бути достовірними та справжніми.

★ Достовірність означає, що їх завжди може виявити будь-який кваліфікований спеціаліст з моніторингу. Відтак кодування завжди даватиме однаковий результат незалежно від того, хто робить моніторинг. Це досягається, передовсім за допомогою показників, які можна довести об'єктивно, незалежно від суб'єктивної думки чи вподобань спеціаліста з моніторингу. Часові показники є очевидно об'єктивними, як і заздалегідь розроблений список кодів, за допомогою яких визначають різні теми або типи людей, які з'являються в ефірі. Узгодженість досягається за допомогою практики та тренування.

★ Справжність означає, що вибрані показники справді демонструють те, для чого вони призначені. Показники треба обирати для певної мети і не тлумачити як такі, що демонструють більше, ніж насправді. Наприклад, підрахунок кількості разів, коли жінку згадують як джерело, не обов'язково свідчить, що ЗМІ є гендерно упередженим. Може бути кілька можливих пояснень не згадування всіх жіночих точок зору: це може бути свідчити як про упередженість ЗМІ, так і про те, що певні урядові організації, політичні партії чи підприємства не делегують жінок представляти свої інтереси.

Загальні показники, які зазвичай використовують в описаній тут методології моніторингу – це джерела інформації, що зазначаються мовниками, теми,

Фото: Thomson Foundation / Hromadske.tv / Олена Садовнік

THOMSON FOUNDATION/HROMADSKE DISPLACED PROJECT

які розкриваються та, без сумніву, час присвячений різним темам та суб'єктам. Для більш складної оцінки може знадобитися визначення й інших показників. Статистичний аналіз таких показників не є складним. Дані, зібрані під час моніторингу, є скоріше дискриптивними, ніж прогностичними. Це означає, що аналіз стосується тільки тих ефірів, що були зафіксовані спеціалістами з моніторингуі є прогнозом щодо всіх інших ефірів, які не було зафіксовано (відповідно до таких методів, як регресійний аналіз).

Основними аналітичними методами є складання та перехресна табуляція. Складання – це додавання (та порівняння) таких показників як обсяг прямої й непрямої мови, наданої політикам чи іншим суб'єктам. Перехресна табуляція або перехресний аналіз змінних – це легко зробити навіть за допомогою базових комп'ютерних таблиць. Так спеціаліст із моніторингу порівнює розподіл частоти змінної в іншій змінній для перевірки міри їх взаємозалежності. Найпростіший аналіз покаже, наприклад, коли один мовник більше цитує певного політика, ніж інший. Складніший аналіз може виявити пов'язаність тем репортажів та джерел, якими користуються ЗМІ. Наприклад, які алкогольні напої з'являються у рекламі, розрахованій на молодь. Можливості перехресних змінних досить широкі. В цьому документі представлені приклади перехресної табуляції.[2]

У фокусі кількісного аналізу є час, приділений висвітленню певного політичного діяча чи інших суб'єктів (місцевих рад, уряду, президенту та ВПО) та тональність повідомлень – позитивна, нейтральна та негативна. До уваги теж беруть тематичну та географічну структуру новин. Під час моніторингу оцінюють тематичне та географічне різноманіття – через вимірювання фактичного часу, присвяченого різним темам з огляду на регіон трансляції. Нижче наведено конкретний приклад суб'єктів та тем, що їх було обрано для моніторингу. На додаток, команда спеціалістів з моніторингу зосередилася на регіоні висвітлення.

Ключові запитання, які треба використати під час якісного аналізу випуску новин:

★ Чи усім суб'єктам (наприклад політичним діячам та партіям) було надано рівну кількість ефірного часу?

★ Чи обсяг наданого ефірного часу є адекватним до обсягу роботи, яку виконали суб'єкти? Чи репортажів на користь однієї партії більше, ніж на користь іншої? Чи можна це пояснити актуальністю таких новин?

★ Чи однакової якості були репортажі, що представляли різні суб'єкти?

★ Чи ЗМІ представляло одні суб'єкти в більш вигідному світлі, ніж інші?

Фактичний час, наданий політичним діячам у ЗМІ – це тільки базовий показник справедливого розподілу часу. Сегменти прямої мови у виступах політичних суб'єктів є привабливішими для глядачів чи слухачів, а також надають політичним суб'єктам більш «прямий» доступ до засобів масової інформації, щоб донести свої ідеї, на відміну від відтворюваних сегментів передач, що представляють політиків побічно. Тим не менш, саме редактор чи журналіст обирає сегменти прямої мови, які з'являються в інформаційних програмах. Час, наданий суб'єктам, перехресно табулюється

Мета проекту – зменшити потенційні сфери конфлікту шляхом збалансованого висвітлення тематики ВПО в регіональних засобах масової інформації. Це сприятиме зниженню рівня соціальної напруги, зокрема між вимушеними переселенцями і громадами, які їх приймають

[2] Показники моніторингу ЗМІ описані Річардом Карвером (Оксфордський університет Брукса/Дослідження ЗМІ Оксфордського університету) та Мареком Мрацка («МЕМО 98») в документі «Моніторинг теле- і радіокомпаній Молдови: методи та техніки» (Monitoring Moldovan Broadcasters: Methods and Techniques).

з тональністю висвітлення та прямою мовою, забезпечуючи, таким чином, набагато більш точну картину висвітлення суб'єктів.

Очевидно, що один випуск новин не може бути показовим прикладом збалансованого висвітлення у ЗМІ діяльності конкуруючих партій або кандидатів. Показовими можуть бути випадки, коли одна зі сторін представляє свою передвиборчу програму або проводить великий захід в рамках передвиборчої кампанії). Тим не менш, можна очікувати, що впродовж тривалішого часу балансу буде досягнуто. Саме тому перш ніж виокремлювати тенденції й робити підсумки, рекомендують моніторити політичну багатоманітність ЗМІ впродовж як мінімум двох тижнів. У міру наближення дня виборів забезпечення балансу набуває особливої актуальності, оскільки у кандидатів залишається менше часу для відповіді своїм політичним опонентам.

ВИБІРКА: ДИВ. ДОДАТОК

СУБ'ЄКТИ МОНІТОРИНГУ
★ Президент
★ Уряд (як окремо, так і в особі кожного міністерства)
★ Політичні партії
★ Регіональна виконавча влада
★ Кандидати до обласних рад, – як правило найактивніші постаті (тільки тоді, коли прямо чи опосередковано це стосується ВПО).*
★ Кандидати у мери обласного центру, – як правило найактивніші постаті (тільки тоді, коли прямо чи опосередковано це стосується ВПО).*
★ Самі ВПО
★ ОГС
★ Волонтери (зокрема приватні та корпоративні бізнес-ініціативи)
★ Міжнародні організації
★ Церква

ТЕМИ МОНІТОРИНГУ
Внутрішньо-переміщені особи
★ Житло (модульні містечка, переселення ВПО, систематичне планування, недостатня кількість житлових приміщень, та ін)
★ Працевлаштування (вплив масивного потоку робочої сили на «ринок зарплат», здатність ВПО до пошуку працевлаштування, створення бізнесу ВПО у регіонах, гранти, що запроваджується міжнародними організаціями)
★ Охорона здоров'я (грип H1N1, туберкульоз, кампанії з імунізації, спеціалізована служба охорони здоров'я для ВПО)
★ Соціальна адаптація та життя в громаді (безкоштовні послуги юриста для ВПО, курси психологічної реабілітації, партнерство з місцевими бізнесами заради просування соціальної адаптації,

На фото: Кількісний аналіз телеконтенту: фахівці медіа-моніторингу під час роботи

спеціальні програми з підтримки дітей, соціальна поміч пенсіонерам, благодійність, культурні заходи, причини соціальної напруги)
★ Соціальна напруга
★ Злочинність
★ «Фейкові» ВПО»
★ Бізнес
★ Освіта
★ Вибори (виборчі права ВПО)
★ Державна соціальна допомога
★ Благочинність
★ Роль церкви
★ Інше

РЕГІОНИ
★ Автономна Республіка Крим
★ Вінницький
★ Волинський
★ Дніпропетровський
★ Донецький
★ Житомирський
★ Закарпатський
★ Запорізький
★ Івано-Франківський
★ Кіровоградський
★ Луганський
★ Львівський
★ Миколаївський
★ Одеський
★ Полтавський
★ Рівненський
★ Сумський
★ Тернопільський
★ Харківський
★ Херсонський
★ Хмельницький
★ Черкаський
★ Чернівецький
★ Чернігівський

ЯКІСНИЙ АНАЛІЗ
Якісний моніторинг оцінює ті аспекти репортажу чи програми, які зазвичай не вимірюються кількісно. Спеціалісти з моніторингу звітують про брехню, спотворення, незбалансоване висвітлення, несправедливу, неточну, помилкову інформацію та інші факти, важливі для оцінки якості репортажу.

Під час якісного аналізу, місцевих спеціалістів з моніторингу можуть попросити:
★ виявляти джерела;
★ оцінювати розташування вибраних статей та повідомлень у порівнянні з іншими описаними суб'єктами, темами та повідомленнями;
★ оцінювати загальну якість наданої інформації про вибраних суб'єктів та теми;
★ оцінювати рівень знань журналіста про описувані суб'єкти;
★ оцінювати спроможність автора працювати з фактами та інформацією;
★ оцінювати спроможність автора привертати увагу аудиторії;
★ описати загальне враження щодо того, як це ЗМІ повідомляє про суб'єкт та пов'язані теми;
★ чи ставляться під час інтервю нейтральні або «заряджені» запитання;
★ яким чином мова, що використовується, впливає на розуміння та сприйняття події аудиторією;
★ чи цей ЗМІ використовує певні слова, графіку та ракурси зйомок, щоб вплинути на сприйняття тих чи інших суб'єктів та тем аудиторією;
★ оцінювати міру участі журналіста в конкретній події.

Інші важливі питання, які необхідно враховувати під час якісного аналізу:

★ Чи журналісти/ЗМІ дотримуються принципів балансу та уникають сенсаційності під час висвітлення проблем ВПО? Чи ЗМІ роблять аналітичні матеріали, що стосуються проблем ВПО, намагаючись зазирнути глибше у деякі більш складні, або, навіть, контраверсійні моменти, чи вони тримаються осторонь?
★ Чи «людські історії» висвітлюються заради «олюднення» журналістських матеріалів, чи вони спричиняють якісні журналістські розслідування?
★ Чи журналісти/ЗМІ дотримуються принципів балансу та уникають сенсаційності під час висвітлення проблем ВПО? Чи ЗМІ роблять аналітичні матеріали, що стосуються проблем ВПО, намагаючись зазирнути глибше у деякі більш складні, або, навіть, контраверсійні моменти, чи вони тримаються осторонь?
★ Чи журналісти /ЗМІ готують оригінальні публікації, чи просто транслюють (переробляють) повідомлення інформагенцій і загальнонаціональних медіа?
★ ЗМІ обстоюють певну точку зору, чи пропонують суспільству збалансоване та об'єктивне висвітлення проблеми?
★ Чи ЗМІ здатні працювати з різними джерелами інформації? Оприлюднюючи інформацію чи заяви офіційних осіб, чи журналісти ставляться до цього критично? Чи якісно вони перевіряють факти?
★ Чи ЗМІ користуються коректною термінологією щодо проблем ВПО, або ж має місце використання принизливих і образливих формулювань?
★ Чи ЗМІ знають різницю між внутрішньо переміщеними особами та біженцями?

Інші важливі питання, які необхідно врахувати під час якісного аналізу висвітлення місцевих виборів у ЗМІ:

★ Чи відсутня якась важлива інформація? (ЗМІ часто уникають проблем висвітлення політич-

Хронометраж або обсяг, присвячений тому чи іншому політичному діячеві – основний показник неупередженості ЗМІ. Пряма мова політика привабливіша для аудиторії, це також дає політикові більш «прямий» доступ до засобів масової інформації, щоб донести свої ідеї.

но делікатних історій, просто не висвітлюючи їх. Важливо також розглянути, як, або чи взагалі розкриваються гендерні питання.)
★ Вибір питань (Чи підбір новин є сприятливим для тієї чи іншої сторони, навіть коли явного упередження нема?)
★ Схожий стиль репортажів (Чи однаково висвітлюються кампанії різних кандидатів, наприклад, чи всі вони супроводжуються зйомками виборчих подій, чи всі отримують можливість прямо промовляти на камеру, чи лише деякі?)
★ Фактор перебування при владі (Чи належним чином висвітлюється діяльність нинішніх посадових осіб, які також є кандидатами, чи репортажі про ці дві ролі плутають на користь чиновників?)
★ Розташування матеріалів (Чи розташовують-матеріали про опозицію поруч із іншими негативними історіями, наприклад, репортажами з-за кордону про політичне насильство, створюючи тим самим несприятливе враження?)
★ Пріоритет (Чи завжди репортажі про певних кандидатів є першими у випусках новин?)
★ Провокаційна мова (Чи повідомляється про провокаційні заклики або реальні випадкив насильства точно, розсудливо та збалансовано із цитуванням всіх сторін? Чи ЗМІ, навпики, самі подають провокаційні та нерозважливі репортажі, що може спричинити подальше насильство?)
★ Маніпулятивне використання зйомок, фото та звуку (ракурсів, дистанції камери відносно кандидатів, світло, якість звуку, знімків, що не відповідають контексту історії або які надають негативний чи позитивний тон історії).

Ключовим компонентом розробленої методології моніторингу є якісний підхід до моніторингу контенту ЗМІ. Якісний моніторинг оцінює дотримання обраними ЗМІ етичних та професійних стандартів. Ці аспекти репортажу зазвичай важко виміряти кількісно. Спеціалісти з моніторингу звітують про брехню, спотворення, незбалансоване висвітлення, несправедливу, неточну, помилкову інформацію, зловживання посадовцем владою чи службовим становищем, провокаційну риторику. Таку інформацію згадують в окремому звіті та коментарях і висновках остаточного звіту.

ЗБІР ПОКАЗНИКІВ

Спеціалісти з моніторингу щоденно збирають показники та вносять їх до спеціальних формулярів (див. додаток, де є приклади формулярів для моніторингу). Показники цього формуляру вони вносять до спеціальної програми (бази даних), що потім контролюється керівниками груп.

ВНЕСЕННЯ ПОКАЗНИКІВ І БАЗА ДАНИХ

Вищеописану методологію можна використовувати в комбінації з Excel формуляром чи спеціальною електронною базою даних (такою як Microsoft Excel чи Access). За необхідності, складніший аналіз можна здійснити за допомогою спеціальної програми для обробки статистичних даних. Останнім етапом роботи з даними є їх обробка. Комп'ютерна обробка даних та їх зберігання у електронному вигляді має декілька переваг:

★ Можливість зберігати дані на комп'ютері.
★ Гнучкість та простота операцій з обробки даних, наприклад, відбір певних даних та їх оцінка
★ Можливість графічної репрезентації та безпосереднього використання графічних зображень у презентаціях.

Оскільки формуляри для моніторингу містять порівняно невелику кількість типів інформації і ці дані можна легко організувати згідно з заданими критеріями, для обробки результатів моніторингу підійде Microsoft Excel (разом із іншими програмами Microsoft Office). Фіксуються такі дані моніторингу: тип і назва ЗМІ, випуску новин / рубрика; хронометраж або обсяг у символах (пряма мова, непряма і загальний обсяг); оцінка; початок і кінець новини; тема і обсяг приділеної їй уваги в загальному обсязі новин.

Моніторинг проводиться командою спеціалістів, які добре розуміються на процедурах та методах моніторингу ЗМІ. Для виконання своїх щоденних обов'язків із моніторингу, команді знадобиться обладнання для запису ефірів та пристрої, що надають можливість перегляду, кодування та збереження на ПК усієї інформації, отриманої під час моніторингу. Крім того, треба мати технічні можливості для архівування інформації, як записаних ефірів, так і зібраних даних.

ВИСВІТЛЕННЯ У ЗМІ КАНДИДАТІВ ТА ПАРТІЙ

Одиницею аналізу тут є час, присвячений кожному кандидатові чи партії (сек). Крім підрахунку загального часу представлення тих чи інших осіб у ЗМІ, важливо розуміти, яким чином цей час було використано. Однакова кількість часу ще не означає однакове представлення. Тональність матеріалу й характер представлення особи чи групи осіб є важливими факторами, що доповнюють інформацію про наданий час. Час, наданий приділено певному політичному діячеві кодується за наступними змінними: загальний обсяг часу прямого/непрямого згадування та тональності репортажу (позитивна, негативна чи нейтральна). В межах однієї передачі, яка є одиницею контексту, є багато одиниць аналізу, що стосуються різних політичних діячів або груп осіб. Одиниці аналізу записуються та кодуються кожна оремо, разом із обраними змінними.

БІБЛІОГРАФІЯ:

★ Джованна Майола, Майкл Мейер-Ресенде, «Регулювання діяльності засобівмасової інформації під час виборів»
★ Довідник ОБСЄ/БДІПЛ «Про моніторинг засобів масової інформації для місії зі спостереження за виборами»
★ М. Пінто-Душинський, ЗМІ та вибори http://democracy.ru/english/library/international/eng_1999-5.html
★ Стаття 19, Керівні принципи для мовлення протягом виборчого періоду в перехідних демократіях
★ Комітет міністрів Ради Європи, Рекомендація CM(2007) 15 від 7 листопада 2007 року
★ Рекомендація № R/99/ 15, Комітет міністрів Ради Європи
★ Кодекс належної практики у виборчих справах Венеціанської комісії
★ Марек Мрацка («MEMO 98») та Річард Карвер (Оксфордський університет Брукса/Дослідження ЗМІ Оксфордського університету): «Моніторинг теле- і радіокомпаній Молдови: методи та техніки» (Monitoring Moldovan Broadcasters: Methods and Techniques).

ДОДАТОК

ФОРМИ МОНІТОРИНГУ ТА СПИСОК ЗМІ, ЯКІ ПІДЛЯГАЮТЬ МОНІТОРИНГУ

Додаються форми якісного аналізу для даного проекту до використання спеціалістами з моніторингу. Кожен спеціаліст з моніторингу відстежує новинний ефір каналу, який підлягає моніторингу, зміст вибраних газет та онлайн ресурсів, та дає відповіді на запитання, що містяться у формах якісного аналізу. На додаток, спеціалісти з моніторингу вносять данні до спеціальної програми для кількісних даних (окрім того, дані треба вносити до документу Excel на персональному комп'ютері задля резерву). Спеціалісти моніторингу вписують своє ім'я, назву каналу, який підлягає моніторингу, назву, тип і дату програми. Форма також містить пункти про загальну тривалість програми, що піддається моніторингу, назву та приналежність суб'єкту, що піддається моніторингу, точний час трансляції, та ін. ●

Методологія моніторингу ЗМІ

Методологія моніторингу представлення внутрішньо переміщених осіб у ЗМІ

ФОРМА ЯКІСНОГО АНАЛІЗУ – новинна передача

Ім'я спеціаліста з моніторингу:	Дата та час ефіру:
Назва ЗМІ:	Тривалість передачі:
Назва передачі:	Кількість сюжетів (заголовки + новинний матеріал):

★ Чи журналісти/ЗМІ дотримуються принципів балансу та уникають сенсаційності під час висвітлення проблем ВПО? Чи ЗМІ роблять аналітичні матеріали, що стосуються проблем ВПО, намагаючись зазирнути глибше у деякі більш складні, або, навіть, контраверсійні моменти, чи вони тримаються осторонь?

★ Чи «людські історії» висвітлюються заради «олюднення» журналістських матеріалів, чи вони спричиняють якісні журналістські розслідування?

★ ЗМІ тільки ідентифікують проблеми (що стосуються ВПО), чи намагаються організувати громадську дискусію на місцевому рівні, спрямовану на вирішення проблеми?

★ Чи журналісти /ЗМІ готують оригінальні публікації, чи просто транслюють (переробляють) повідомлення інформагенцій і загальнонаціональних медіа?

★ ЗМІ обстоюють певну точку зору, чи пропонують суспільству збалансоване та об'єктивне висвітлення проблеми?

★ Чи ЗМІ здатні працювати з різними джерелами інформації? Оприлюднюючи інформацію чи заяви офіційних осіб, чи журналісти ставляться до цього критично? Чи якісно вони перевіряють факти?

★ Чи ЗМІ користуються коректною термінологією щодо проблем ВПО, або ж має місце використання принизливих і образливих формулювань?

★ Чи ЗМІ знають різницю між внутрішньо переміщеними особами та біженцями?

★ Чи були такі політичні діячи чи партії, які діяли в контексті ВПО, однак були позбавлені уваги ЗМІ. Впродовж якого часу ЗМІ не звертали увагу на ті чи інші партії?

★ Чи акцентували ЗМІ на тому, що ВПО не можуть реалізувати свого виборчого права під час цих (місцевих) виборів?

★ Чи намагався цей ЗМІ представити різні точки зору та різну інформацію про ВПО?

★ Чи ви помітили якісь прояви заангажованості, спотворення інформації або маніпулювання з боку ЗМІ?
(БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ НОМЕР МАТЕРІАЛУ ТА ЧАС 'ЕФІРУ, ЗРОБІТЬ ДЕТАЛЬНИЙ ОПИС).

★ Чи відео, фотографії й графічні зображення, що їх було використано у цьому репортажі, представляють тему чесно та чи вони відповідають темі репортажу? Чи представлені зображення чітко відбивають фактичний стан речей?

★ Будь-ласка, зазначте будь-які заяви чи матеріали, що їх за вашим відчуттям було спотворено, чи вони є неправдивими, або містять упереджену інформацію щодо ВПО.
(БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ МАТЕРІАЛ ТА ЧАС ЕФІРУ, ТА ПРОЦИТУЙТЕ ДОСЛІВНО):

Чи журналіст використовує заяви, що не ґрунтуються на фактах?

Чи журналіст використовує мову, що лестить чи принижує ВПО?

Чи журналіст робить заяви, що їх можна розцінити як нападки на ВПО?

Чи журналіст видає за факти неперевірені заяви?

★ Чи мала місце мова, що, за вашим відчуттями, була зангажованою чи спотворювала зміст? Будь-ласка, опишіть якомога детальніше. (БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ МАТЕРІАЛ ТА ЧАС ЕФІРУ ТА ДОСЛІВНО ПРОЦИТУЙТЕ)

★ Чи журналіст використовує певні вислови, що формують негативний (позитивний) імідж ВПО?

★ Чи маєте якісь інші коментарі?

Методологія моніторингу ЗМІ

Методологія моніторингу представлення внутрішньо переміщених осіб у ЗМІ

ФОРМА ЯКІСНОГО АНАЛІЗУ – онлайн та друковані ЗМІ

Ім'я спеціаліста з моніторингу:	Дата друкованої публікації:
Назва ЗМІ:	
Назва передачі:	Кількість матеріалів:

★ Чи журналісти/ЗМІ дотримуються принципів балансу та уникають сенсаційності під час висвітлення проблем ВПО? Чи ЗМІ роблять аналітичні матеріали, що стосуються проблем ВПО, намагаючись зазирнути глибше у деякі більш складні, або, навіть, контраверсійні моменти, чи вони тримаються осторонь?

★ Чи «людські історії» висвітлюються заради «олюднення» журналістських матеріалів, чи вони спричиняють якісні журналістські розслідування?

★ ЗМІ тільки ідентифікують проблеми (що стосуються ВПО), чи намагаються організувати громадську дискусію на місцевому рівні, спрямовану на вирішення проблеми?

★ Чи журналісти /ЗМІ готують оригінальні публікації, чи просто транслюють (переробляють) повідомлення інформагенцій і загальнонаціональних медіа?

★ ЗМІ обстоюють певну точку зору, чи пропонують суспільству збалансоване та об'єктивне висвітлення проблеми?

★ Чи ЗМІ здатні працювати з різними джерелами інформації? Оприлюднюючи інформацію чи заяви офіційних осіб, чи журналісти ставляться до цього критично? Чи якісно вони перевіряють факти?

★ Чи ЗМІ користуються коректною термінологією щодо проблем ВПО, або ж має місце використання принизливих і образливих формулювань?

★ Чи ЗМІ знають різницю між внутрішньо переміщеними особами та біженцями?

★ Чи були такі політичні діячи чи партії, які діяли в контексті ВПО, однак були позбавлені уваги ЗМІ. Впродовж якого часу ЗМІ не звертали увагу на ті чи інші партії?

★ Чи акцентували ЗМІ на тому, що ВПО не можуть реалізувати свого виборчого права під час цих (місцевих) виборів?

★ Чи намагався цей ЗМІ представити різні точки зору та різну інформацію про ВПО?

★ Чи ви помітили якісь прояви заангажованості, спотворення інформації або маніпулювання з боку ЗМІ?
(БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ НОМЕР МАТЕРІАЛУ ТА ДАТУ/ЧАС ВИХОДУ ТА ДОСЛІВНО ПРОЦИТУЙТЕ):

Чи відео, фотографії й графічні зображення, що їх було використано у цьому репортажі, представляють тему чесно та чи вони відповідають темі репортажу? Чи представлені зображення чітко відбивають фактичний стан речей?

★ Будь-ласка, зазначте будь-які заяви чи матеріали, що їх за вашим відчуттям було спотворено, чи вони є неправдивими, або містять упереджену інформацію щодо ВПО.
(БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ НОМЕР МАТЕРІАЛУ ТА ДАТУ/ЧАС ВИХОДУ ТА ДОСЛІВНО ПРОЦИТУЙТЕ):

Чи журналіст використовує заяви, що не ґрунтуються на фактах?

Чи журналіст використовує мову, що лестить чи принижує ВПО?

Чи журналіст робить заяви, що їх можна розцінити як нападки на ВПО?

Чи журналіст видає за факти неперевірені заяви?

★ Чи мала місце мова, що, за вашим відчуттями, була зангажованою чи спотворювала зміст? Будь-ласка, опишіть якомога детальніше. (БУДЬ-ЛАСКА, ВКАЖІТЬ НОМЕР МАТЕРІАЛУ ТА ДАТУ/ЧАС ВИХОДУ ТА ДОСЛІВНО ПРОЦИТУЙТЕ):

Чи журналіст використовує певні вислови, що формують негативний (позитивний) імідж ВПО?

★ Чи маєте якісь інші коментарі?

СПИСОК ЗМІ, ЩО ПІДЛЯГАЮТЬ МОНІТОРИНГУ

№	РЕГІОН	ТБ	ПРЕСА	ОНЛАЙН МЕДІА
1.	АР Крим	ATR	-	Крым.Реалии, Центр журналистских расследований, Кримськотатарське питання online
2.	Волинь	Волинське державне телебачення, ТК «АВЕРС»	«Волинь-нова», «Вісник К», «Відомості»	Волинські новини, Волинь Post
3.	Вінниця	ВДТ-6 («ВІНТЕРА»), ТК ВІТА, ТК ДОБА	«33 канал», «РІА», «РЕАЛ», «МІСТО»	Моя Вінниця, 20 minut.ua, VINNITSA LIFE, I vin
4.	Дніпропетровськ	51 канал, 34 канал, 11 канал, ТРК «Рудана»	«Зоря», «Днепр вечерний», «Лица», «Червоний гірник»	gorod.dp.ua, Днепр Пост Днепр Главное ДнепроГрад, 0564.ua
5.	Донецьк	–	–	ОстроВ; Новости Донбасса; Свободный Донбасс; Сайт города Донецка - www.062.com.ua Газета «Донбасс» (інтернет версія); Донецкое областное телевидение (інтернет-версія); «ДонПресс»; Сайт міств Маріуполя; Горловский медиапорта; Сайт города Артемовска; Новости Краматорска; Сайт Красноармейска и Димитрова - Новости Доброполья; Сайт міста Слав»янська; Телеканал «Орбита» інтернет-версія; Новостной портал Мариуполя.
6.	Житомир	ЖОДТРК, СК1	«20 хвилин» «Житомирщина»	Житомир інфо; Рупор Житомира; Репортер Житомира
7.	Закарпаття	ТИСА-1, М-Студіо	«Новини Закарпаття», «РІО», «Закарпатська правда»	Mukachevo.net Zaholovok.com.ua Zakarpattya.net.ua
8.	Запоріжжя	ТВ-5, ЗОДТРК	«МіГ», «Суббота плюс»	061, Голос, Opennews
9.	Івано-Франківськ	ОТБ «Галичина», Канал «3 студія»	«Галичина», «Репортер», «Галицький кореспондент»	firtka.if.ua, galka.if.ua, kurs.if.ua

10.	Кіровоград	ОДТРК «Кіровоград» ТТV Кіровоград	«Кіровоградська правда», «Україна-центр»	Гречка, Весь Кіровоград, Акула
11.	Луганськ	1 ЛОТ Луганське обласне телебачення	«Сєвєродонецькі вісті», «Рубіжанські новини»	Остров-Луганськ, Ирта Факс, Трибун
12	Львів	ТРК «Львів», ZIK	«Високий замок», «Експрес», «Львівська пошта»	Львівськи портал, zahid.net, galinfo
13	Миколаїв	ОДТРК «Миколаїв», ТРК «МАРТ»	«Вечерний Николаев», «Николаевские новости», «Южная правда»	Novosti-N, Преступности.нет
14.	Одеса	ООДТРК 1 міський 7 канал	Одесские известия Одесский вестник Вечерняя Одесса	Думская.net Трасса Е95 Репортер
15.	Полтава	ОДТРК «Лтава», ТК «Візит»	«Новини Полтавщини», «Полтавщина»	«Зоря Полтавщини», «Телеграф»
16.	Рівне	Рівне 1, РТБ, ТК «Сфера»	Рівне вечірнє Рівне експрес Вісті Рівненщини Рівненська правда	«4 влада», «Чарівне», «ВСЕ», «ЕРВЕ»
17	Суми	ОДТРК, ATV	«Сумщина», «ДС-Експрес», «Панорама»	Данкор, «xpress»
18.	Тернопіль	ТВ-4, ТОДТК	«Вільне життя», «Свобода»	Погляд, За Збручем
19.	Харків	ОТБ, АТН	«Слобідський край», «Вечерний Харьков», «Время»	057.ua, Восточный дозор, Город Х
20.	Херсон	Скіфія ВТВ+	«Херсонський Вісник», «Гривна», «Новий день»	Херсонские Вести, Херсон-онлайн, Херсонцы
21.	Хмельницький	ТРК «Поділля-Центр», ТРК «Місто»	«Подільські вісті», «Проскурів», «Подолянин»	«Незалежний громадський портал», «Всім»
22.	Черкаси	ТК «ВІККА», ОДТРК «Рось»	«Вечірні Черкаси» «Нова доба»	ПроЧерк, Інфоміст
23.	Чернівці	ЧДТРК, ТРК «Чернівці», ТВА	«Молодий буковинець», «Чернівці», «Погляд»	Букінфо, Від і до
24.	Чернігів	ОДТРК «Сівер-центр», «Дитинець»	«Семь дней», «Гарт», «Деснянська правда»	0462.ua, pik.cn.ua, val.ua