

**Моніторинг регіональних ЗМІ, соціальних мереж з метою оцінки якості та неупередженості висвітлення виборів у місцевих ЗМІ та виявлення дезінформації, прихованих спроб маніпулювання громадською думкою**

**ВИБІРКА**

*Формування вибірки онлайн-ЗМІ*

Для формування вибірки мережевих ЗМІ обиралися популярні видання Одеси та регіонів з таким розрахунком, щоб були представлені всі райони та міста обласного підпорядкування. В результаті було обрано 20 видань (загальний список), які поперемінно проглядалися упродовж перших трьох тижнів (за схемою 1) - для виявлення тих ЗМІ, які публікують соціально-вагомий контент, надають перевагу власним новинам, а не репостам, а також постійно оновлюються. В результаті було сформовано скорочений список із 10 онлайн-видань (1-10 позиції у загальному списку).

Загальний список ЗМІ:

1. <https://dumskaya.net/>
2. <https://usionline.com/>
3. <https://www.048.ua/>
4. <https://timer-odessa.net/>
5. <https://odessamedia.net/>
6. <https://bessarabiainform.com/>
7. <https://topor.od.ua/>
8. <http://izmailvechernii.com.ua/>
9. <http://trassae95.com/>
10. <https://www.04868.com.ua/>
11. <https://novosti-yuzhnyy.od.ua/>
12. <https://nashemisto.com.ua/>
13. <http://www.yuzhny.info/>
14. <http://04849.com.ua/>
15. <https://bessarabia.ua/>
16. <https://izmacity.com/>
17. <https://rozdilna.info/>
18. <http://baltalife.org/>
19. <https://bilyayivka.city/>
20. <https://provinciya.net/>

Схема 1

понеділок	вівторок	середа	четвер	п'ятниця	субота	неділя
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20

*Формування вибірки ФБ-сторінок*

Для моніторингу ФБ-спільнот було обрано 15 таких, що репрезентують Одесу та райони, під час перших трьох тижнів групи проглядалися поперемінно за схемою 1, а потім із вибірки було сформовано скорочений список із 10 спільнот (позиції 1-10). Для цього із загального списку відкидалися спільноти, що рідко оновлюються та містять переважно розважальний контент.

#### Загальний список:

1. Моя Одесса (315 тисяч підписників) <https://www.facebook.com/groups/myodessa>
2. Одесса и все что ее касается (138 тис.) <https://www.facebook.com/groups/1odessa1/>
3. Одесские новости (61 тис.) <https://www.facebook.com/groups/odpress>
4. ОДЕССА РЕГИОН Новости Одессы и Одесской области (41 тис.)  
<https://www.facebook.com/groups/odessaregion/>
5. Типичный Измаил (48 тис.) <https://www.facebook.com/groups/128896577596473/>
6. Мой Измаил (40 тис.) <https://www.facebook.com/groups/moyizmail/>
7. Типичный Аккерман (Паблик №1) (36 тис.)  
<https://www.facebook.com/groups/191964941325119/>
8. Белгород-Днестровский / Аккерман (29 тис.)  
<https://www.facebook.com/groups/akkerman2500/>
9. Черноморск сегодня! (30 тис.) <https://www.facebook.com/groups/chornomorsk.today/>
10. Живой Подольск (30 тис.) <https://www.facebook.com/groups/kotovsklife/>
11. Арцизская беседка (22 тис.) <https://www.facebook.com/groups/artsyz/>
12. Кодима Life (17 тис.) <https://www.facebook.com/groups/kodymalife/>
13. Березовка и всё что её касается. Березовский район. Березівка (15 тис.)  
<https://www.facebook.com/groups/berezovkaod>
14. Одесса, поселок Котовского (19 тис.)  
<https://www.facebook.com/groups/1518391788410337>
15. Измаил Сегодня (33 тис.) <https://www.facebook.com/groups/1262227807145184>

#### Формування вибірки телеграм-каналів

Для моніторингу було обрано сім телеграм-каналів, із них після першого тижня було відкинуто два. Це професор Моріарті, Ревізор - через переважання однотипного маніпулятивного контенту, створеного в інтересах третьої сторони та приблизно однакову кількість (80-90%) матеріалів із ознаками замовності. Час від часу ці канали проглядалися – для виявлення відвертих маніпуляцій.

Так само із вибірки було виключено канал Х..вая Одесса через переважання «негативного контенту» (кримінал, ДТП та ін.), але так само час від часу цей канал проглядався – для того, щоб відібрати окремі приклади матеріалів із ознаками замовності.

1. Х..вая Одесса 167,2 тис. <https://t.me/joinchat/AAAAAFIOSi7UTdqzmKIRHA>
2. Новости Одессы 41,3 тис. [https://t.me/our\\_odessa](https://t.me/our_odessa)
3. Одесса | Новости 24/7 36,6 тис. <https://t.me/OdessaNews24>
4. Одесса как она есть 34,4 тис. <https://t.me/odessapublic>
5. Одесский городской 5,4 тис. [https://t.me/odessa\\_gorodovoy](https://t.me/odessa_gorodovoy)
6. Ревизор Одесса 5,2 тис. [https://t.me/revizor\\_odessa](https://t.me/revizor_odessa)
7. Профессор Мориарти 5,5 тис. <https://t.me/joinchat/AAAAAFMb4SB21joAzjhVKw>

#### АНАЛІЗ КОНТЕНТУ

У зазначених онлайн-медіа, ФБ-спільнотах та телеграм-каналах виявлялися два типи контенту:

- немаркована, прихована передвиборча агітація (джинса);
- пропагандистський контент.

Ознаками «джинси» вважалися:

1. текст, що відстоює інтереси третьої сторони (політиків, партій, місцевих чиновників, місцевої влади) та містить їх пряме просування, в тому числі, логотипи політика/партії на фото, позитивні/негативні характеристики політика чи його дій, замовні інтерв'ю (із лояльними питаннями), на ФБ-сторінках - коментарі з агітацією;
2. згадки про політика/партію без належного обґрунтування: залучення політика/партії в якості експерта, згадки про заходи за участю політиків/представників партій/чиновників з ігноруванням стандарту соціальної вагомості;
3. ідентичні чи майже ідентичні тексти про політиків/партії в різних ЗМІ, телеграм-каналах, ФБ-спільнотах;
4. тексти-«зливи», що містять компромат, мають на меті «очорнити» конкурентів, наприклад «Кивалов руками Шкарлета уничтожает конкурентов», «Олег Филимонов работал на КГБ во времена СССР» із недостовірними посиланнями на «експертні дані», «наші дані», заяви неназваних спеціалістів; або ж послідовна подача тільки однієї сторони конфлікту упродовж тривалого часу;
5. тексти, що містять агітацію, із неналежним маркуванням, на кшталт «ПР», «трибуна депутата», «політика», «суспільство» та ін. Для ФБ-сторінок - розміщення рекламних банерів, політичної агітації із закликами «голосуй» тощо.

Ознаками пропаганди вважалися:

1. тексти, що містять мову ворожнечі, спрямовану на дискредитацію України, її державності та ін., наприклад, «шпрыхенфюрер», «доктор смерть», вживання слова «вбивця», «злочинець» щодо окремих українських політиків, активістів – до відповідного рішення суду;
2. визнання державності «ДЛНР» або ж дискредитація України як держави, українських реформ на рівні стилістики (наприклад, вживання «ДЛНР», її «інституцій», політиків - без лапок; вирази на кшталт: «урядові війська» (щодо ЗСУ), «в Донбасі», старі, недекомунізовані назви населених пунктів України без уточнень, що населені пункти мають нову назву) – вербально чи візуально;
3. умисна дезінформація, перекручування фактів, тексти із недостовірними посиланнями щодо:
  - геноциду в Україні, «переслідування» нацменшин,
  - нетолерантність жителів Західної України,
  - неадекватної поведінки воїнів АТО/ООС,
  - заяв окремих європейських чиновників/публікацій окремих західних ЗМІ щодо мовної ситуації в Україні, необхідності «дати воду» в Крим, вести прямі перемовини із «ДЛНР» та ін.,
  - українських політиків, що «продалися» західним інституціям (НАТО, МВФ та ін.) або окремим особистостям, наприклад, Соросу;
  - інших «гарячих інфоприводів» (наприклад, «український/західний слід» у подіях в Білорусі.
4. тексти із нагнітанням панічних настроїв без належних посилань, чіткої аргументації, залучення експертної думки та ін.: «валютна паніка», «Україну очікує голод через коронавірус» та ін.;
5. тенденційний добір новин (із переважанням негативних характеристик України, та/або українців, та/або окремих явищ/подій в Україні або з українцями; із переважанням позитивних характеристик РФ, та/або її офіційних чи неофіційних представників/товарів/послуг тощо). Наприклад, тексти про українських військових - тільки негативні інфоприводи (вчинив злочин, ДТП та ін.).

Тексти, які викликали сумнів, позначалися знаком питання і розглядалися широким колом аналітиків.

Для того, аби виявити ступінь маніпулятивного впливу, оцінювання кожного матеріалу здійснювалося за шкалою:

- 1 – одиничний випадок проявлення ознаки, наприклад, одна згадка без редакційного обґрунтування
- 2 – два-три випадки із зазначеною ознакою
- 3 – інтенсивне проявлення ознаки