

«Джинса» - проплачений матеріал або навмисно прихована реклама

Вид:	Політична	Комерційна
Характеристика:	Реклама політичних діячів	Реклама товарів і послуг певної компанії
В якому вигляді:	<ul style="list-style-type: none"> » Статті або сюжети, що насправді пишуть прес-служби політичних партій або окремих політиків. Зазвичай, їх підписують псевдонімом. » Оприлюднення соціологічних досліджень сумнівних фірм, які зазвичай значно відрізняються від інших соціопитувань на користь певної політичної сили. » На сторінках газет часто з'являється псевдоаналітика маловідомих авторів, що підписуються як «політологи» і дають ніби експертну оцінку тій чи іншій події під кутом, вигідним для однієї з політичних сил. » Публікація різних «листів від...» робітників 	<ul style="list-style-type: none"> » Повністю рекламний текст, підготовлений професійними рекламистами (частіше трапляється в щоденних виданнях), який розміщується на сторінці поруч зі звичайними статтями (без позначення «реклама»). » Сюжети і публікації, що імітують за стилем новину або репортаж, проте є не що інше, як прихована реклама. » Прихована реклама на телебаченні може бути чисто візуальна (наприклад, використання героями серіалів певних видів продукції, розміщення на концертах або спортивних змаганнях на задньому фоні банерів, на яких нав'язливо зупиняється камера).
Технологія:	Замовник платить гроші (інколи менше, ніж за звичайну рекламу, а редактор/журналіст ставить матеріал як інформаційний, не позначаючи, що насправді це реклама). Вигода замовника - більше людей повірять інформаційному матеріалові, ніж матеріалові з поміткою «реклама». Вигода редактора/журналіста полягає в тому, щоб задовольнити замовника. При цьому, звичайно, факт передання грошей залишається невідомим, не обкладається податком, і оплачуються послуги готівкою.	
Ефекти:	<ul style="list-style-type: none"> » Уникання податків (тому що оплата прихованої реклами відбувається зазвичай готівкою); » люди позбавляються можливості отримувати об'єктивну інформацію (порушуються засади чесної журналістики); » «джинса» як один із видів корупції в ЗМІ (це, по суті, просто хабар, який дається медіа для того, щоб ЗМІ про щось розповіли добре, чи когось зганьбили, чи виставили у непривабливому світлі); » відбувається поширення прихованої реклами (що заборонено законодавством, бо будь-яка реклама має ідентифікуватися). 	
Ознаки:	<ul style="list-style-type: none"> » Згадується лише одна торговельна марка (політична партія, прізвище кандидата) або інша (виставляється як свідомо програтна); » окреслюється проблема, а її розв'язання пов'язане з певним брендом; » матеріал являє собою «тест-драйв» (певну пробу) з однозначно позитивними чи негативними результатами; » матеріал повністю присвячено економічним чи політичним досягненням бренду; » матеріал присвячений конфліктові, відображена позиція тільки однієї сторони; » матеріал не має явного інформаційного приводу; » фігурують сумнівні експерти; » представник підприємства (бренду) виступає як експерт, часто не у своїй темі; » говориться про нагороди, перемоги в бізнес-рейтингах або конкурсах; » говориться про успіхи бренду/компанії у сфері благодійності; » найчастіше розміщується в рубриках: «Думка», «Новини компанії», «Позиція» тощо; » ідентичне повторення матеріалу в кількох джерелах (показати приклад з Ляшком); » матеріал виходить за підписом журналіста-новачка (практиканта) або під псевдонімом. 	



Запитання-маркери:	Це не джинса, якщо ви відповіли на запитання «Так»	Це джинса, якщо ви відповіли на запитання «Так»
	<ul style="list-style-type: none">» Чи з'явилася б ця стаття без грошей?» Чи відповідає вона інтересам аудиторії або специфіці видання?» Чи дотримуються в матеріалі стандарти інформаційної журналістики (крім балансу, ще й стандарти правдивості, відмежування фактів від коментарів, точності, повноти)?» Чи є посилання на джерело інформації?» Чи пов'язаний цей матеріал з якимось значущим інформаційним приводом, а експерти заслуговують на довіру?	<ul style="list-style-type: none">» Матеріал підписано незвичним прізвищем, схожим на псевдонім (Степан Лісовий, Петро Степовий, Марина Лугова тощо)?» Чи міститься посилання під матеріалом на якийсь інтернетвидання (зазвичай не досить відоме)?» Розміщується цей матеріал під рубрикою «Погляд», «Позиція», «Актуально», «Вибір» тощо, а у вихідних даних видання зазначено, що під цими рубриками публікуються матеріали на правах реклами?» Мова статті не відповідає основній мові видання?

