**Тема 4. «Медіакухня»: як працюють сучасні ЗМІ?**

**4.1. Принципи якісної журналістики. Журналістські стандарти та етика**

Питання, які розглянемо:

* *Що таке якість?*
* *Які медіа вважали якісними раніше і які тепер?*
* *За якими стандартами мають працювати медіа?*
* *Хто, окрім споживачів, оцінює якість медіа?*
* *Про що йдеться у Кодексі журналістської етики?*

Якість є філософським поняттям. **Якість продукції — сукупність властивостей, які визначають ступінь придатності її для використання за призначенням**. Оцінити якість можна лише у порівнянні, бо якщо вживаєш щось одне і відчутно не потерпаєш від цього, ніколи не зрозумієш, наскільки воно якісне. Отже, коли є дефіцит чогось, ми споживаємо це, не замислюючись про якість, бо нема чим замінити. Коли ж є різноманіття, можна обирати, і для цього потрібно або скуштувати декілька видів, щоб порівняти і зробити висновки, або співставити те, що є, з якимось стандартом, взірцем-ідеалом. Отже, спробуємо виокремити ознаки, за яким ви зможете як споживачі оцінити медіа – наскільки якісним воно є.

Колись **якісними вважали виключно національні видання на кшталт «Дзеркала тижня», які порушували серйозні політичні, економічні, соціальні, культурні, релігійні питання в форматі аналітики, писали розлогі тексти, що потребували часу і зусиль на сприйняття, залучали знаних експертів і фахівців**. Також доволі довго існувало протиставлення якісному медіа масового, тобто розрахованого на невибагливого пересічного читача, який окрім інформації шукає в газеті розваг. Наразі вимоги змінились, і дослідники визнають, що і локальні, і розважальні медіа (так звані таблоїди) можуть бути якісними, тобто не тематика чи кількість читачів є вирішальними факторами. Тоді що?

У загальному сенсі **якісний журналістський продукт – той, що задовольняє потреби своєї аудиторії.** Тобто, по-перше, добре її знає, **комунікує з нею, намагається бути корисним і доступним**. Користь може полягати як в оперативному інформуванні, так і в тлумаченні складних тем або в надаванні рецептів, алгоритмів вирішення певних проблем. Під доступністю маємо на увазі не тільки зрозумілу аудиторії лексику і відповідний рівень тематики, а і, наприклад, наявність у медіа власного сайту, електронної версії, сторінки в Фейсбуці чи телеграм-каналу, а також різних форм передплати.

Сучасний погляд на якість журналістики – це про додану вартість. Наразі існує безліч можливостей дізнатись новину не з газети чи телеканалу, а, скажімо, з соцмережі. Але **аналіз, коментарі, експертиза, дослідження, досвід, розслідування – це вже сервіс, який запропонує тільки якісне медіа**.

Отже, кожен з нас, зважаючи на власні характеристики і потреби, на свій смак обирає, що йому споживати в світі медіа – які дивитись телеканали, фільми, слухати радіо чи подкасти, читати сайти, журнали, газети чи комікси. Але професійні стандарти важливі у будь-якій сфері нашого життя. Будинок, збудований з недотриманням будівельних стандартів, може впасти. Їжа, приготована без врахування санітарних стандартів, може вбити. Не менш важливими є і професійні стандарти в журналістиці – адже ЗМІ, передаючи інформацію, формують наше світосприйняття. Саме через призму медіа-сфери ми бачимо дійсність, і те, наскільки призма буде чистою, визначає наше ставлення до цієї дійсності.

Наразі маємо **шість загальноприйнятих стандартів, дотримання журналістами яких гарантує якість медійного продукту: баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота, оперативність.** Розшифруємо, що саме вимагає кожен з них від журналіста у його роботі.

**Оперативність** – вимога максимально оперативно та актуально висвітлювати події, проте не в збиток іншим стандартам.

**Точність – в**имога без викривлень передавати інформацію. Особливу увагу варто приділяти іменам героїв, власним назвам, числам.

**Повнота** – у новинах має бути відповідь на питання: що сталося, де сталося, коли та як сталося; до аналітики додається: чому сталося і до чого це призведе, а також коментарі експертів. До новин на сайтах також має бути дописаний бекграунд, у якому має бути зазначена передумова події, контекст та пояснені складні терміни. Перевірити повідомлення на повноту дуже просто: якщо після прочитання у вас залишились чи навіть з’явились запитання, значить, інформація не повна. Якщо ж ви отримали відповіді і все зрозуміло – навпаки.

**Баланс думок, точок зору** – забезпечує всебічність та безсторонність висвітлення події. Особливо важливий при висвітленні конфлікту, тоді необхідно надати слово та відобразити позиції всіх його сторін. При цьому сам журналіст має бути максимально неупередженим та не маніпулювати експертною думкою на користь однієї зі сторін.

**Відокремлення фактів від коментарів** – і знову журналіст має бути максимально незаангажований. Усі слова власне журналіста мають бути чітко відокремлені від фактів та коментарів експертів.

**Достовірність** – кожен факт, що подається у матеріалі, повинен мати **ідентифіковане та надійне джерело інформації**. Перевірка джерел інформації є одним із першочергових завдань журналіста.

Говорячи про якість медіа, процитуємо головного редактора [Детектора медіа](https://detector.media/community/article/182496/2020-11-14-shcho-stalosya-z-yakisnoyu-zhurnalistykoyu-i-yak-ii-vryatuvaty/) Отара Довженко, який не вважає журналістикою *«безперервний, часто безредакторний, переважно бездумний конвеєр, який транслює аудиторії довільні шматки інформації, переважно отримані самопливом від прес-служб і піарників, а також із соціальних мереж»*. Журналістикою він називає *«процес розповідання історій та пошуку відповідей на важливі запитання, які допомагають читачу-глядачу-слухачу дізнатися, що відбулось або відбувається, зрозуміти, чому все саме так, і виробити ставлення та підготуватись до прийняття усвідомлених рішень».*

Отже, підсумуємо. **Якісне медіа:**

* Дотримується стандартів.
* Поширює лише перевірену інформацію, корисний авторський контент. Не передруковує прес-релізи, не запозичує чуже, а якщо запозичує – позначає джерело.
* Використовує різні жанри подачі матеріалу і пише на теми, що цікаві саме його споживачам.
* Відкрито заявляє про своїх власників і джерела фінансування, має редакційну політику, з якою будь хто може ознайомитись.
* Маркує рекламу і відокремлює її від журналістського контенту.

Тобто, як бачите, щоб оцінити якість треба докласти неабияких зусиль. Зауважимо, що в Україні існує низка організацій, які системно досліджують медіа середовище і аналізують якість різних телепродуктів, національних і локальних газет і сайтів. Зокрема, моніторингами медіа в Україні займаються ГО «Детектор медіа», ГО «Інститут масової інформації» ([ІМІ](https://imi.org.ua)), ГО «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» ([ІДПО](https://idpo.org.ua/)), ГО «Інститут розвитку регіональної преси» ([ІРРП](https://irrp.org.ua/)) тощо.

За результатами цих моніторингів регулярно публікуються звіти, в яких можна побачити перелік лідерів та аутсайдерів в цих перегонах якості. Одна з таких організацій – Інститут масової інформації, періодично формує рейтингові списки електронних медіа національного рівню. Отже, по даним на вересень 2021 року, найвищий рівень дотримання стандартів показали такі сайти: “Суспільне”, “Дзеркало тижня”, “Ліга”, “Українська правда”, “Бабель”, “Громадське”, “Букви”, “Еспресо” та Новое Время (НВ).

Як у будь-якій царині, в журналістиці свої закони і правила. І якщо **зовнішній бік професії регламентують стандарти, внутрішня кухня журналістики залишається на совісті кожного окремого кореспондента чи редактора**. Хоча в Україні, звісно, існують і органи, що опікуються журналістською поведінкою, і певні норми законів, **за порушення професійних стандартів журналістики відсутнє суттєве покарання, навіть штрафні санкції**. Отже, кожен медійник має дбати про дотримання журналістської етики, спираючись на відповідний кодекс, що було прийнято у 2004 році, а нині діє редакція 2013-го року.

[Кодекс журналістської етики](https://cje.org.ua/ethics-codex/) містить 19 статей. Вони написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства. Кожна стаття – це стисле гасло, і деякі з них дублюють стандарти, що свідчить про тісний зв’язок між етикою і практикою. Ось, наприклад, деякі, що мають загальний суспільний сенс і певне відношення до діяльності влади.

* Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.
* Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини.
* Журналіст зобов’язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилося, що вона не відповідає дійсності.
* Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації.
* Журналіста не можна службовим порядком зобов’язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам.

Ви завжди можете дізнатися детальну інформацію про те, як саме [закони України регулюють журналістські етику і стандарти](https://imi.org.ua/monitorings/yak-zhurnalistska-etyka-i-standarty-rehulyuyutsya-zakonamy-ukrajiny-i28367). Про кожний з журналістських стандартів, про цінність медіа та можливі інструменти їхнього вимірювання, є докладні ролики від [Комісії журналістської етики](https://www.youtube.com/channel/UC9HRqIHngjhexrwXtqXaVrg) на Youtube.

**Завдання**

1. Ознайомтесь із текстом [Будуємо успішну Білокуракинську селищну громаду разом! Забезпечення сталого еко середовища](https://gurt.org.ua/news/informator/73082/). Чи дотримані у ньому усі журналістські стандарти? Якщо ні, то що саме не так?
2. З власного досвіду наведіть приклад неетичної поведінки або журналістського матеріалу з порушенням етики, Поясніть, у чому проблема.

**Примітка**

Щоб наша комунікація була ефективною, просимо в електронному листуванні називати файли із виконаними завданнями за такою схемою: перша цифра – номер теми, друга – номер лекції, завдання до якої ви виконуєте. + Назва населеного пункту, громаду якого ви представляєте + ваше прізвище (в самому файлі чи у листі вкажіть ваше ім’я також). Наприклад, для відповіді на питання до цієї лекції слід створити файл 4.1.Назва населеного пункту.Прізвище. Якщо уявити, що завдання виконувала людина на прізвище Горбенко з Краматорської громади, назва файлу має бути такою: 4.1.Краматорськ.Горбенко.

Усього в курсі чотири теми, в кожній з яких по три лекції. Просимо для кожного завдання створювати окремий файл і прикріпляти його до листа, а не вкладати текст/таблиці в «тіло» листа. Надсилати на електронну пошту: visibilityofcommunities2021us@gmail.com.

У разі виникнення питань до змісту цієї лекції, пишіть на цю ж адресу або звертайтесь до Олени Самойленко у Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=100007428304349