

IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2019.74.4>

UDC 007:654.197:174

Competence and Identification of Experts in the Context of Balance and Reliability Information Standards Implementation

Oleg Dzholos

PhD. (social communications)

*Institute of Journalism, National Taras Shevchenko University of Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: jolos72oleg@gmail.com

ABSTRACT

The urgency of the research of the issue related to implementation of journalistic standards by TV broadcasters in Ukraine is due to rapid development of information TV channels. These TV channels work in the format of conversation, when during broadcasting the audience can hear the thoughts of experts in order to implement the standards of opinions and views. At the same time the Ukrainian news journalism not always maintain the standards of information broadcasting. Along with this the standards of balance and reliability, separation of facts from opinions, completeness, accuracy and reliability of information are outlined most often in the editorial statutes of TV companies.

When analyzing the issue related to implementation of journalistic standards mentioned above, the author draws attention to the question of involvement of the experts into TV programs.

The standard of balance of information or views and opinions means that all speakers can be heard on the conflict-related issues, in particular, those experts who have different point of views on the certain problem. The most part of things happening in Ukraine and in the world demands highly qualified comments from the specialists who are competent in the relevant issues. Such comments will ensure the standards of information broadcasting and the audience's rights to obtain unbiased information.

Consequently it is concluded that captioning of experts that determines their duties, organizations or businesses they represent cannot be considered as advertisement. This information must be regarded as implementation of the standards of information reliability.

KEYWORDS: journalistic standards; reliability of information; balance of opinions; television; expert.

Компетентність та ідентифікація експертів у контексті дотримання стандартів збалансованості та достовірності інформації

Джолос Олег Володимирович, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент

Резюме

Інформаційні телеканали працюють у розмовному форматі, і глядачі мають можливість протягом усього ефіру чути думки експертів. Водночас українська новинна журналістика не завжди бездоганно дотримується стандартів інформаційного мовлення, зокрема балансу думок і точок зору. До таких стандартів, які викладені у редакційних статутах телерадіоорганізацій, належать стандарти збалансованості та достовірності, відокремлення фактів від коментарів, повноти, оперативності та точності інформації. Аналізуючи проблеми дотримання згаданих вище стандартів інформаційного мовлення, автор звертає увагу на питання залучення експертів у телевізійні програми.

Стандарт збалансованості інформації передбачає надання слова всім сторонам (зокрема експертам), які мають свою точку зору на певне питання. Значна кількість подій, які відбуваються в Україні і світі, потребує кваліфікованих експертних коментарів від спеціалістів у відповідних галузях знань. Завдяки таким коментарям забезпечується дотримання стандартів інформаційного мовлення та право людей на отримання об'єктивної інформації. При цьому повне титування експертів із зазначенням їх посади та організації, яку вони представляють, не має розцінюватися як реклама. Таке титування доцільно вважати інформуванням і сприймати як виконання стандарту достовірності інформації.

Ключові слова: журналістські стандарти; достовірність; баланс думок; телебачення; експерт.

Джолос О.В. Компетентность и идентификация экспертов в контексте соблюдения стандартов сбалансированности и достоверности информации

Информационные телеканалы работают в разговорном формате, и зрители имеют возможность в течение всего эфира слышать мнения экспертов. В то же время украинская новостная журналистика не всегда безупречно соблюдает стандарты информационного вещания, в частности баланса мнений и точек зрения. К таким стандартам, которые изложены в редакционных уставах телерадиоорганизаций, принадлежат стандарты сбалансированности и достоверности, отделения фактов от комментариев, полноты, оперативности и точности информации. Анализируя проблемы соблюдения упомянутых выше стандартов информационного вещания, автор обращает внимание на вопросы привлечения экспертов в телевизионные программы.

Стандарт сбалансированности информации предусматривает предоставление слова всем сторонам (в частности экспертам), которые имеют свою точку зрения на определенный вопрос. Значительное количество событий, которые происходят в Украине и мире, нужда-

ется в квалифицированных экспертных комментариях специалистов соответствующих областей знаний. Благодаря таким комментариям обеспечивается соблюдение стандартов информационного вещания и право людей на получение объективной информации. При этом полное титрование экспертов с указанием их должности и организации, которую они представляют, не следует расценивать как рекламу. Такое титрование целесообразно считать информированием и воспринимать как выполнение стандарта достоверности информации.

Ключевые слова: журналистские стандарты; достоверность; баланс мнений; телевидение; эксперт.

1. Вступ

Відповідно до результатів постійних досліджень впливу медіа на формування громадської думки в Україні, основними джерелами отримання інформації є загальнонаціональні телеканали та випуски новин на них [1]. Тому на телебаченні значна роль відводиться новинним, інформаційно-аналітичним програмам, коментарям та інтерв'ю експертів на актуальні теми. Водночас українська новинна журналістика не завжди бездоганно дотримується стандартів інформаційного мовлення, про що свідчать відповідні моніторинги інтернет-видання «Детектор медіа» [2]. До таких стандартів, які найчастіше викладені у редакційних статутах телерадіоорганізацій, належать, зокрема, стандарти збалансованості, достовірності, відокремлення фактів від коментарів, повноти, оперативності та точності інформації.

Стандарт збалансованості інформації або «баланс думок і точок зору» передбачає надання слова всім сторонам із конфліктного питання, зокрема експертам, які мають протилежну до загального тону новини точку зору на певне питання. Достовірність, своєю чергою, передбачає наявність ідентифікованого та підтвердженого джерела, а також підтвердження кожного факту, що лунає в певній передачі чи матеріалі [3, с. 131–132].

Повертаючись до проблеми дотримання згаданих вище стандартів інформаційного мовлення, варто зупинитись на питанні залучення експертів у телевізійні програми. Значна кількість подій, які відбуваються в Україні та світі, потребує кваліфікованих експертних коментарів від спеціалістів у відповідних галузях знань. Завдяки таким коментарям забезпечується дотримання стандартів інформаційного мовлення, а також право людей на отримання об'єктивної інформації.

Водночас в Україні існує ситуація, коли один експерт може коментувати події з непов'язаних між собою тем або пов'язаних з різними галузями: від виборів Президента США до вивезення сміття зі Львова. Таким чином, цінність отримання коментарів від подібної особи з точки зору дотримання стандартів інформаційного мовлення нівелюється.

Втім, проблема не закінчується на питанні підбору експертів. Достатньо поширеною на українських телеканалах є ситуація, коли особа, яка справді може бути фахівцем у відповідній галузі, титрується на кшталт «політичний експерт», «політолог», «медіаексперт», «громадський активіст», інколи не титрується взагалі. Титрування людини як абстрактного «фахівця» чи «експерта» не дає змоги зрозуміти звичайному глядачеві, яким є рівень компетенції запрошеного гостя та ідентифікувати його як представника конкретної професії, галузі, компанії, установи, громадської організації тощо.

2. Теоретичне підґрунтя

Взірцем професійних стандартів у журналістиці називають редакційні цінності BBC. У редакційних настановах Британської телерадіомовної корпорації зазначені такі журналістські цінності (стандарти): правдивість і точність, безсторонність і багатоманітність думок, редакційна чесність і незалежність, служіння суспільним інтересам, справедливості, недоторканність приватного життя, недискримінація, врахування інтересів вразливих груп суспільства, підзвітність аудиторії. Ці настанови «сприятимуть у підготовці таких програм, якими ми всі зможемо пишатися, і які відповідатимуть найвищим стандартам, що їх за правом очікує від нас громадськість», – вважає генеральний директор Бі-бі-сі Марк Томпсон [4].

Українські медіаексперти І. Куляс та О. Макаренко узагальнили міжнародні й національні журналістські стандарти [5] та виокремили сім основних новинних стандартів:

1. Баланс думок: зібрано думки всіх сторін конфлікту чи всіх важливих гравців, коли йдеться про подію чи проблему.

2. Оперативність: подача інформації в найближчому випуску теле- чи радіоновин, номері газети/журналу, максимально швидко в онлайн-медіа.

3. Достовірність: ідеться про те, звідки, з яких джерел надійшла інформація, і чи компетентними є ці джерела.

4. Точність: відповідність кожного поданого факту реальності; дослівність цитування/переказу думок.

5. Відокремлення фактів від коментарів: у новинах неприйнятні жодні оцінки й висновки журналіста (ведучого чи репортера), кожна суб'єктивна думка має бути чітко позначена.

6. Повнота: наявність ключових даних про подію, тобто з новини має бути зрозуміло, що, коли, де, як і чому сталося, хто до цього причетний.

7. Простота: простота подачі інформації, проста і зрозуміла мова повідомлення.

У лютому 2018 р. під час публічної дискусії «Експерти в медіа та професійні стандарти журналістики: кого запрошувати і як титрувати?», яку організувала Незалежна медійна рада, було розроблено та представлено на розгляд Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення рекомендації щодо принципів запрошення та титрування експертів у ЗМІ [6].

Отже, повертаючись до проблем інформаційної журналістики в Україні, пов'язаних із дотриманням згаданих вище стандартів, варто зупинитися на проблемі залучення кваліфікованих експертних коментарів від спеціалістів. Саме завдяки таким коментарям можна створювати якісний журналістський контент.

Метою статті є визначення умов дотримання стандарту збалансованості через запрошення кваліфікованих експертів з певних галузей знань для надання коментарів та дотримання стандарту достовірності через належне титрування експертів на телебаченні.

Відповідно до мети дослідження було поставлено такі *завдання*:

- запропонувати принципи роботи із залучення експертів для участі у телевізійних програмах;
- надати рекомендації щодо титрування (ідентифікації) експертів на телебаченні.

3. Методи дослідження

У роботі використано такі методи дослідження: аналіз відповідних публікацій – для загальної розвідки теми та визначення теоретичного рівня її вивчення, а також для дослідження досвіду впровадження і виконання журналістських стандартів в Україні і за кордоном; контент-аналіз – для вивчення принципів запрошення та титрування експертів на українському телебаченні.

4. Результати й обговорення

Залучення експертів до коментування певних подій у межах новинних передач має розглядатися передусім з погляду збалансованості подання інформації. Саме залучення різних експертів є одним з основних інструментів досягнення балансу через представлення альтернативних точок зору на проблему – або ж надання нейтральної думки зовні [7, 43–44].

Питання компетентності експерта з певної теми важко чітко встановити. Коло причин для цього є достатньо широким: велика кількість спеціалістів у певній сфері, відсутність чи неможливість встановлення єдиних критеріїв компетентності, гіпотетичні корпоративні інтереси та заангажованість тощо. Водночас слід відзначити ініціативу громадського сектору розробити бази експертів для медіа [8]. Але поки вони не є затребуваними у ЗМІ, не можна стверджувати, що ці бази здатні вирішити проблему запрошення на телебачення «своїх» експертів та «експертів з усього». Така практика є неприпустимою, оскільки веде до порушення стандартів інформаційного мовлення, а саме: балансу думок і точок зору.

Щодо питань, пов'язаних із титруванням, поширеною є точка зору, що вказування у титрах чи у матеріалі посади та місця роботи особи, яка дає коментар, є рекламою. Відповідно до визначення, яке міститься у Законі України «Про рекламу», *реклама* – інформація про особу чи товар, розповсюджена у будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару [9]. Таке визначення є достатньо широким і дозволяє визначати як рекламу широке коло різноманітних матеріалів. Окремо варто звернути увагу на статтю 9 Закону України «Про рекламу», де йдеться про ідентифікацію реклами. За логікою цієї статті, реклама має бути чітко відокремленою від іншої інформації за допомогою будь яких засобів. До того ж цією статтею передбачені винятки щодо матеріалів, які не мають ідентифікуватися як реклама. Основною характеристикою, що об'єднує ці винятки, є саме їх мета: інформування про щось чи когось, без мети «продати» щось. На наше переконання, титрування осіб, які присутні в телевізійному ефірі і є залученими до коментування певної події чи ситуації, має функцію саме інформування про учасників передачі.

Крім функції інформування, належне, тобто повне титрування, дає змогу ідентифікувати відповідні компетенції та посади спікерів на телебаченні, а також полегшує здатність до фактчекінгу – перевірки наскільки відповідна особа має можливості надавати кваліфіковані коментарі, є незаангажованим спеціалістом у заявленій сфері, а отже, наскільки інформація, надана такою особою, може вважатися достовірною.

Звісно, у контексті титрування, може виникнути питання прихованої реклами та її відрізнення від простого інформування про особу. Втім, журналістам варто розрізняти ці факти. Прихована реклама у титруванні має певні ознаки: відсутність актуального новинного чи інформаційного значення у висвітленні діяльності певної особи, а також факти, які дають підставу говорити про відвертий інтерес певного суб'єкта донести інформацію про себе або свої послуги чи відповідні ознаки, що явно превалює над наявним інтересом споживачів в отриманні такої інформації. Окремий факт, який слід брати до уваги, – це постійна поява одних і тих самих експертів чи згадок про певних осіб (організацій) у тих самих передачах.

5. Висновки

Визначаючи пропозиції щодо дотримання стандарту збалансованості через запрошення кваліфікованих експертів із певних галузей знань для надання коментарів та дотриман-

ня стандарту достовірності через належне титрування експертів на телебаченні, мовники мають відмовитися від практики запрошення винятково «своїх» експертів та ретельніше підходити до вибору фахівців, які надають коментарі в інформаційно-аналітичних передачах. При такому відборі слід користуватися відповідними базами експертів, запропонованими громадськими організаціями та освітніми установами, на кшталт підготовлених Інститутом масової інформації, Українським католицьким університетом [10]. Також необхідно вивчати попередній досвід особи-експерта, його можливості кваліфікованого коментування тієї чи іншої теми. Журналісти у підготовці своїх матеріалів мають забезпечити поліваріативність експертного середовища, а також з'ясувати наявність у експерта конфлікту інтересів.

У контексті забезпечення стандарту достовірності інформації титрування експертів як представників певної організації із зазначенням їх посад при наданні коментарів з актуальних питань в інформаційно-аналітичній журналістиці має розцінюватися як інформування, а не як реклама. Крім функцій такого інформування, належне титрування дає змогу ідентифікувати відповідні компетенції й посади спікерів на телебаченні, коментаторів у друкованих медіа, що є певним доказом – наскільки інформацію, надану такою особою, можна вважати компетентною і достовірною. Таке титрування має сприйматися як належна практика, що сприяє дотриманню стандарту точності та достовірності подання інформації.

Отже, з метою дотримання професійних журналістських стандартів під час залучення експертів до коментування слід запропонувати українським мовникам такі рекомендації:

- належно перевіряти кваліфікацію експертів у визначеній сфері перед запрошенням до висловлення думки;
- відмовитися від практики залучати заангажованих осіб, які мають конфлікт інтересів, до коментування будь-якої тематики під виглядом незалежних експертів;
- всі коментарі політиків супроводжувати відповідним титруванням їхньої приналежності до певної політичної сили;
- належно ідентифікувати експертів, вказувати їхню посаду й місце роботи.
- Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення не розглядати таке титрування як рекламу;
- експертам чітко ідентифікувати власну кваліфікацію та компетентність у відповідних галузях знань.

References

1. Ukrainska Pravda (2017), "The Ukrainians obtain mostly the news from TV, relatives and neighbors", available: <http://www.pravda.com.ua/news/2017/02/13/7135281/> .- (accessed 08 March 2019).
2. Detektor Media (2019), *Monitoring*, available: <http://stv.detektor.media/kontent/monitoryng/> (accessed 08 March 19).
3. Vashenberg, Z. (2004), *News Journalism: a Textbook*, Academy of Ukrainian Press, Kyiv, 262 p.
4. BBC News (2019), *The BBC's Editorial Guidelines*, available: http://journlib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf (accessed 08 March 2019).
5. Kulas, I. & Makarenko, O. (2006), *Effective Television Production: Information Broadcasting Standards; Professional Ethics of Journalist-Informer: A Practical Guide For Journalists*, Vydavnytstvo KhBB, Kyiv, 120 p.
6. Independent Media Council (2019), *Recommendation No. 2 On the Principles of Inviting the Guests and Chyron for the Experts in Information and Analytical Journalism*, available: <https://mediarada.org.ua/recommendations/2/>.- (accessed 08 March 2019).

7. Randall, D. (2007), *The Universal Journalist*, Kyiv, 288 p.
8. Expert 4 media (2019), available: <http://expert4.media/ua/> (accessed 08 March 2019).
9. Verhovna Rada of Ukraine (1996), *The Law of Ukraine On Advertising as of 03.07.1996 N 270/96-BP*, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vp/page> (accessed: 08.03.19).
10. Respect: a Campaign Against Sexism /Povaga: Kompaniia Proty Seksyzmu (2019), available: <http://povaha.org.ua/> (accessed 08 March 2019).

Submitted 12.03.2019

Список літератури

1. «Українська правда». URL : <http://www.pravda.com.ua/news/2017/02/13/7135281/>. - (дата звернення: 08.03.19).
2. «Детектор медіа» URL : <http://stv.detector.media/kontent/monitoring/> (дата звернення: 08.03.19).
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика : Навчальний посібник / за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, 2004. 262 с.
4. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі. URL : http://journalib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf (дата звернення: 08.03.19).
5. Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовин: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника : Практичний посібник для журналістів. Київ: Видавництво ХББ, 2006. 120 с.
6. Незалежна медійна рада. URL : <https://mediarada.org.ua/recommendations/2/>. - (дата звернення: 08.03.19).
7. Рендол Д. Універсальний журналіст. Київ, 2007. 288 с.
8. «Expert 4 media». URL : <http://expert4.media/ua/> (дата звернення: 08.03.19).
9. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. N 270/96-ВР // Офіційний сайт Верховної Ради України. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-vp/page> (дата звернення: 08.03.19).
10. «Повага». URL : <http://povaha.org.ua/> (дата звернення: 08.03.19).

Надійшла до редколегії 12.03.2019.