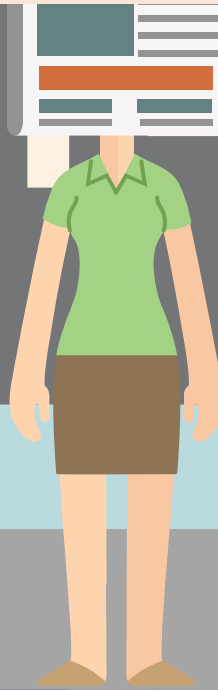
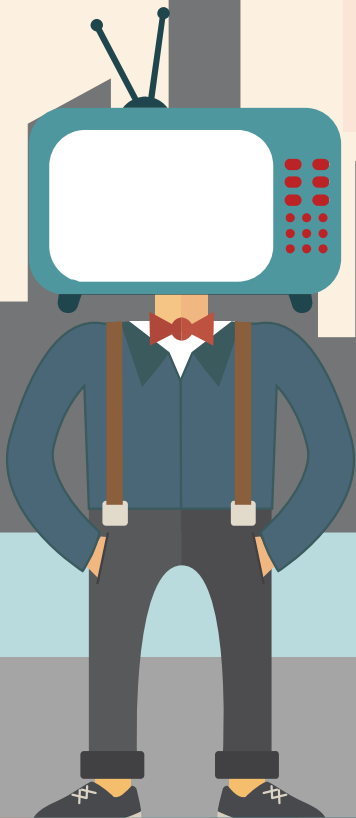


ТЕМА 4. Медіаспоживання

ПИТАННЯ:

1. Основні журналістські стандарти якості матеріалу.
2. Цензура і самоцензура.
3. «Джинса».



РЕПОРТАЖ

«ЯК ВИГЛЯДАЄ СТАНДАРТНИЙ СЮЖЕТ НОВИНИ?»



Основні журналістські стандарти якості матеріалу:



1

Баланс думок і точок зору;

2

Повнота передачі фактів та інформації;

3

Відмежування фактів від думок /
коментарів

4

Достовірність

5

Посилання на джерело інформації

6

Точність викладу матеріалу

Журналістський матеріал

Стандарт	Якщо є	Якщо немає
Баланс думок і точок зору	<p>Має:</p> <ul style="list-style-type: none">- кілька присутніх сторін описуваної ситуації;- відображення позиції кожної сторони;- кожна позиція аргументується. <p>У разі відмови сторони коментувати ситуацію, журналіст повинен обов'язково написати або сказати про це в ефірі.</p> <p>Думка експертів використовується ТІЛЬКИ як оцінка коментаря або ж прогнозування подальшого розвитку події. Експерти НЕ пояснюють ситуацію.</p>	<p>Має:</p> <ul style="list-style-type: none">- тільки позицію однієї із сторін;- думка експерта подається як пояснення ситуації з позиції цієї сторони.

Журналістський матеріал

Стандарт

Якщо є

Якщо немає

Відповідає на 4
головні питання

**Що? Де? Коли?
Як?**

Повнота

Відсутня відповідь на одне із запитань. Причому, найчастіше не дається інформація щодо найважливішого запитання для осмислення новини – на питання «**Як?**» Дане запитання є найважливішим при переосмисленні інформації, оскільки несе в собі деталі описуваної журналістом ситуації. Без відповіді на це запитання матеріал несе тільки загальний характер.

Журналістський матеріал

Стандарт

Якщо є

Якщо немає

Відмежування фактів від думок (коментарів)

Містить:

- тільки один єдиний факт того, що відбувається – думки / коментарі сторін, втягнутих у ситуацію / конфлікт повинні супроводжуватися ідентифікацією людини, якій вони належать. Окремо необхідно вказати, що у теленовинах ведучий не має права висловлювати свою точку зору на подію. Він повинен тільки повідомляти інформацію. Експерти мають представляти (у випадку опису конфлікту) позиції, які не співпадають.

Містить:

- особисту думку журналіста, репортера, ведучого (але особиста думка допустима тільки на авторській програмі або ж у публіцистичній статті із зазначенням «Думка» та ідентифікацією людини, якій ця думка належить);
- узагальнене посилення на думки (наприклад, група британських учених, експерти, спостерігачі, свідки і т. п.)

Журналістський матеріал

Стандарт

Якщо є

Якщо немає

Достовірність

Містить:

- посилання на компетентне джерело отримання інформації;
- анонімне джерело допускається **ТІЛЬКИ**, якщо передається виключно важлива для суспільства інформація особливу увагу слід звертати на реконструкцію події. Така реконструкція в будь-якому разі – це погляд журналіста на те, що відбулося. Тут великі можливості для маніпуляції.

Містить:

- узагальнене посилання на джерело отримання інформації;
- не містить посилання на джерело взагалі;
- анонімне джерело;
- використання архівних матеріалів (фото або відео зроблені в інший час: можна визначити за освітленням в різний час дня, по одягу і рослинності в різні пори року і т. п.).

Журналістський матеріал

Стандарт

Якщо є

Якщо немає

Точність

Містить:

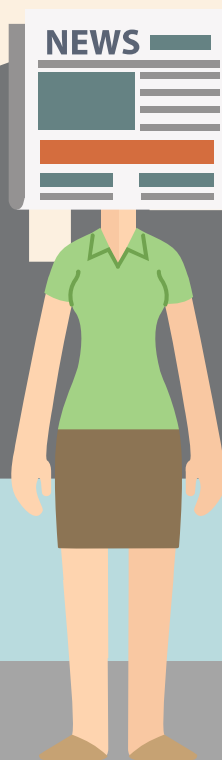
- ретельну перевірку назв, імен, цифр, понять;
- виправлення своїх помилок (за наявності)

Містить:

- невідповідність тексту і супровідних ілюстрацій, відеоматеріалів;
- заголовки, які не відповідають викладеному матеріалу;
- цитати змінено;
- помилки у назвах, іменах, цифрах, поняттях, аббревіатурах

2

ЦЕНЗУРА, САМОЦЕНЗУРА



Цензура – контроль держави, організацій або групи людей над публічним проявом думок і творчості людини. Як правило, проявляється у подавленні ідей, тем. Як виправдання цензури, її часто застосовують при необхідності стабілізувати суспільство.



20 країн з найвищими показниками смертності журналістів

1. Ірак: 168	11. Бразилія: 34
2. Сирія: 85	12. Афганістан: 27
3. Філіппіни: 77	13. Туреччина: 20
4. Алжир: 60	14. Шрі-Ланка: 19
5. Сомалі: 57	15. Боснія: 19
6. Пакистан: 56	16. Бангладеш: 19
7. Росія: 56	17. Руанда: 17
8. Колумбія: 46	18. Таджикистан: 17
9. Індія: 37	19. Сьєрра-Леоне: 17
10. Мексика: 35	20. Ізраїль та окупована територія Палестини: 16

Міжнародна неурядова організація Комітету із захисту журналістів

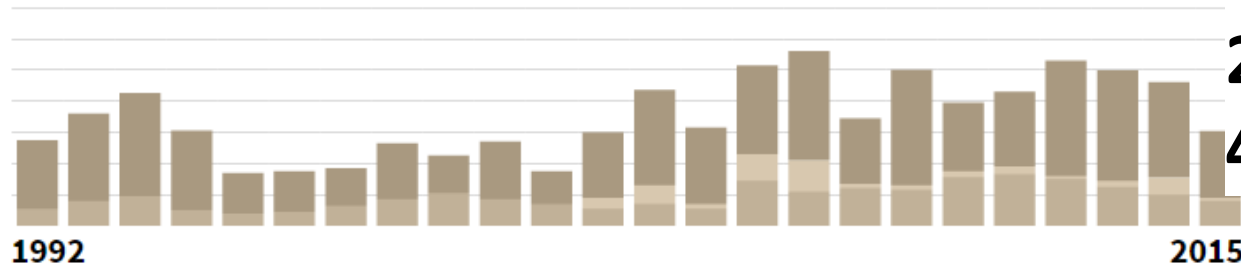
 Data & Research

з 1992 року в світі було вбито 1149 журналістів

43 журналісти вбито, 2015

221 ув'язнені, 2014

456 зазнали заслання, 2008



Умови, за якими працює цензура в нашій країні:

- безкарність політичних діячів за незаконне обмеження прав ЗМІ;
- безпідставне (без судового процесу) вилучення або затримка тиражів друкованих ЗМІ;
- безпідставні скасування угод з оренди приміщень;
- численні випадки необґрунтованої відмови в акредитації журналістам видань;
- тиск на пресу за допомогою судових позовів і створення нерівних умов конкуренції;
- подача позовів до суду на відшкодування заподіяної моральної шкоди або шкоди діловій репутації на невиправдано великі суми;
- найсерйозніше прояв – фізичне насильство.

Існує ще цензура: ідеологічна, духовна, моральна. Вона встановлюється через історично складені культурні особливості країни, релігійні заборони.

Умови, за якими працює самоцензура в нашій країні:

Самоцензура сформувалася, виходячи з двох чинників:

- страху стати жертвою (журналіст свідомо розуміє, до чого може привести оприлюднення певної інформації і, побоюючись стати жертвою, приходять до особистого переосмислення необхідності публікувати ту чи іншу інформацію);
- так званої «суспільної позиції» (досить спірний чинник, який вимагає журналіста ретельно перевіряти інформацію, щоб створювати позитивний образ особи)

ВИСНОВОК:

- Люди позбавлені можливості отримувати об'єктивну інформацію
- У людей формується маніпулятивний погляд, навіяний ЗМІ, тобто уявлення людей про події відрізняються від того, що відбулося насправді.
- Люди стають жертвами маніпуляцій, пропаганди.

Позитивний і негативний ефекти цензури

Негативний ефект

- цензура дезорієнтує людей,
- змінює погляди,
- позбавляє можливості отримувати об'єктивну інформацію.

Позитивний ефект

- виникає у разі:
- коли ЗМІ розміщують порнографічні матеріали там, де їх можуть побачити неповнолітні;
 - вживання нецензурної лексики;
 - детального зображення смертей, убивств, самогубств: картин, які можуть вплинути на психічний стан людей.

Позитивний і негативний ефекти самоцензури

Негативний ефект	Позитивний ефект
<ul style="list-style-type: none">- цензура дезорієнтує нас,- змінює погляди,- позбавляє можливості отримувати об'єктивну інформацію.	<p>виникає тільки при ефективному і правильному її застосуванні, а саме як фільтр інформації, що може викликати паніку (це вкрай рідко, але буває).</p> <p>Як зазначав суддя Верховного суду США Голмс, не можна «кричати неправду про пожежу в переповненому театрі».</p>

3

ДЖИНСА

«Джинсой» (джинса' – наголос на останній склад) журналісти називають проплачений матеріал або навмисне приховану рекламу. Це сленгове слово, яке має застосування на ринку ЗМІ насамперед в Україні та колишніх країнах СНД.



ЯК ГОТУЮТЬ «ДЖИНСУ»



Політична реклама – реклама політичних діячів

- 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, шахтарів, працівників медичної сфери, освітньої та ін.

Комерційна реклама – реклама товарів або послуг певної компанії

- Повністю рекламний текст, підготовлений професійними рекламістами (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).

ОЗНАКИ «ДЖИНСИ»

- Згадується лише одна торговельна марка (політична партія, прізвище кандидата) або інша (виставляється як свідомо програшна);
- 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;

ОЗНАКИ «ДЖИНСИ»

- матеріал присвячений конфліктові, відображена позиція тільки однієї сторони;
- матеріал не має явного інформаційного приводу;
- фігурують сумнівні експерти;
- говориться про нагороди, перемоги в бізнес-рейтингах або конкурсах;
- говориться про успіхи компанії у сфері благодійності;
- ідентичне повторення матеріалу в кількох джерелах;
- матеріал виходить за підписом журналіста-новачка (практиканта) або під псевдонімом.

Це не джинса, якщо ви відповіли на запитання «Так»

- 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?

Це джинса, якщо ви відповіли на запитання «Так»

- Матеріал підписано незвичним прізвищем, схожим на псевдонім (Степан Лісовий, Петро Степовий, Марина Лугова тощо)?
- Чи міститься посилання під матеріалом на якесь Інтернет видання (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?

Комерційна «джинса»

Згадується лише одна торгова марка

A

Матеріал представляє тільки позитивні результати

B

Відображено позиція лише однієї сторони

C

Матеріал не має явного інформаційного приводу

D

Говориться про успіхи підприємства, його значущості

E

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

