

УДК 070:316.77]:81'276.6(043.2)

*Борищук В. В., здобувач вищої освіти,  
Стеблина Н. О., д-р політ. наук, професор,  
в. о. зав. кафедри журналістики та соціальних комунікацій,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

## ВПЛИВ ГРАМОТНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ НА ДОВІРУ СУСПІЛЬСТВА ДО ЗМІ

*Анотація.* У дослідженні вдалося простежити ставлення здобувачів освіти щодо впливу грамотності журналістів на їх довіру до ЗМІ. Визначено, що попри нерівномірну частоту фіксації, респондентами мовних помилок та різної реакції на них, порушення грамотності частково або суттєво знижує довіру аудиторії до професійних медіа, що може призводити до відмови споживати їх новини.

*Ключові слова:* грамотність, ЗМІ, довіра суспільства, мовні норми, медіалінгвістика.

**Вступ.** Медіапростір перенасичений різними інформаційними джерелами, звідки кожен може дізнатися про події у своєму місті, країні та світі. Серед них і офіційні ЗМІ, які щодня конкурують між собою та боряться за увагу аудиторії. Професійним медіа важливо підтримувати свою репутацію на високому рівні, яка впливає на кредит довіри суспільства. Основою якісної журналістики є дотримання професійних стандартів, адже «повага до істини та права громадськості на правду – перший обов’язок журналіста» [1], а тому їх порушення призводить до втрати рівня довіри серед аудиторії. Проте чи є важливим для журналістів мати високий рівень грамотності, щоб підтримувати свій імідж як професійного ЗМІ, – досі залишається малодослідженим, що зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Мета – проаналізувати ставлення здобувачів вищої освіти щодо впливу грамотності журналістів на їх довіру до професійних ЗМІ. Емпіричною базою дослідження є результати онлайн-опитування, проведеного у період з 2 до 27 вересня серед здобувачів вищої освіти. Його пройшли студенти 6 з 11 галузей знань і спеціальностей, новий перелік якого нещодавно затвердив Кабінет Міністрів України [3]. Серед опитаних – здобувачі таких галузей знань: Освіта (23 %), Культура, мистецтво та гуманітарні науки (19,5 %), Соціальні науки, журналістика та інформація (18,5 %), Інформаційні технології (18 %), Охорона здоров’я та соціальне забезпечення (11,5 %) і Бізнес, адміністрування та право (9,5 %).

**Виклад основного матеріалу.** Щоб зрозуміти, чи можуть порушення мовних норм у журналістських текстах впливати на довіру здобувачів, спочатку ми запитали, як часто та де вони споживають новини. Згідно з результатами, 67 % опитаних щодня споживають новини, що можна пояснити складним періодом життя українців, коли потрібно бути в курсі подій, що відбуваються, та швидко реагувати на них. Майже щодня переглядають новини 19,5 % здобувачів вищої освіти, кілька разів на тиждень – лише 12,5 %, решта або роблять це кілька разів на місяць або взагалі не читають інформаційно-аналітичні матеріали.

Якщо простежити, звідки студенти отримують інформацію про події, то подібна тенденція фіксується й у дослідженні громадської мережі «ОПОРА» [2].

Як виявилось, найпопулярнішими є телеграм-канали – майже всі опитані (95 %) користуються ними як основним джерелом для споживання новин. Не відстають від телеграм-каналів і соцмережі – 83,5 % студентів використовують їх для отримання інформації. Якщо розглядати засоби масової інформації, то з четвірки найпопулярнішими є інтернет-медіа, матеріали яких споживають 63 % опитаних респондентів – це наразі єдиний вид професійних ЗМІ, яке ще користується попитом у здобувачів. В інших видах медіа ситуація невтішна – менше чверті (22,5 %) переглядають телебачення, один з десяти (10,5 %) слухає радіо, і лише приблизно 7 % читають пресу.

З'ясувавши, як часто та звідки студенти споживають новини, можемо відстежити, чи помічають вони мовні помилки у текстах професійних ЗМІ. Як показало дослідження, основна частина студентів (79 %) розділилася на дві групи, що чітко прослідковується за спеціальностями – перша рідко (43 %) натрапляє на порушення грамотності журналістів. Водночас інша група здобувачів (36 %) часто помічає порушення мовних норм. Дуже часто натрапляли на помилки у журналістських текстах лише 5 %, проте майже ніколи не помічають помилок у текстах ЗМІ 14 %, а 2 % взагалі не звертають увагу.

Неочікуваними виявилися результати того, як студенти реагують на матеріали професійних ЗМІ чи їх пости з новинами в соцмережах. Із п'яти можливих варіантів в опитуванні студенти поділилися в основному на 2 групи: перша категорія, яка просто продовжує читати, не акцентуючи на помилках (49,5 %), та друга, яка теж продовжує читати, однак у них виникають сумніви щодо якості матеріалу як з погляду мови, так і загалом до змісту новини (45,5 %). Хоч наступна кількість незначна, порівняно з рештою, проте варто зауважити щодо 5 % студентів, які обирали варіанти відповідей «перестаю читати цей матеріал / пост» та «пишу коментар чи звертаюся до редакції». Варто зауважити, що 31,5 % опитаних відмовляються продовжувати споживати новини професійних ЗМІ через мовні помилки.

Оскільки респонденти помічали мовні помилки з різною частотою та неоднаково реагували на них, натрапляючи в журналістських текстах чи постах у соцмережах медіа, потрібно зрозуміти, чи впливають вони на довіру студентів до ЗМІ, їх професійності та компетентності. Для більшості здобувачів (41 %) порушення грамотності в текстах ЗМІ лише частково впливає на їх довіру до медіа, водночас це суттєво впливає для чверті опитаних (25 %). 19 % опитаних відповіли, що це залежить від типу помилок, проте для 14,5 % респондентів неграмотність ніяк не впливає на їх довіру.

Також ми дізналися, чи довіряють студенти більше тим професійним ЗМІ та їх соцмережах, які завжди демонструють високий рівень грамотності. Відповіді респондентів на це питання розділилися на 3 групи: 1) для 34 % опитаних лише частково впливає на їх довіру, 2) для 31 % – суттєво впливає та 3) 30,5 % вказали, що це залежить не лише від дотримання мовних норм, а й від інших факторів (змісту, форми, правдивості, дотримання журналістських стандартів тощо).

Здобувачі освіти не дуже високо оцінюють рівень дотримання мовних норм журналістами професійних ЗМІ – майже дві третіх респондентів (61 %) відпові-

ли, що працівники медіасфери мають достатній рівень, а трохи більше чверті (28 %) – середній, і лише 7,5 % опитаних визначили як високий рівень мовної компетенції. Решта 4 % визначили низький або дуже низький рівень, або взагалі не змогли цього зробити.

Репутація для ЗМІ вкрай важлива, адже це їх імідж в очах суспільства, а отже, – й довіра аудиторії до конкретного медіа, визнання їх професійності. Тому важливо зрозуміти, чи може неграмотність журналістів негативно вплинути на репутацію ЗМІ. На думку здобувачів ЗВО, порушення медіапрацівниками мовних норм у своїх матеріалах дійсно знижує довіру до них: ствердне «так» дало 45,5 %, а частково вважає 39 %, проте кожен десятий не мав чіткої позиції з цього питання (11,5 %), і лише для 4 % це немає ніякого значення.

Якщо розглядати заходи, які мають вжити редакції медіа, аби покращити ситуацію з мовною компетенцією своїх працівників, здобувачі найбільше підтримали два можливі варіанти – проведення регулярних мовних тренінгів та семінарів (91,5 %) і підвищення вимог до професійної освіти журналістів (80,5 %). Також популярною відповіддю серед респондентів була пов'язана з залученням до роботи редакторів і коректорів (53 %), і лише чверть здобувачів пропонували застосовувати тестування журналістів на грамотність перед прийомом на роботу (24,5 %).

Більшість (58 %) повністю підтримала важливість дотримуватися мовних норм у журналістиці, частина (37,5 %) зазначила, що це важливо, але не завжди критично; лише невелика частка опитаних (4,5 %) вважає це не дуже важливим, і жоден з респондентів не заперечує цієї важливості.

**Висновки.** Отже, з погляду здобувачів вищої освіти, недотримання журналістами мовних норм частково або суттєво знижує довіру до ЗМІ. Хоча студенти нечасто помічають мовні помилки у медійних текстах і по-різному реагують на них, проте зазначають, що порушення грамотності діє негативно на репутацію ЗМІ, і це інколи може призводити до відмови опитаних респондентів продовжувати споживати їх новини. Тому журналістам варто постійно вдосконалювати свою мовну компетенцію, аби не лише мати високий кредит довіри, але й бути висококваліфікованими спеціалістами у своїй сфері.

### Список використаних джерел

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
2. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *ОПОРА*. URL: <https://www.opora.ua/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomashtabnoyi-viyni-25292> (дата звернення: 29.09.2024).
3. Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти: постанова Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 р. № 1021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vnesennia-zmin-do-pereliku-haluzei-znan-i-spetsialnostei-za-iyakym-a1021> (дата звернення: 01.09.2024).