



Шановні колеги, у рубриці «Ділові навик» ми вже говорили про фактчекінг (див. «БАЛАНС», 2018, № 27, с. 1). Сьогодні хочу повернутися до цієї важливої теми та опублікувати витяги з матеріалу, який підготували наші партнери – Deadline.com.ua, узявши за основу інтерв'ю зі мною.

Ольга ЦЕЛУЙКО, шеф-редактор

Олександра СТЕЛЬМАХОВА, маркетинг-директор, співзасновник професійної платформи для експертів і ЗМІ Deadline

ФАКТЧЕКІНГ В АНАЛІТИЧНІЙ ПРЕСІ

Проблема достовірності публікованої інформації серйозно хвилює видавців різних професійних медіа. Адже від цього залежить якість аналітичних матеріалів, а отже, довіра читачів. Про те, як вирішує цю проблему редакція періодичних видань для бухгалтерів, ми запитали Ольгу ЦЕЛУЙКО, шеф-редактора видань «БАЛАНС» і «Бібліотека «Баланс».

– Ольга, наскільки ви стурбовані проблемою достовірності інформації, яку публікуєте у своїх виданнях?

– Одне з головних правил журналістики – перевіряти факти, використовуючи як мінімум три надійних джерела. Проте наші читачі хочуть не тільки дізнаватися факти, але й отримувати від нас рекомендації, як діяти, як вирішити проблему, що виникла. Тому для бухгалтерського видання я б розширила це правило: перед публікацією ми перевіряємо не тільки факти (норми закону, події та заходи), але й оригінальність статті (плагіат чи ні), компетентність самого автора в тому або іншому питанні, а головне – відповідність його рекомендацій законодавству і податковій практиці. І такий «фактчекінг плюс» я не вважаю зайвою обережністю. Адже ціна помилки, якої здатен припуститися бухгалтер, застосувавши некоректну рекомендацію експерта, може бути дуже велика, аж до банкрутства підприємства. Ретельно перевіряючи інформацію, ми піклуємося про свій імідж солідного видання, якому довіряють. Але перш за все ми захищаємо безпеку бухгалтерів та їх підприємств.

– А за яким принципом ви відбираєте матеріал для публікації?

– Ми публікуємо аналітичні матеріали для бухгалтерів, які прагнуть розбиратися не тільки в питаннях бухобліку та оподаткування, але також і в питаннях господарського права, побудови ефективної системи управлінського обліку та звітності для керівників і власників підприємств. Це новий ступінь у професії, коли бухгалтер стає управлінцем.

Звичайно, таке перетворення не відбувається за один місяць. Бухгалтерові, який хоче стати лідером у професії, треба розвивати необхідні навик» і компетенції. Наше видання активно допомагає у цьому своїм читачам. А щоб наша допомога була дієвою, ми не просто публікуємо актуальну інформацію, необхідну для повсякденної роботи, а даємо аналітику до неї і всі законодавчі новини супроводжуємо коментарями експертів.

– Як ви дізнаєтеся, що саме потрібно вашим читачам, що вони хочуть отримати, оформляючи передплату ваших видань?

– Я сама більше 20 років працювала головним бухгалтером великого підприємства, а потім фінансовим директором. Зараз цей досвід мені дуже допомагає в організації роботи редакції: я добре знаю реалії ведення господарської діяльності в Україні. І редактори наших видань – усі в минулому практики. Ми уважно стежимо за всіма нововведеннями законодавства, вивчаємо пошукові запити бухгалтерів в Інтернеті, добре знаємо специфіку роботи різних галузей економіки. Але головне джерело – живе спілкування з нашими клієнтами: ми щодня відповідаємо на їх запитання на гарячій консультаційній лінії, зустрічаємося віч на віч на круглих столах і семінарах, які ми регулярно проводимо. Можу з гордістю стверджувати, що ми – свої для бухгалтерів, ми – одні з них. Тому вони нам довіряють.

– Де ви знаходите кваліфіковані кадри для створення контенту?

– У нас є автори, які пишуть спеціально для наших видань. Також ми активно працюємо з бухгалтерами, фіндиректорами, юристами-практиками, які мають великий досвід. Залучаємо їх для написання статей, пропонуємо поділитися своїм досвідом з колегами.

– А ви впевнені, що запропонована до публікації інформація не є плагіатом? Як ви це перевіряєте?

– Усі тексти ми перевіряємо на автентичність із застосуванням різних доступних методів – благо, їх зараз вдосталь. Спрацьовує і професійне чуття, добре знання питання та експертного (авторського) середовища в Україні. Рерайт, плагіат для нас неприйнятні. Ми попереджаємо про це кожного,

хто хоче з нами співпрацювати. Це обов'язкова умова роботи з кожним автором.

– 3 ким ви вважаєте за краще працювати – із фрілансерами чи штатниками?

– Це не має вирішального значення. Згідно з нашою редакційною політикою ми маємо право рецензувати роботу автора. Адже наша редакція відповідає за кожну публікацію, що зараз, до речі, рідкість. Як правило, періодичні видання є майданчиком для авторських статей, акцентуючи увагу читачів на тому, що думка редакції може не збігатися з думкою автора. Іншими словами, попереджають: коли що, то всі претензії – до автора, а вони тут ні до чого. Але ми займаємо принципово іншу позицію, приймаючи на себе відповідальність за всі публікації у наших виданнях. Саме тому в нас високі вимоги до авторів – як фрілансерів, так і штатних співробітників. І достовірність публікованої інформації ми перевіряємо завжди і дуже ретельно, я про це вже говорила.

– Де ви зазвичай знаходите експертів? І як переконуєтеся в тому, що їх думці можна довіряти?

– Як я вже сказала, ми вважаємо за краще працювати з практиками, що мають великий досвід та активну життєву позицію. Такі люди часто самі звертаються до нашої редакції з пропозиціями про співпрацю. Також ми знаходимо прекрасних фахівців серед тих, хто бере участь у щорічних бухгалтерських конгресах, конференціях, форумах, що проводяться за нашої участі. Багато авторів – учасники щорічного професійного конкурсу «Кращий бухгалтер України», який ми проводимо разом з Міністерством фінансів України.

– Чим вам допомагає Deadline? Чому за наявності маси бухгалтерських форумів і доступності спілкування через інші ресурси ви віддали перевагу медіа-платформі?

– Deadline об'єднує різних експертів і перевіряє дані про них. Це викликає довіру до цієї платформи. Крім того, мені подобається технологічність сервісу: поставив запитання – у потрібний строк отримав відповідь, легко можна зв'язатися з автором коментаря, інформація надходить оперативно. Сама ідея створення такого ресурсу – дуже хороша. Розраховую користуватися цією платформою і далі, думаю, вона буде вдосконалюватися і розвиватися.

Про медіа-платформу Deadline

За досвідом зарубіжних країн у грудні 2017 року в Україні почала роботу медіа-платформа Deadline, яка покликана допомогти ЗМІ, вимушеним конкурувати за ексклюзивний контент і першість на ринку.

За деякими даними, автор аналітичних статей до 70 % робочого часу витрачає на пошук того, що на журналістському сленгу називається фактажем, на його перевірку й узгодження. На нашому ресурсі ми публікуємо фактографію, тобто даємо опис фактів без їх оцінки й узагальнення, а також свіжі думки з приводу цих фактів.

Сайт шукає фактичний матеріал для написання статей, об'єднує експертів, піарників, публічних діячів. Журналіст самостійно приймає рішення про остаточну публікацію, отримавши протягом 1–2 днів до 30 точок зору на проблему.

Для журналістів наш ресурс – це безплатний доступ до тисяч різних експертних оцінок: бухгалтерів, фінансових директорів, юристів-практиків, які мають великий досвід. Для експертів – це можливість потрапити на сторінки або в ТБ-ефір будь-якого ЗМІ України в обхід рекламних відділів. Саме за свою професійну думку та оперативність.

Deadline об'єднує різних експертів, перевіряє дані про них. Виключається офіціоз і непотрібна робота з пошуку фактів для ЗМІ. Експерти самі конкурують між собою за кращу відповідь журналістові.

З 2015 року були спроби створити в Україні щось подібне різними організаціями і приватними особами, але саме Deadline росте швидше, ніж ВВП в Україні. Наша мета – допомогти створювати медіа-контент без плагіату.

Завважимо, що на сьогодні в Україні налічується майже 700 державних видань, що перебувають у стадії реформи, більше 100 телеканалів і понад 40 000 зареєстрованих ЗМІ, серед яких «живими» можна вважати до 8 000.

Кількість ЗМІ на тисячу населення в Україні перевищує аналогічний показник у США – у 2 рази, Франції – приблизно в 10 разів! При цьому на частку видань, що висвітлюють питання бухгалтерії та оподаткування, припадає не більше 5 % ЗМІ, і в цій сфері якісних цікавих думок завжди не вистачає.

Deadline.com.ua