

## **ДОВЕРИЕ К СМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В последнее время нередко поднимаются бурные дискуссии относительно того, что с развитием информационных технологий, где каждый может быть журналистом, а некоторые блоги и аккаунты имеют аудиторию, сопоставимую со СМИ, профессиональным СМИ не выжить.

Кроме того, появление новых медиа, сервисов и платформ, рост их аудитории приводит к тому, что: а) информации становится слишком много, информационное пространство становится перенасыщенным, и пользователь становится перед выбором, чему же доверять б) технически остановить распространение недостоверной информации просто невозможно в) в этой среде пользователи перестают идентифицировать, чья это информация, кто ее первоисточник.

В связи с этим, динамика доверия аудитории к тем или иным источникам информации в целом повторяет тренд, который наблюдается во всем мире.

Если 8 лет назад интернет-СМИ доверяли меньше 15 процентов опрошенных, то сейчас эта цифра уже перевалила за 40 процентов. Если рейтинг доверия к блогам составлял менее 5 процентов, то сейчас уже больше 20 процентов.

Лидером по этому показателю является телевидение, но и тут стоит отметить, что сейчас этот показатель составляет чуть более 70 процентов, а 8 лет назад был почти 90 процентов.

Таким образом, перед традиционными СМИ сегодня актуален вопрос не только сохранения интереса аудитории к новостям, но и доверия к ним.

Это, безусловно, является вызовом, но одновременно повышает требования к качеству журналистики.

ТАСС как одно из ведущих мировых агентств рассматривает несколько направлений, в которых стоит работать в этой связи:

1. Освещать все важные темы, самую широкую повестку.
2. Давать всегда несколько мнений разных сторон по вопросу.
3. Объяснять происходящее в разных форматах для разных платформ.

### **Открытость редакции и редакционного процесса**

Доверие аудитории возрастает, когда люди имеют представление о том, как именно готовился тот или иной материал, что пережил журналист, сколько навыков и таланта он вложил в это.

Поэтому ТАСС много делает для того, чтобы стать более открытым.

Способов для этого множество:

- лекции и мастер-классы наших журналистов в самых разных аудиториях;
- возможность для самых разных людей прийти в ТАСС на экскурсию и посмотреть, как выглядит наша «кухня»;
- рассказ при помощи наших аккаунтов в социальных сетях, что мы начали готовить тот или иной материал – при помощи текста, фото, видео.

Достоверность, наравне с оперативностью, - наша главная ценность. В этом смысле мы осознаем свою ответственность – наши клиенты – почти все СМИ в стране и большое количество СМИ в мире. Каждый журналист ТАСС понимает, что быть быстрее, но не очень уверенным в достоверности – это не наш стиль работы. Достоверность всегда превыше всего.

Мы открыто говорим об этом в интервью и на публичных мероприятиях. Несмотря на то, что мы информационное агентство, мы всегда предпочтем опоздать, но лишний раз проверить информацию.

Такая практика приносит свои плоды – мы проводили опросы и видим по реакции аудитории, что если происходят «большие новости» - аудитория идет к нам перепроверять, у людей работает принцип «если написал ТАСС – то это правда».

Кроме того, ТАСС активно работает над тем, чтобы у пользователей всегда была возможность взаимодействовать с Агентством напрямую.

### **Функция объяснения**

Журналист, особенно в информационном агентстве, всегда видел своей задачей поиск новостей и их верификацию. В текущей ситуации к этому добавляется еще одна важная функция – объяснение. При помощи экспертов, различных форматов, используя возможности платформ, мы стремимся к одной цели – сделать сложный для читателя вопрос простым. Это требует новых навыков, гораздо больших затрат на производство контента, но это того стоит. Ваш бренд, ваш продукт начинает ассоциироваться у аудитории с конкретной пользой, и доверие возрастает.

Безусловно, новые условия работы вынуждают нас постоянно улучшать навыки журналистов и постоянно дополнять редакционные стандарты новыми методиками работы, которые регламентируют, как отличить фейковую информацию от правды и какие действия должен совершить журналист.

И такой подход весьма эффективно работает: на нашей памяти нет ни одной истории, когда бы мы совершили серьезную ошибку или распространили бы неверную информацию.