

ДОВЕРИЕ К СМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В последнее время нередко разворачиваются бурные дискуссии относительно того, что с развитием информационных технологий, когда каждый может быть журналистом, а некоторые блоги и аккаунты имеют столько подписчиков, что конкурируют с телевизионными каналами, профессиональным средствам массовой информации не выжить.

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

Динамика доверия российской 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 % опрошенных, то сейчас эта цифра уже перевалила за 40 %. Если рейтинг доверия к блогам составлял менее 5 %, то сейчас уже больше 20 %.

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

Таким образом, для традиционных СМИ сегодня актуальна проблема не только сохранения интереса аудитории к новостям, но и доверия к ним.

Это, безусловно, является вызовом, но одновременно повышает требования к качеству журналистики. В связи с этим ТАСС как одно из ведущих мировых агентств рассматривает несколько направлений, в которых следует работать:

- 1) освещать все важные темы в самом широком диапазоне;
- 2) давать всегда несколько мнений разных сторон по любому 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 труда и таланта он вложил в свою работу. Поэтому ТАСС много делает для того, что стать более открытым.

Способов для этого множество:

- лекции и мастер-классы наших журналистов в различных аудиториях;
- возможность для самых разных людей прийти в ТАСС на экскурсию и посмотреть, как выглядит наша «кухня»;
- рассказ в наших аккаунтах 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 России и большое количество в других странах. Каждый журналист ТАСС понимает, что дать информацию как можно быстрее, не будучи стопроцентно уверенным в ее достоверности, — не наш стиль работы. Достоверность всегда превыше всего.

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

Такая практика приносит свои плоды: мы проводили опросы и по реакции аудитории видим, что если происходят «большие новости», то люди обращаются к нам, чтобы перепроверить, 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 считал 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, больших дополнительных 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 журналистов постоянно улучшать свои профессиональные навыки, при этом агентство изменяет свои редакционные стандарты с учетом новых методик работы, которые регламентируют, как отличить фейковую информацию от правды и какие действия должен совершить журналист.

Такой подход весьма эффективен: на нашей памяти нет ни одной истории, когда бы мы совершили серьезную ошибку или распространили недостоверную информацию.