

ЖУРНАЛИСТИКА В МИРЕ ПОСТПРАВДЫ

Термин «постправда» редакция Оксфордского словаря английского языка в 2016 году назвала словом года. Составители словаря определили его как «обозначение или отношение к обстоятельствам, в которых объективные факты меньше влияют на формирование общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям». Такой чести этот неологизм, чуть более 10 лет назад введенный в научный оборот, удостоился благодаря главным образом двум крупнейшим политическим событиям: избранию президентом США Дональда Трампа и Brexit — выходу Великобритании из Европейского союза. Более 70 % заявлений Трампа, сделанных им в ходе президентской кампании, были оценены независимым проектом «Politifact» как ложь или искажение фактов, многие тут же опровергались. Тем не менее, по опросам населения, Трамп считался более честным и заслуживающим доверия, чем его оппонент Хиллари Клинтон. При проведении референдума о выходе Великобритании из Евросоюза мнение большинства британцев о слишком дорогом пребывании страны в ЕС разошлось с предоставленными цифрами и документами, которые говорили как раз об обратном, показывали, что членство в Евросоюзе обходится для Великобритании существенно дешевле, нежели нахождение вне его.

Масштабность последствий, вызванных массовым отходом от традиционной дихотомии «правда–ложь», усилила пессимистические настроения среди аналитиков, которые зазвучали в отношении судьбы журналистики с появлением Интернета. В многочисленных публикациях ставится один и тот же вопрос: поскольку исчезает вера в подтвержденные факты, возможно, правда людям уже не нужна? Политики, конечно, во все времена подвирали и стремились манипулировать общественным мнением. Но консенсус в странах либеральной демократии поддерживался наличием независимой журналистики, именуемой иногда четвертой властью, ключевой функцией которой является предоставление гражданам объективной и

достоверной информации. В мире, который перестает быть фактоцентричным, отворачивается от морали и логики, профессиональной журналистике места нет.

Исследователи указывают на целый ряд причин «кризиса факта» — от переизбытка фактического материала, разнообразия форм передачи информации, приводящих к невозможности проверить надежность и неангажированность источников, до влияния философии и эстетики постмодернизма в массовой культуре, с его релятивизмом, безразличием к проблеме отделения правды ото лжи и даже обоснованием невозможности такого отделения.

Падению доверия к массмедиа содействуют и их коммерциализация, погоня за высокими рейтингами, вовлечение в политическую борьбу и информационные войны.

Крен к «постправде» в политической жизни России и отечественной журналистике имеет не только общие, но и специфические причины. Конфронтация с Западом, вмешательство в сирийский конфликт, события на Украине, присоединение Крыма привели к легитимизации «гибридности» в политике. Правда к политике чрезвычайно чувствительна. Происходит унижение факта, появляется госзаказ на пропаганду: задачей провластных массмедиа становится формирование образа врага (как внешнего, так и внутреннего), меняется стиль подачи информации, он становится негативной лексикой, языком ненависти.

С воинствующим заявлением в защиту постправды выступил сразу после вступления в должность генерального директора Международного информационного агентства «Россия сегодня» в декабре 2013 года телеведущий программы «Вести недели» Дмитрий Киселев: «Объективность — это миф, который нам предлагают и навязывают. Время дистиллированной беспристрастной журналистики прошло». При этом он попытался оспорить устоявшееся в современном политическом дискурсе понимание пропаганды как пристрастного распространения взглядов, фактов, аргументов и других сведений с целью формирования общественного мнения или иных целей,

преследуемых пропагандистами (*лат. propaganda* — дословно «подлежащая распространению вера»), предложив считать пропагандой «попытку просто объяснить».

Оговорка, что «нужна опора на надежные источники», сделанная при повторении своего тезиса об ушедшей в прошлое «дистиллированной журналистике» на международном медиафоруме 6 июня 2016 года, положения не спасла: к этому моменту уже были известны случаи довольно вольного обращения телеведущего с фактами.

На программное заявление главы медиахолдинга остро отреагировали представители региональной прессы. Петербургские, уральские и якутские журналисты в своих открытых письмах, обращениях и публикациях были единодушны: журналистика может и должна быть объективной, и пропагандистские приемы ей противопоказаны.

Такая реакция напомнила о существовании множества международных и национальных документов — деклараций, хартий, резолюций, профессиональных этических кодексов, объединенных указанием на главную цель журналистов — поиск и доведение до сведения граждан правды, имеющей общественный интерес. При этом подчеркивается, что критерий правдивости, объективности относится не только к представлению информации, но и к ее комментированию, в частности недопустимы смысловая правка цитируемого материала, противодействие ведению дискуссий, замалчивание суждений, с которыми не согласен, нарушая тем самым принцип плюрализма мнений.

Во многих странах действуют органы саморегулирования прессы — советы, в состав которых обычно входят представители всех заинтересованных сторон: журналисты, редакторы, владельцы СМИ, представители общественности. Все они должны иметь достойную репутацию и быть привержены идее независимости и саморегулирования прессы. Основная задача советов состоит в рассмотрении жалоб на работу средств массовой информации, вынесении коллективных решений по вопросам соблюдения норм профессиональной этики. Тем самым они дают обществу гарантии качества

получаемой информации, демонстрируют ответственность профессионального журналистского сообщества и показывают, что нет необходимости в расширенном государственном регулировании СМИ.

В России с 2005 года действует Общественная коллегия по жалобам на прессу — независимая структура гражданского общества, сменившая существовавшее до этого Большое жюри Союза журналистов России. Коллегия состоит из Палаты медиасообщества и Палаты медиааудитории численностью 25 человек каждая. Палата медиасообщества формируется некоммерческими организациями в сфере массовой информации, Палата медиааудитории — политическими и неполитическими организациями, действующими вне сферы массовой информации. Задача коллегии — разрешать конфликтные ситуации нравственно-этического характера, связанные с профессиональной деятельностью журналистов.

Руководствуясь базовыми принципами журналистской этики, на основе рассмотрения ряда информационных споров коллегия сформулировала принципиальные выводы о несовместимости профессии журналиста с пропагандой, выделив следующие ее признаки:

- «объектное» отношение субъекта пропаганды к конкретному человеку, социальной группе, обществу в целом;
- целенаправленное сведение многомерного к двухмерному, многоцветного — к черно-белому;
- сужение поля личного морального выбора и ответственности за выбор;
- наличие четкой, подлежащей реализации цели как ожидаемого итога воздействия медиа на «объект»;
- целевой, работающий на жесткий «сценарий» отбор фактов, активное обращение к дезинформации, манипулирование фактами, статистическими данными, мнениями, включая экспертные, или сдвиг акцентов там, где прямая дезинформация представляется невозможной;
- действие в логике «цель оправдывает средства», использование средств и методов, несовместимых с такими ценностями, как честность и правдивость;

— обнаружение, создание и дорисовка «образа врага»; внедрение в массовое сознание и поддержание в нем разделения на «мы» и «они»;

— формирование убеждения в моральной оправданности любого поступка по отношению к «врагу», в том числе к «внутреннему врагу», врагу потенциальному, лицу, недостаточно лояльному по отношению к доминирующим в обществе институтам, интересам и идеям;

— апелляция преимущественно к эмоциям, чувствам, а не к разуму, игра на страхах и предубеждениях;

— работа «под прикрытием» журналистики, стремление играть роль первичного источника новостей;

— фабрикация признаков надежности, в том числе источников информации;

— формирование лояльности адресата манипулятивного воздействия к системе институтов, интересов и идей, которым служит субъект пропаганды.

Вообще в том, что апелляция к эмоциям бывает эффективнее, чем к рассудку, нет ничего нового. Власть использовала эту закономерность во все времена, и, очевидно, во всех странах бывали свои периоды постправды. В урбанизованном индустриальном обществе возможности для массовой пропаганды резко возрастают. И циклы ее господства, особенно при закрытых авторитарных режимах, могут быть весьма длительными, но они всегда конечны. Вряд ли мир когда-нибудь будет готов сказать правде «прощай». По тонкому замечанию американского исследователя и писателя Ральфа Кейнса, «мы не смогли бы даже говорить о постправде, если бы не думали, что правда имеет значение».

Подъем или шок от политических потрясений проходит, разум от пропагандистских «бомбардировок» очищается — в итоге доверие к власти и СМИ падает. Так, о снижении уровня доверия россиян к информации, которую транслируют на телевидении, свидетельствуют данные опроса фонда «Общественное мнение». В апреле 2018 года 43 % респондентов заявили, что доверяют телевидению больше, чем остальным источникам информации.

Весной 2015 года о большем доверии ТВ высказались 63 % респондентов, в январе 2016-го — 58 %, в феврале 2017-го — 50 %, в июне 2017-го — 47 %.

Согласно результатам опроса, если 31 января 2016 года государственным СМИ доверяли 65 %, то при опросе 18 ноября 2018 года — 47 % опрошенных. В то же время доверие к негосударственным СМИ за тот же период выросло в два раза: с 13 до 25 %. Налицо исчерпание мобилизационного «крымского эффекта», когда нужно верить всему, что говорят свои, и, с другой стороны, мнение о том, что в освещении пенсионной реформы федеральные телеканалы подыгрывают власти.

Проблема доверия к прессе более остро стоит в государствах — бывших республиках СССР. У постсоветской журналистики дурное наследование — идеологическая холодная война с Западом, которую еще называют первой мировой информационной войной. Эта длившаяся почти полвека война порождала пропагандистские тексты — у нас все хорошо, у них все плохо — и по мере ослабления тоталитарного режима снижала уровень доверия к отечественной журналистике. Возникновение в 1990-х годах множества независимых некоммерческих медиа в 2000-е годы сменилось их удушением; ныне почти вся независимая региональная пресса и телевидение перестали существовать, превратившись в окологубернаторские.

Независимым СМИ в молодых посттоталитарных государствах приходится сталкиваться со сходными препятствиями в своей деятельности. Среди них — отсутствие традиций и опыта саморегулирования; разделяющие журналистское сообщество политические разногласия; постоянное политическое давление с требованием проявлять лояльность к власти и избегать ее критики; политическая и экономическая зависимость журналистов от властных элит и деловых кругов.

В целях признания роли свободных и независимых СМИ как фундаментальной ценности демократического общества, поддержки качественной, профессиональной и этической журналистики в своих странах представители органов самоуправления СМИ семи постсоветских государств —

Армении, Азербайджана, Грузии, Молдовы, России, Таджикистана и Украины — создали в 2011 году Сеть организаций медийного саморегулирования (СОМС) (в 2016 г. вместо выбывшего Таджикистана в Сеть вошла Белоруссия). В 2014 году при СОМС была учреждена Консультационная комиссия по противодействию пропаганде, подготовившая Рекомендации относительно распространения пропаганды в СМИ.

Саморегулирование СМИ — сложный процесс. Стандарты журналистики остро дискутируются по всему миру, даже в упрочившихся либеральных демократиях. Отстаивание права на правду нуждается и в солидарности честных, профессиональных журналистов, как это произошло на первой пресс-конференции в январе 2018 года нового посла США в Нидерландах Пита Хустры. Журналисты припомнили ему ложные заявления трехлетней давности:

— Вы писали, — спросил его журналист Воутер Цвирт, — что исламисты заживо сожгли голландского политика. Как его звали?

— Я говорил, — благодушно ответил посол, — об опасности террора.

— Вы писали, — продублировал вопрос другой журналист, — что исламисты заживо сожгли голландского политика. Как его звали?

— Следующий вопрос, — уже раздраженно произнес американец.

— Вы не поняли, — сказал третий журналист, — Вы должны ответить на вопрос, который Вам задали мои коллеги.

Хустра выразил сожаление о сказанном, но смягчил свой ответ в духе постправды — дело не в его взглядах, а в политике США.

Непререкаемый престиж в обществе журналисты приобретают тогда, когда они не поглаживают власть по головке, а контролируют ее, разоблачают злоупотребления, выполняя тем самым свое главное предназначение — быть цепными псами демократии.