



УДК 070

DOI: 10.18413/2075-4574-2018-37-1-113-120

ОБЪЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ В СМИ: ДОСТИЖИМА ЛИ ОНА?

А.А. Тертычный

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
119991, Москва, Ленинские горы, 1

E-mail: tertaa@yandex.ru

Аннотация

В настоящей статье анализируются возможности объективного отображения действительности в СМИ. Подробно изучены механизмы трансляции информации в медийном пространстве, определены проблемы, препятствующие объективному воспроизведению и отражению информации в плоскости медиа. Детально проанализированы приёмы верификации информации в медийных текстах, приведена их типология. Каждый тип проиллюстрирован примерами из медийных текстов, опубликованных в России и за рубежом. Отдельного внимания в нашей работе заслуживают такие категории, как факты и фактоиды. В статье приведена типология фактов, характерных для освещения в журналистских текстах. Констатируется невозможность создания «формулы журналистики», автоматически обеспечивающей объективность публикуемой информации.

Ключевые слова: СМИ, журналистика, объективность информации, достоверность информации, принципы журналистики, журналистика фактов.

Введение

Если рассчитывать на то, что опубликованная в СМИ журналистская информация будет использована в практической или теоретической деятельности аудитории, то очевидно следует приложить необходимые усилия для того, чтобы она воспринималась этой аудиторией, как обладающая объективным характером. Под объективностью информации в современной теории и практике журналистики понимается её совпадение с содержанием объекта отображения [Никифоров: 2008, 27]. Чем полнее и глубже такая информация отображает интересующее нас явление, тем она объективнее. Причем, в первую очередь, журналисту необходимо выявлять существенные черты предмета отображения, поскольку именно знание их дает наиболее адекватное представление о сути явления. Но это не значит, что только исследованием таких черт необходимо ограничиваться при изучении объекта. Конечно же, «извлекаемая» журналистом истина, всегда будет лишь отчасти (в большей или меньшей мере) представлять собой объективное знание [Комаров: 1986, 5]. Абсолютная объективность его недостижима, в полном объеме познать истину нельзя, возможно только бесконечно приближаться к ней. Получаемое знание всегда будет в той или иной степени неполным. Но это не означает, что неполное знание бесполезно. Вполне возможно, что в том объеме, в каком оно добыто, знание может оказаться вполне достаточным для решения каких-то теоретических или практических задач.

Основная часть

Авторы журналистских публикаций не всегда вспоминают о том, что даже самое полное и точное знание (не говоря уж о простой убежденности автора в верности своей



точки зрения), содержащееся в них, ещё не будет автоматически воспринято аудиторией как таковое. Как правило, журналисту необходимо не только самому убедиться в точности получаемой информации, но и убедить в этом ещё и свою аудиторию. Только в том случае, когда он добивается такой цели, можно говорить о том, что аудитория согласится с его утверждениями, что публикуемый текст будет восприниматься ею в той или иной степени, как несущий объективное знание, которое можно применять в своей практической или теоретической деятельности [Brendel: 1976? 17].

Стремление к объективности публикаций, по ходу развития журналистики, привело некоторых представителей её (от теории и практики) к убеждению в том, что обеспечить такую объективность можно только на уровне «журналистики фактов» или «прецизионной журналистики», в основе которой лежит теория объективной журналистики Уильяма Риверса [Riwers: 1984, 19] и опыт, накопленным в этом направлении бывшим военным корреспондентом Ф. Мейером. По мнению сторонников этой теории, преподнесение аудитории исключительно фактов, кроме всего прочего, помогает поставить серьезный заслон на пути манипулирования аудиторией со стороны средств массовой информации.

Зародившееся в США, данное направление журналистики, было призвано сменить прежнюю «традиционную журналистику», и противостоявший «прецизионной журналистике», так называемый, «новый журнализм» [Карасик: 2015, 184], опиравшийся на использование при создании журналистских текстов приемов художественной литературы, художественного вымысла. Хотя до сих пор такой замены в полной мере не произошло (все три направления в некоторой пропорции существуют и на сегодняшний день).

В «журналистике фактов» точность отображения действительности может быть достигнута разными путями. Чаще всего на страницах СМИ аудитория встречается с двумя можно сказать «исходными» вариантами. Первый – факты, являющиеся результатом непосредственного наблюдения автором интересующего его явления. В этом случае необходимо, чтобы у журналиста состоялся прямой контакт с предметом наблюдения, то есть, автор должен покинуть рабочий кабинет и совершить «полевой поиск», побывать на месте события (желательно, в момент его свершения). Такой поиск, например, типичен для репортерской работы. Точность отображения в таком случае «гарантируется» для познающего субъекта самим характером чувственного познания, дающим основания для дальнейшего их логического осмысления. Прямое, личное отображение изучаемого предмета, наглядность этого отображения и возникающий в результате, так называемый, «эффект присутствия», значимы не только для журналиста, они становятся важным основанием и для доверия к публикации со стороны аудитории, которая воспринимает заключенную в ней информацию, как «очевидность». На такой эффект, например, рассчитан репортаж Натальи Гладкой «Глаза, в которых нет хозяина». Как выхаживают изувеченных собак и кошек». Вот отрывок из него:

«Тут и там клетки. Наверху с кошками, внизу с собаками. Чистенько и бедненько: лоток, лежанка, миска. Из-за прутьев смотрят звериные глаза. Оказывается, глаза животных, которые месяцами живут в приюте-лечебнице, совсем другие - не такие, как у домашних. У последних бывают и шkodные, и злобные, а тут ... пустота. Это глаза, в которых нет хозяина. Здесь есть домашние животные, которые находятся на лечении. А есть «ничейные», точнее - волонтерские: избитые, изувеченные кошки и собаки, которых подобрали на улице, и чья лечение сейчас оплачивают неравнодушные люди. Вот Мурзик, он везунчик, домашний. Это brutальный кот, к которому каждый день приходит хозяин, гладит его, кормит. Женщин Мурзик презирает...» [Гладкая: 2016, 5].

Второй вариант, это факты, полученные в результате обработки статистических данных. Вот пример такого рода, представляющий собой диаграмму продолжительность жизни населения в России с 1963 по 2013 год:



Рис. 1. Диаграмма продолжительности жизни в России с 1963 по 2013 г.

Значимость таких фактов видят в том, что они представляют собой не описание каких-то отдельных случаев, а обобщение их репрезентативной совокупности.

В «журналистике мнений» журналист создает текст, опираясь на самые разные сведения, в подавляющем объеме полученные от других людей. Ибо для него главное, не просто зафиксировать, описать факт, или, например, просто изложить их совокупность, а опираясь на них (в необходимом объеме), определить некие тенденции развития обсуждаемого явления, вынести ему оценки, установить причины и пр. (то есть, осуществить, главным образом, логическое отображение действительности). При этом, он обычно получает необходимые для него данные не в ходе прямого наблюдения, а опосредованным путем, обращаясь к разным источникам. В таком случае ему приходится во многом не просто использовать данные своего чувственного познания или собственные логические умозаключения, но и полагаться на квалифицированность источника (свидетеля, эксперта и пр.) его социальную ответственность, его желание и готовность снабдить журналиста необходимыми точными и полными данными. Но даже это не гарантирует достоверности получаемых сведений, особенно, если информация получается журналистом «из третьих рук», или «из четвертых рук». По ходу передачи её от очевидца события к журналисту, может случиться (по разным причинам) её искажение. В силу этого, журналист должен проверять сведения, получаемые из тех или иных источников. К сожалению, автор будущей публикации не всегда в силах провести подобную проверку, способную предотвратить использование им данных, не соответствующих действительности. Так происходит, постольку, поскольку, он часто не располагает необходимыми средствами, временем, компетенциями. Не всегда можно получить доступ к нужным документам, не всегда свидетели готовы делиться имеющейся в них информацией, а «порой они меняют свои показания по каким-то причинам. Личной же его убежденности в правдивости информации недостаточно. Поэтому журналист должен добыть документальное подтверждение тех или иных утверждений, если он собирается использовать, возможно, ложное обвинение либо ложную интерпретацию событий в своем тексте» [Рихтер: 2011, 163]. Это относится, прежде всего, к источникам информации, находящимся в глобальной сети.

Стремясь добыть точную и правдивую информацию, авторы публикаций в СМИ могут применять те или иные методы её проверки. Вот, например, какими они могут быть:



1. Самый простой способ верификации - непосредственно сопоставить высказывание с реальными событиями. Но это чаще всего невозможно (событие уже завершилось и зафиксировано). В СМИ это происходит особенно часто...

2. Второй способ - сопоставление высказывания с другими высказываниями, принадлежащими другим участникам, наблюдателям или толкователям события, которых мы считаем объективными и (или) компетентными.

3. Третий способ - доказательство, заключающееся в приведении дополнительных данных, свидетельствующих об истинности высказывания. Такова, например, проверка его истинности по архивам.

4. Четвертый способ - сопоставление информации из нескольких независимых и не связанных друг с другом источников. Это, например, принцип работы разведки: сведения считаются фактом, если они идентичны в сообщениях разных источников» [Приходько: 2015, 27].

Как уже можно заключить из изложенных выше наших рассуждений о достижении объективности информации в «журналистике фактов», первый способ обеспечения такой объективности предполагает пребывание журналиста на месте события и его прямого наблюдения. Но, как известно, во многих случаях журналист не может присутствовать при свершении события, поэтому, в такой ситуации, применение данного способа обеспечения объективности информации исключается. В связи с этим, актуальным становится применение второго способа, а именно – получение нужной информации от свидетелей или участников данного события, от других людей, располагающих значимыми для нас сведениями, подтверждающими или опровергающими наши предположения о произошедшем. Само собой разумеется, что бывают события, исторически отдаленные от нас, когда никаких свидетелей, или участников его не сохранилось. В таких случаях, восстановить картину произошедшего может помочь третий метод, а именно, исследование архивных материалов. Что касается четвертого метода, то применение его особенно важно, когда речь идет о расследовании журналистом ситуаций, связанных с тяжелыми последствиями для тех или иных людей (такой метод, описанный в очерке «Мултанское жертвоприношение», например, применил великий русский публицист

В. Г. Короленко при расследовании дела, связанного с якобы ритуальным убийством, в чем обвинялась группа удмуртских крестьян). Разумеется, что важен такой метод и при подготовке критических выступлений, и ряда других публикаций, обычно относимых к «журналистике мнений» [Дамер: 2008, 19].

Достижения объективности информации о мире могут препятствовать и некоторые другие проблемы. Одна из важнейших, как полагают, состоит в том, что сама по себе объективность информации, которой располагают журналисты, еще не гарантирует объективности публикаций и формирование для аудитории объективной картины мира. И происходит это якобы в силу того, что журналисты, вольно или невольно, могут представлять её аудитории в искаженном виде, лишь потому, что стремятся излагать в текстах своё собственное мнение по поводу публикуемых фактов.

В силу этого как раз и родилась, как мы уже упоминали выше «прецизионная журналистика» («журналистики фактов»). Уверенность в том, что, публикуя только факты, не навязывая аудитории свои мнения, мы будем оставлять за аудиторией возможность делать собственные правильные выводы о действительности. В результате якобы будет покончено с манипулятивным воздействием СМИ на аудиторию. Если не вдаваться в суть вопроса, то, кажется, что возникновение такой журналистики действительно в полной мере обеспечит её объективность. Но так ли это на самом деле? Отнюдь нет. Дело в том, что осуществлять манипуляцию аудиторией можно не только, излагая мнения авторов, экспертов и пр.



Этого вполне можно достигать и публикуя одни лишь факты. Как это можно объяснить? Дело в том, что то, что в средствах массовой информации, например, нередко публикуются факты, не соответствующие реальности [Третьяков: 2004].

Вот, ставший уже классическим, пример - нашумевшая в свое время серия фейковых публикаций о «подвигах» американских войск в Ираке и др., которые были написаны репортером «The New Republic» (США) Стивеном Глассом. Он, на первых порах, при создании документального журналистского текста, придумывал только отдельные интересные детали, а потом стал полностью выдумывать свои статьи. Как ни странно, но за свои «успехи» журналист даже был награжден высокой журналистской премией, которой его лишили лишь после того как он был разоблачен. Данный случай стал возможным прежде всего потому, что журналист исходил в своей работе из того, что журналистика – это бизнес, а чтобы такой товар, как журналистский текст, выгодно продать, его, как и любой иной товар, надо упаковать в яркую обертку вымысла. Подобный «коммерческий» подход стал трендом не только в современной американской журналистике, журналистике других стран, но и в российских СМИ (особенно, на ТВ), занявшихся созданием новой, привлекательной для аудитории, «реальности», ради продажи информационного продукта или выполнения воли хозяина. В подготовке лживых публикаций замечены не только отдельные авторы, но и целые издания и каналы. Так, «Президент США Дональд Трамп назвал «врагами народа» несколько американских телеканалов и газету The New York Times, обвинив их в распространении ложной информации. «СМИ фейковых новостей (NYTimes, NBC, ABC, CBS, CNN) – это не мои враги, это враги американского народа» - написал он на своей странице в Twitter» [Приходько: 2015]. Подобные же случаи встречаются и в нашей стране. Об одном из них под названием «Ложь РИА Новости» сообщается на сайте «РВС»:

«В статье от 27 января 2017 года и через фотобанк МИА Россия сегодня РИА Новости распространяет заведомо ложные статистические данные, при этом ссылаясь на МВД РФ. Одним из ложных данных является заявление: «12000 женщин гибнут в результате домашнего насилия ежегодно: одна женщина каждые 40 минут». По данным Госкомстата, в России всего погибли, например, в 2008 г. — 11 тыс. женщин, в 2010 г. — 8,7 тыс., в 2013 г. — 9,1 тыс., в 2015 г. — 9,8 тыс. женщин. Ведь не может быть так, чтобы «в результате домашнего насилия» погибло больше женщин, чем погибло вообще от рук всех преступников. И это только одна из абсурдных цифр в статье РИА.

Разумеется, что подобных описанному, случаев, отнюдь, немало.

Кроме того, надо понимать, что в журналистике под фактом нередко понимается то, что на деле является «фактоидами» [Белоедова: 2015, 89], то есть, информацией, изложенной в форме факта, но таковой не являющейся. И это не только выдумка, ложь. Очень часто, например, за факты принимают суждения, которые на самом деле являются предположениями. Журналист пишет: «В ближайшее время погода в регионе, где-то, в начале декабря, должна измениться; думаю, что на водоемах установится лед. Исходя из этого факта, любителям – рыболовам уже сейчас надо подготовиться к подводному лову». Согласиться с автором данной заметки вряд ли можно. Поскольку то, что он называет фактом - всего лишь предположение и исходить из него в своих действиях читателям вряд ли стоит.

Ошибкой также является определение в качестве факта, сообщения, представляющего собой соединение факта с «закамуфлированными» оценочными суждениями. Вот пример. Журналист пишет: «Сегодня из «Артека» вернулись наши юные курыне. Дети прекрасно отдохнули. Великолепная погода, интересные обучающие семинары, викторины, экскурсии. Все это безумно понравилось ребятам. Теперь им есть, о чем вспомнить зимой». Факт это или нет? Вроде бы, да. Но на деле в этом тексте на вопросы, на которые должно отвечать сообщение о факте («что произошло?», «где



произошло?», «когда произошло?»), отвечает только одно предложение: «Сегодня из «Артека» вернулись наши юные куряне». Все остальное - это оценочные суждения (отвечают на вопросы, выявляющие качество отдыха: «какая?», «какие?», «как?»)

Еще одно обстоятельство, которое надо принимать во внимание, состоит в том, что журналисты не могут изложить в СМИ все факты реальности, а аудитория не может познакомиться со всеми фактами, а тем более - осмыслить их. В силу этого журналисты осуществляют их отбор, в результате которого одни принимаются во внимание, отображаются в СМИ, а другие - не принимаются, остаются неизвестными аудитории. В итоге, читателю, телезрителю, радиослушателю, пользователю Интернета поставляется уже оцененная кем-то, отобранная информация. И именно по этим отдельным, прошедшим отбор фактам, аудитории и приходится судить о действительности (какой-то ситуации) в целом. Если же авторы (владельцы изданий) ставят перед собой задачу каким-то образом воздействовать на аудиторию, то они вполне могут обойтись в своих публикациях без всякого выражения мнений, используя только факты (но уже предварительно отобранные). Иначе говоря, возможность манипуляции аудиторией никуда не исчезает, она только обретает новую форму, становится более незаметной для неё. И если в редакции, например, существует установка на публикацию только фактов и отказ от всяких мнений, то это означает ещё одно: рядовые журналисты теряют возможность выразить свое отношение к происходящему, а руководители, редакторы, наоборот получают большую возможность манипуляции мнением аудитории. Почему? Да потому, что они выполняют важную роль «привратников» [Белоедова: 2015], практически - цензоров, поскольку одни сообщения выпускают в свет, а другие «тормозят», поскольку в редакциях именно за ними «последнее слово» в решении подобным вопросов.

Ещё одна возможность выражения своего мнения журналистом, или другим коммуникатором, заключена в том, что можно не только отбирать события, но и в том, что можно свести информацию о событии к какой-то одной его стороне. Дело в том, что каждое явление обладает как положительными, с точки зрения человека, свойствами, так и отрицательными, которые существуют в определенной пропорции. Если отображать в своем тексте одни из них, а о других ничего не сообщать, то это приведет к одностороннему представлению о значимости такого явления в жизни аудитории. К сожалению, подобное отображение фактов в современной журналистике распространено довольно широко. Конечно же, нельзя исключать и того, что односторонне отображающий событие текст может появиться, как говорится, «не по злему умыслу» журналиста, а в силу его некомпетентности в той сфере, к которой относится отображаемое им событие.

Что же касается моральной стороны преднамеренного манипулирования сознанием аудитории, например, путем отбора для публикации тех или иных фактов, а также одностороннего отображения событий, то в этом отношении существует мнение, согласно которому политика (в том числе и информационная), которой следуют те или иные СМИ, и мораль - вещи не совместимые [Белоедова: 2015]. Действительно, довольно часто моральные ценности приносятся в жертву политике. И все же, журналисты должны, насколько это возможно, стремиться к объективности предлагаемой аудитории информации. В связи с этим уместно привести слова генерального секретаря Международной федерации журналистов Айдана Уайта, который в своей статье «Этические вызовы для меняющегося ландшафта СМИ» пишет: «Разве это нормально, что по мере расширения горизонтов свободы выражения, снижается качество информации. Неправильно. Но это будет происходить до тех пор, пока мы не предпримем сознательных попыток защитить и возлелеять ценности, определяющие общественное благополучие. И ценности эти вырастают из ответственной, этичной журналистики. Она обращается ко всем, работающим в сфере СМИ: поддержите и укрепите нашу приверженность



ценностям провозглашения правды, независимости, профессионализма» [Приходько: 2015]. Полагаем, что этот призыв должен быть ориентиром в деятельности современного журналиста, независимо от его политических и иных предпочтений, и невозможностью достичь абсолютной объективности в отображении действительности.

Заключение

Журналистские тексты СМИ, безусловно, должны максимально полно, максимально объективно отображать действительность. Стремление добиться подобного состояния журналистики побуждает ученых и практиков размышлять над путями, ведущими к этому. Одним из решений стало создание в США, так называемой, «прецизионной журналистики или «журналистики фактов», отрицающей «журналистику мнений», и построенной на убежденности в том, что обеспечить объективность отображения действительности в журналистике и избежать манипулятивного воздействия на аудиторию, можно только публикуя «голые» факты и избегая какого бы то ни было их толкования. Мода на такую журналистику пришла в Россию вместе с рыночной экономикой. Однако, наш анализ, как и реальное состояние российской и зарубежной журналистики, показывает высокую степень иллюзорности связанных с «прецизионной журналистикой» надежд. Искажать действительность и навязывать свое мнение аудитории СМИ могут, не только публикуя мнения, но и прибегая лишь к фактам. Можно утверждать, что нет смысла искать автоматически работающую формулу «объективной журналистики». Она всегда была и будет, пока существует, субъективным сплавом факта, оценки, предположения и т.д. представляющим в СМИ в самых разных вариантах. Степень же объективности её будет в решающей мере зависеть от журналистов, редакторов, владельцев СМИ, их интересов, социальной позиции, компетентности и нравственности.

Список литературы

1. Белоедова А.В. 2015. О фактах и фактоидах в современных журналистских текстах. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 24 (221): 89-94.
2. Вулф Т. 2008. Новая журналистика и Антология новой журналистики. М. Амфора, 2008. 576.
3. Гладкая Н. 2016. «Глаза, в которых нет хозяина». Как выхаживают изувеченных собак и кошек. «Аргументы и факты» от 21.11.2016.
4. Карасик В.И. 2015. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. Волгоград: Парадигма. 2015. 431.
5. Комаров В.Г. 1986. Факт, истина и правда в публицистике. Журналист, пресса, аудитория, 3. Л. С. 88-89.
6. Никифоров А.Л. 2008. Понятие истины в теории познания. Понятие истины в социогуманитарном познании. М. 212.
7. Приходько А.И. 2015. Специфические черты аргументации в медиа [Specific features of the argumentation in the media]. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки, 18 (215): 24-30.
8. Рихтер А. Г. 2011. Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики. М. 360.
9. Третьяков В. 2004. Лживая правда журналистики. Литературная газета, 3-4.
10. Уайт А. 2011. Этические вызовы для меняющегося ландшафта СМИ. Журналист. Социальные коммуникации, 3: 5-9.
11. Brendel D., Grobe B. E. 1976. Journalistisches Grundwissen. Munchen – Dortmund. 257.
12. Damer T. Edward. 2008. Attacking Faulty Reasoning: A Practical Guide to Fallacy-free Arguments. Cengage Learning. 209.
13. Riwiers W. 1984. News in Print/ Writing and Reporting. 320.