

УДК 070.133 + 070.19 + 004.77

Б. Н. Киршин

**ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ ВМЕСТО ОБЪЕКТИВНОСТИ?**

Исследуется процесс трансформации журналистских стандартов в условиях цифровой демократии, в частности — отказ от принципов объективной журналистики в американской прессе. Автор прогнозирует последствия распространения этого процесса на российскую прессу.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** объективность, транспарентность, Интернет.

Американская пресса — мощный источник идей и инноваций, обогативших медиасистемы многих стран мира. Это обстоятельство объясняет повышенное внимание к ней зарубежных исследователей и практиков медиа. Оно значительно усилилось в связи с обновляющим влиянием цифровой революции.

В последнее время сигналы, поступающие из-за океана, нередко вызывают у исследователей вопросы. Они свидетельствуют о попытках пересмотра фундаментальных основ американской журналистики, многих незыблемых прежде истин.

Когда американские газеты стали терять аудиторию и доходы, когда некоторые из них перестали выходить на бумаге, сохранив только электронную версию, прозвучали предложения о том, что качественную прессу, представляющую наибольшую ценность для общества и наиболее серьезно страдающую от экспансии Интернета, надо сохранять даже путем государственных дотаций. Это невероятная идея для американской прессы, всегда ревностно охранявшей свою независимость от правительства и гордившейся тем, что никогда не получала от него поддержки. Она тут же была отвергнута, но сам факт ее появления говорит о многом.

Примерно такое же по масштабу и значению предложение об отказе от объективности прессы, которое в последнее время все чаще выдвигается американскими исследователями. В качестве примера — несколько характерных высказываний.

«Забудьте псевдообязательство быть объективным, — советует журналистам Г. Оунс. — Вместо этого поставьте цель быть порядочным, честным, непредвзятым и аккуратным» [6].

Профессор Школы журналистики Университета Техаса Розенталь Алвес, прогнозируя будущее печатной прессы, говорит, что «объективность — журналистская ценность прошлой эры. В цифровую эру ее место занимает транспарентность. Новостные организации должны быть транспарентными, читатели должны видеть и знать журналистов, контактировать с ними»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Цитируется доклад на медиафоруме MDLF в Братиславе. Май 2010 г.

Претензии к журналистской объективности, точнее — к сложившейся в американской прессе практике объективной подачи материала, есть и у читателей. Вот что пишет в своей книге «Дерзость надежды» Барак Обама: «...даже самые дотошные репортеры зачастую понимают объективность всего лишь как публикацию мнений противоположных сторон без всяких указаний, чье мнение ближе к истине. Обычно статья начинается так: “Из Белого дома сегодня сообщают, что, несмотря на недавнее уменьшение налоговых сборов, сокращение дефицита бюджета наполовину произойдет не ранее 2010 года”. Эту сенсационную новость потом комментируют либеральный аналитик, критикующий цифры, названные Белым домом, и консервативный аналитик, наоборот, защищающий их. Кому верить — тому или другому? Найдется ли независимый аналитик, который возьмется объяснить нам значение этих цифр? Кто знает? Репортеру недосуг уделять внимание таким мелочам; ведь дело не в преимуществах уменьшения налога и не в опасностях дефицита, а именно в споре между двумя сторонами. После нескольких абзацев читатель приходит к выводу, что республиканцы и демократы опять поцапались, и раскрывает спортивную страницу, где все более-менее предсказуемо и по счету сразу видно, кто победил» [4].

Перед синергическим натиском Интернета, читателей и медиаспециалистов журналистская объективность может не устоять. Чтобы осмыслить значение и размер предполагаемого ущерба для прессы от возможной утраты одного из основополагающих профессиональных стандартов, рассмотрим природу и обстоятельства появления принципов «объективной журналистики».

Словарь С. И. Ожегова определяет понятие «объективный» как «непредвзятый, беспристрастный» [5].

Профессиональную, журналистскую характеристику этого понятия дает в своем кратком словаре Б. Н. Лозовский: «Объективность — один из основных принципов профессиональной деятельности работников печати, радио и телевидения, предполагающий полное, всестороннее, исчерпывающее описание события, явления с использованием необходимого и достаточного количества фактических сведений. Объективность являет собой также и способ предъявления информации, который исключает эмоции, отделяет факты от мнений, беспристрастно описывает, обеспечивает точность сведений и сбалансированность мнений, представляет конкурирующие точки зрения с тщательным использованием знаков цитирования, излагает информацию в разумной последовательности» [3, 68].

По данным «Справочника по независимой журналистике», выпускаемого Госдепартаментом США [7], концепция объективности в американской журналистике сложилась почти сто лет назад как реакция на сенсационную подачу материала, характерную для большинства газет того времени. Термин «объективность» поначалу использовался для описания журналистского подхода, в соответствии с которым журналисты должны подавать информацию объективно, не выражая личных или корпоративных пристрастий.

Объективности требовали и от самих журналистов. По этому поводу развернулась дискуссия (она захватила и Россию, ее отголоски слышны до сих пор). В результате профессиональное сообщество пришло к выводу, что в этом

смысле полная объективность невозможна. В 1996 г. Общество профессиональных журналистов США даже вычеркнуло из своего кодекса этики слово «объективность». Сошлись на том, что у журналистов, как у всех думающих людей, по всем существенным вопросам есть свое мнение. Но его при объективной подаче материала не следует предъявлять читателям. Таким образом, объективность в журналистике понимается как метод подготовки, проверки и предъявления (подачи) информации.

Допустим, что американская пресса, а вслед за ней часть мировой прессы отказались от этого метода. Следует уточнить, что журналистика при этом отказывается от:

- всестороннего описания событий;
- беспристрастности;
- сбалансированности мнений, представления конкурирующих точек зрения;
- тщательного использования знаков цитирования;
- разделения фактов и мнений;
- бесстрастного (исключающего сенсационность и эмоции) изложения материала.

Взамен — прозрачность, транспарентность. Наверное, когда-нибудь рациональные американцы придумают медиатехнологии, позволяющие без особых хлопот и с максимальной эффективностью реализовать этот принцип. Пока этого нет, говорится только о принципиальных подходах, о намерениях. Прозрачность означает полную открытость редакционной политики, готовность к диалогу с аудиторией. Ваши читатели должны понимать, в чем именно вы в данном материале отступаете от принципов объективной журналистики, почему вы присоединяетесь к той или иной точке зрения, почему не представлена иная точка зрения.

В сборнике «9+» [1], подготовленном ИРП «Сибирь», рассказывается, как решает эту задачу американская видеокomпания NBC4. Она ежедневно снимает и выкладывает на сайт редакционную планерку. Посетители сайта могут увидеть, какие информационные поводы обсуждались, как журналисты намерены их освещать, какие при этом возможны сложности... В принципе по этому пути могут пойти и редакции газет (сайты есть практически у всех), хотя, надо признать, он усложняет повседневную практику взаимоотношений редакций и читательской аудитории. Наверное, в перспективе, если это действительно будет оправдано, найдутся более простые и менее затратные методы.

Разумеется, возникает вопрос: насколько целесообразна замена «объективности» на «прозрачность»? Чем она вызвана? Чем обернется низвержение привычных журналистских стандартов?

К радикальным переменам подталкивает Интернет. В конкурентной борьбе с ним американские редакторы и издатели, а вместе с ними — исследователи прессы пытаются актуализировать недостаточно эффективные компоненты содержательной модели качественных газет, чтобы они более активно, по возможности гарантированно привлекали внимание аудитории. В их числе — объективный способ подготовки и подачи информации. Лишенные эмоций, беспристрастные, научно выверенные и сбалансированные газетные материалы

во многом идентичны текстам онлайн-СМИ. Понятно, что в таком случае они не в состоянии конкурировать с более оперативными и интерактивными интернет-изданиями. Предполагается, что если наделить публикации качественной прессы эмоциями, привнести в них крайние точки зрения на жгучие проблемы, добавить оригинальные личные оценки, то ситуация может коренным образом измениться.

Надо признать, что это не беспочвенные предположения. Об этом говорит опыт российской прессы начала 1990-х. Тогда некоторые газеты безоглядно копировали американскую практику, в частности, после многих десятилетий обязательного отражения во всех значительных публикациях так называемой партийной позиции отказались от авторской оценки фактов, стали «абсолютно объективными». Как показало социологическое исследование, проведенное по заказу редакции газеты «Челябинский рабочий», читателей такой подход не устраивает. Они считали, что газета, не обозначающая журналистскую позицию, что-то им недоговаривает, недодает. Редакции удалось изменить ситуацию, когда были введены различные авторские рубрики, журналисты стали комментировать наиболее заметные события общественной жизни.

И все же обещанные новым подходом результаты пока лишь гипотетическое приобретение. А что же рискует потерять печатная пресса с утратой объективности? Речь идет о читательском доверии. Оно в значительной степени обеспечивается как раз беспристрастным изложением фактов, репрезентацией конкурирующих точек зрения, четким разделением фактов и мнений (лучшая защита от манипуляций), совершенно определенным обозначением цитат. Отказ от всего этого станет серьезным ударом по читательскому доверию к печатным СМИ. Между тем это одна из немногих позиций, демонстрирующих убедительное преимущество газеты перед Интернетом. Сейчас электронный дискурс с точки зрения читательского доверия существенно уступает газетным текстам. Печатным СМИ читатели верят больше, чем сайтам. И вот они, получается, добровольно лишают себя этого преимущества. Думается, что потери от этого могут быть значительно серьезнее приобретений, которые обещает замена объективности на прозрачность.

Необходимо особо сказать об эмоциональной окраске журналистской информации. Это действительно очень серьезный момент. Как отмечают исследователи, большая доля материалов Интернета (имеются в виду собственно онлайн-СМИ, а не электронные версии газет) приходится «на публикации информационно-оперативного характера — новостей, хроникальных лент, репортажей, актуальных интервью» [2]. У газет в этом смысле больше возможностей, прежде всего благодаря публикации историй о людях, эмоционально окрашенных рассказов, которые неизменно востребованы читателями. Эмоции, которые они приносят на газетные страницы, — ступенька к эмпатии, сопереживанию. Практика показывает: если газете удастся добиться читательского сопереживания, испытывающие эти чувства человек обязательно к ней вернется, станет ее приверженцем, несмотря на многочисленные преимущества Интернета. Таким образом, она в значительной степени может решить задачу удержания аудитории без утраты объективности.

Если спроецировать перспективу отказа от журналистской объективности на российскую почву, вырисовывается парадоксальная ситуация: подавляющее большинство СМИ этого просто не заметит. В их работе ничего не изменится. Дело в том, что они в своей повседневной деятельности не применяют указанные выше параметры объективной подготовки и подачи информации. Очень многие российские газеты ангажированы — обслуживают интересы властных или аффилированных с ними коммерческих структур. В этом случае говорить о беспристрастности, всестороннем описании событий и представлении конкурирующих точек зрения просто не приходится. Так что терять им, по сути, нечего. Наоборот, эта часть российской прессы может совершить качественный скачок, если американские журналисты придумают рациональный механизм реализации концепции транспарентности печатной прессы, а мы его позаимствуем.

Гораздо пессимистичнее прогноз для тех немногочисленных российских СМИ, которые придерживаются принципов объективной журналистики. Завоеванное благодаря этому читательское доверие для них — серьезный капитал, утрата которого не просто отбросит их в стан не пользующихся уважением ангажированных газет, но и лишит доходов, которые формирует воспитанная объективной журналистикой аудитория. Время, необходимое для утверждения и раскрытия потенциала транспарентной прессы, они могут не пережить.

1. 9+. Новая концепция для местных массмедиа: 9 ответов на вопрос о том, как наладить коммуникации в вашем сообществе / под ред. В. Юкечева. Новосибирск, 2010.
2. Интернет-СМИ: Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. М., 2010.
3. Лозовский Б. Н. Журналистика : крат. словарь. Екатеринбург, 2004.
4. Обама Б. Дерзость надежды: Мысли о возрождении американской мечты / пер. с англ. Т. Камышниковой, А. Митрофанова. СПб., 2008.
5. Ожегов С. И. Словарь русского языка. Около 57 000 слов / под ред. д-ра филол. наук, проф. Н. Ю. Шведовой. 10-е изд., стереотип. М., 1973.
6. Оунс Г. 10 вещей, которые можно сделать, чтобы изобрести журналистику заново / пер. О. Силантьевой [Электронный ресурс]. URL: [www.howardowens.com/2008/ten-journalists-can-do-to-reinvent-journalism/](http://www.howardowens.com/2008/ten-journalists-can-do-to-reinvent-journalism/)
7. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.america.gov/st/washfile-russian/2006/April/20060421090005eaifas0.9469264.html>

Статья поступила в редакцию 22.04.2011 г.