



Книга Информационный туман

Правда и ложь в эпоху изобилия информации

Билл Ковач, Том Розенстил

Bloomsbury USA, 2010

Также есть на следующих языках: Английский

Рецензия BooksInShort

Благодаря Интернету потребители новостной информации сегодня могут выбирать сами, что им читать, смотреть и слушать. Они уже перестали слепо полагаться в этом вопросе на газеты, радиостанции и телевидение. Научиться оценивать качество новостных материалов способен даже самый обычный человек, если он возьмет на вооружение критерии, используемые профессиональными журналистами. Использование этих критериев требует определенной степени рассудительности и любопытства, а также навыков критического мышления. Эта книга содержит множество ценных рекомендаций о том, как определить, заслуживает ли доверия тот или иной материал, – например, с помощью оценки цитируемых в нем источников информации. Авторы книги не только сами имеют богатый опыт работы в масс-медиа, но и приводят интересные примеры из практики других журналистов. *BooksInShort* рекомендует эту книгу профессионалам, которые хотели бы научиться понимать, где в СМИ правда, а где ложь.

Основные идеи

- Журналисты перестали играть роль “регуляторов” потребления информации.
- Благодаря кабельному телевидению и Интернету люди обрели самостоятельность в получении новостной информации.
- Люди должны сами определять круг интересующих их новостей, выбирая из них достоверные, актуальные и точные.
- Чтобы определить, заслуживает ли доверия та или иная статья в СМИ, нужно оценивать ее так, как это делают профессиональные журналисты.
- Критический анализ новостной информации состоит из нескольких этапов.
- Вначале определите, к какой категории относится материал, затем оцените его полноту, источники, факты, правильность их истолкования и актуальность.
- Категории материалов – журналистика, пропаганда, реклама, общественная информация, развлекательные статьи и необработанные данные.
- Не следует доверять статьям, выводы которых не подкреплены фактами.
- Четыре основных типа журналистики: журналистика факта, новостная, пропагандистская и ангажированная журналистика.
- Новые роли журналиста – очевидец, исследователь, организатор дискуссий, создатель информационной картины и пример для подражания.

Краткое содержание

Чем больше информации, тем меньше ясности

Современные потребители новостной информации становятся все более самостоятельными. Сегодня конкуренцию традиционным СМИ (печатным изданиям, радиостанциям и телеканалам) составляют бесчисленные интернет-ресурсы, аудитория которых имеет неограниченный доступ к новостям, мнениям экспертов, форумам и социальным сетям. Чтобы оставаться в курсе событий, люди все реже полагаются на газеты и телевидение, предпочитая выбирать источники информации по собственному усмотрению.

“Когда человек выбирает, что смонтировать по телевизору, что читать в Интернете и какую информацию получать из других источников, он тем самым определяет круг новостей, которые ему интересны”.

На фоне этой тенденции достоверность публикуемой информации не может не вызывать беспокойства. В условиях бескрайнего изобилия источников людям трудно определить, какие из них надежны. Традиционные СМИ, публикующие и новости, и рекламу, работают по стандартным методам и поэтому проигрывают интернет-сайтам, которые занимаются исключительно рекламой. Газета электронных объявлений Craigslist и интернет-аукцион eBay – примеры интернет-компаний, сумевших завоевать огромную аудиторию, публикуя информацию исключительно рекламного характера. Появление таких ресурсов негативно отразилось на доходах печатных изданий, радиостанций и телеканалов. Из-за этого традиционные СМИ стали покидать квалифицированные специалисты, что поставило под угрозу достоверность и актуальность распространяемой ими информации. Найти достойную замену традиционным СМИ среди сетевых информационных ресурсов нелегко из-за обилия последних. Интернет дает гораздо больше информации, чем на самом деле нужно большинству пользователей.

“Раньше журналистика была такой, какой ее хотели видеть сами журналисты. Сегодня в этом вопросе журналистам приходится считаться с мнением своей аудитории”.

К счастью, систематизировать и анализировать информацию, из какого бы источника она ни поступала, при желании может научиться любой человек. В 1990-е годы, когда Интернет еще только набирал популярность, в обществе возникло беспокойство относительно разницы в информированности, которая могла возникнуть между пользователями Интернета и всеми остальными людьми. Однако позже выяснилось, что настоящая разница существует лишь между критически мыслящими потребителями новостной информации и теми, кто потребляет ее бездумно.

Самостоятельная оценка информации

Используя журналистские методы оценки, рядовые читатели в силах самостоятельно проанализировать информацию СМИ. В основе этих методов лежит критический анализ. Профессиональные журналисты постоянно ставят под сомнение достоверность всего, что сообщают им другие люди. Они полагаются лишь на информацию из первых рук, не доверяют слухам и тщательно проверяют факты перед публикацией. Профессиональная оценка качества информации состоит из двух этапов. Сначала определяется, к какой категории относится анализируемая информация, затем оценивается ее полнота, надежность источника, достоверность фактов, правильность истолкования и актуальность. Отнесение новостного материала к определенной категории – это первый шаг к правильному пониманию его смысла. Материалы СМИ можно подразделить на следующие категории: журналистика, пропаганда, реклама, общественная информация, информация развлекательного характера и необработанные данные.

Четыре жанра журналистики

В журналистике можно выделить четыре жанра: журналистика факта, новостная журналистика, пропагандистская журналистика и журналистика, отражающая интересы определенных групп (или ангажированная). Новостные агентства производят информационные материалы, принадлежащие ко многим из этих жанров.

“Процесс потребления новостной информации в наши дни стал активно контролироваться самой аудиторией”.

Профессиональные журналисты высоко ценят точность описания, тогда как для представителей новостной журналистики важнее не вдумчивость описания, а его быстрота. Новостная журналистика получила широкое распространение в 1980-1990-е годы. Ее движущей силой стало распространение круглосуточных новостных каналов, лидирующим представителем которых была кабельная сеть CNN. Благодаря им у телезрителей отпала необходимость ожидать вечернего выпуска новостей. С развитием Интернета непрерывный доступ к новостям стал неотъемлемой чертой современной медиакультуры.

“Журналистика, занимающаяся выявлением фактов, которые власти скрывают от общественности, была и будет основой существования любого демократического общества”.

Представители пропагандистской журналистики склонны манипулировать фактами, чтобы подкрепить убеждения своей аудитории. Поэтому потребители должны следить за тем, чтобы у источника была нейтральная позиция, а информация передавалась сразу после ее появления. По данным исследований, более половины диалогов в телешоу кабельных телеканалов являются импровизированными – это свидетельствует об ориентации кабельного телевидения на немедленную трансляцию информации. Журналистика такого типа широко распространена в Интернете. Многие новостные сайты сначала публикуют информацию, а затем редактируют ее, ориентируясь на реакцию посетителей.

“Журналисты гораздо охотнее освещают те события, которые у всех на слуху, чем те, которые мало кому интересны”.

Пропагандистская журналистика не ставит своей первоочередной задачей проверку фактов. Цель журналистики этого типа – не нейтральная передача информации, а подкрепление убеждений и взглядов своей аудитории по интересующим ее темам. Журналисты создают у аудитории иллюзию, будто можно решить проблемы, у которых на самом деле нет очевидных решений. Если отличительными чертами пропагандистской журналистики является неполнота передаваемой информации и минимум контекста, то ангажированную журналистику отличает то, что ее источники сразу вызывают сомнения. Например, это могут быть псевдоисследования, которые спонсируются коммерческими организациями и лишь внешне похожи на настоящие научные работы.

Полнота и достоверность информации

Профессиональные журналисты для оценки полноты публикуемой информации пользуются специальным перечнем контрольных вопросов. В полноценном новостном материале всегда сообщается, что произошло и с кем, а также уточняется, когда, где, почему и как это произошло.

Некоторые СМИ идут еще дальше и публикуют объемные репортажи для осмысления того или иного явления или перепроверки опубликованной раньше информации. Такой развернутый способ изложения принят на вооружение газетами и журналами, которые стремятся таким образом выделиться на фоне прочих информационных ресурсов, публикующих репортажи стандартного типа.

“Если разные источники описывают одно и то же событие в одинаковых словах, это признак того, что кто-то пытается манипулировать общественным мнением”.

Чтобы придать своим материалам достоверность, новостные СМИ опираются на различные источники информации. Чем больше в материале ссылок на источники, тем правдоподобнее он выглядит. Чтобы определить качество новостного материала, оцените полноту и разнообразие его источников, в том числе свидетельства очевидцев, информацию из вторых рук и мнения экспертов. Часто журналисты не ссылаются на другие источники, если описывают события, очевидцами которых были они сами, хотя ссылка на эти источники может понадобиться им для подтверждения увиденного.

Анализ фактов и поиск доказательств

Дважды лауреат Пулитцеровской премии корреспондент The New York Times Гомер Байгерт освещал события Второй мировой войны, войны в Корее и во Вьетнаме. Свое отношение к сбору информации он называл “карманным неведением” и больше всего на свете не любил опираться на голословные предположения. Вместо того чтобы пересказывать в своих статьях то, что представители армии сообщали журналистам на пресс-конференциях, Байгерт давал читателям картину боевых действий из первых рук, а затем сравнивал ее с официальными сообщениями. Разумеется, не каждому дано стать военным корреспондентом. Однако даже обычные читатели вполне в силах научиться отличать хорошие новостные материалы от посредственных и заслуживающие доверия СМИ от всех остальных, если станут беспристрастно подходить к оценке качества новостей. Для оценки достоверности фактов в новостной статье нужно сделать следующее:

1. **Установите природу и источник фактов.** Откуда они получены – из первых рук или из косвенных источников? Названы ли эти источники?
2. **Оцените достоверность фактов.** Подвергались ли изложенные в статье факты проверке? Можно ли отыскать факты, противоречащие приведенным?
3. **Оцените вескость приведенных фактов.** Достаточно ли этих фактов для того, чтобы сделать выводы? Разрозненные или несущественные факты при всей их достоверности чаще всего бывают неубедительными в качестве доказательств.
4. **Оцените сделанный автором вывод.** Позволяют ли факты сделать только такой вывод или же они допускают несколько толкований?

Полезные навыки для оценки новостной информации

Особое внимание в новостных сообщениях следует обращать на непроверенные и бездоказательные утверждения. Подобно ученым, ищите “доказательства от противного”, то есть доказательства утверждений, противоположных тем, которые авторы считают истинными. Если эти утверждения можно доказать, значит, они и являются истинными. Аудитория СМИ вправе требовать от журналистов аналогичной объективности. Предложив читателям альтернативное объяснение, журналист повышает достоверность сообщения о событии, которое имеет предполагаемую, но неподтвержденную причину.

“По иронии судьбы чем больше журналисты заботятся о том, как угодить вкусам аудитории, тем сильнее аудитория сомневается в профессионализме этих журналистов”.

Проверяйте новостные материалы на предмет полноты сведений. Например, в первоначальных сообщениях о взрыве в 2006 году метана на угольной шахте Саго в Западной Вирджинии утверждалось, что 12 шахтерам удалось выжить. Эта информация оказалась неверной: на самом деле в результате аварии погибло 13 человек. Ошибка возникла по вине репортеров, которые сослались на обнадеживающие, но неправдивые заявления руководителей шахты, но при этом не удосужились получить подтверждение этих заявлений от местных властей. Распространив ложные сообщения о выживших, журналисты нарушили обязательство по устранению пробелов в источниках своей информации.

“Проблема новостных агентств состоит в том, что, с одной стороны, их бизнес приходит в упадок, а с другой – будущее открывает перед ними массу новых возможностей. Эта проблема усугубляется тем, что большинство агентств продолжают мыслить устаревшими категориями”.

Критически мыслящие потребители новостной информации постоянно оценивают не только ее достоверность, но и связность. Попробуйте пересказать какую-нибудь новость другу. Если у вас не получается передать ее простыми словами, значит, возможно, вам не хватает какой-то важной информации. Оценивайте глубину подачи новостного материала. Для этого определите, основан ли материал на свежей информации или же он лишь дополняет уже известные факты.

Журналистика будущего

Современное общество все меньше нуждается в журналистах, исполняющих роль “регуляторов” потребления информации, которые избирательно уделяют внимание одним темам и игнорируют другие. Однако это не означает, что журналистике суждено исчезнуть. Благодаря тому что журналисты перестают играть роль “цензоров”, у них появляется возможность сосредоточить усилия на выполнении других общественных ролей. Перечислим эти роли журналистов будущего.

1. **Журналист, проверяющий достоверность фактов.** В будущем журналисты станут больше внимания уделять установлению подлинности фактов, а сам процесс сбора информации станет более прозрачным. Сегодня общество интересуют не только сами факты, но и процесс их получения.

2. **Журналист, осмысляющий информационную картину.** Новостная информация постоянно обновляется, поэтому даже ничтожное изменение ситуации может восприниматься как новость. В результате у людей формируется фрагментарное восприятие информационной картины. Во избежание этого журналисты должны создавать смысловые связки между новостными репортажами, тем самым помогая читателям воспринимать новости более целостно и осмысленно.
3. **Журналист-исследователь.** СМИ традиционно выступают в роли защитника общественных интересов, предупреждая злоупотребления со стороны государства. Многие журналисты в будущем захотят усилить этот элемент своей работы.
4. **Журналист-очевидец.** Присутствие журналистов на встречах представителей государства с представителями общества – один из главных элементов демократии. Тем самым они напоминают государственным чиновникам, что их работа всегда находится на виду у избирателей.
5. **Журналист-помощник.** Журналисты все чаще помогают читателям самостоятельно разбираться в интересующих их вопросах. В частности, авторы публикаций в Интернете располагают для этого широким набором средств – таких, например, как снабжение текста гиперссылками.
6. **Журналист, координирующий информационные потоки.** Имея возможность сравнивать содержание различных новостных ресурсов, информационные агентства и отдельные журналисты могут рекомендовать своей аудитории интересные сайты и предлагать услуги по обработке новостной информации.
7. **Журналист как организатор дискуссий.** Новостные СМИ способны выделиться на фоне конкурентов, если будут инициировать обсуждение общественно значимых вопросов и освещать различные точки зрения на эти вопросы.
8. **Журналист как пример для подражания.** Обычные люди, вдохновленные примером профессиональных журналистов, все чаще проявляют интерес к сотрудничеству с новостными СМИ, которые благодаря этому получают возможность освещать еще больше событий.

“В эпоху телевидения (особенно кабельного) человеку достаточно просто впасть в иллюзию того, что все увиденное на экране и есть то, что происходит на самом деле”.

В работе журналиста описанные выше функции и роли присутствовали всегда, однако до недавнего времени их затмевала роль журналиста как “регулятора” потребления новостей. Поскольку в наши дни аудитория получила возможность самостоятельно выбирать источники информации, журналисты должны переключить свои усилия на выполнение новых функций. Если у них это получится, то журналистика как профессия не только не исчезнет, но и выйдет на новый этап своего развития.

Об авторах

Билл Ковач – бывший глава вашингтонской редакции The New York Times, редактор газеты Atlanta Journal-Constitution. **Том Розенстил** – бывший парламентский корреспондент Newsweek. Занимал должность обозревателя материалов СМИ в Los Angeles Times и на кабельном новостном канале MSNBC.
