

ПРОБЛЕМА НЕДОВЕРИЯ ОБЩЕСТВА К ГОСУДАРСТВЕННЫМ СМИ

Камза Азамат Нуралыулы

магистрант, Костанайский Региональный Университет, Казахстан, г. Костанай

Машкова Светлана Николаевна

научный руководитель, преподаватель, Костанайский Региональный Университет, Казахстан, г. Костанай

Аннотация. В статье раскрывается проблема недоверия к государственным СМИ и возможные причины тенденции. Даются определения доверия и недоверия, общества, государственных СМИ. Делается вывод, что доверие к институту власти напрямую влияет на доверие к правительственным СМИ.

Ключевые слова: недоверие, государственные СМИ, медиадоверие, общество, финансирование.

Институт средств массовой информации существует относительно давно и уже прочно закрепил за собой функциональные позиции, среди которых не на последних рядах числится формирование общественного мнения.

Но с течением времени сложилось так, что журналистика, которая должна влиять на мнение общественности, стала заложником этого же мнения, которое под давлением различных обстоятельств менялось и трансформировалось. И не последним элементом этого мнения является доверие общественности или его отсутствие как следствие. Прежде чем выяснять причинно-следственные связи, следует обозначить дефиниции. «Доверие — так называется психическое состояние, в силу которого мы полагаемся на какое-либо мнение, кажущееся нам авторитетным, и потому отказываемся от самостоятельного исследования вопроса, могущего быть нами исследованным», — такое определение даёт энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона [1].

Похожее значение даётся в толковом словаре Ожегова: «Уверенность в чьей-нибудь добросовестности, искренности, в правильности» [2].

Следовательно недоверие — отсутствие доверия. За общественность возьмём единицу всех потребителей информации, поступающей от государственных СМИ, которые принадлежат и находятся под контролем правительства (финансирующегося за счет все того же общества), сформированного правящей в данный момент партией. Применительно к сфере СМИ используются понятия «медиадоверие», «медиадоверность», «доверие СМИ», но между ними не фиксируется сходств и различий, не выявляется смысловая дифференциация [3]. Определения зафиксированы, но прежде чем исследовать проблему недоверия общества к государственным СМИ в Казахстане, на примере американской журналистики посмотрим на динамику снижения медиадоверия в зависимости от экономического и политического фона в этой стране. Расцвет журналистики и «золотой век» печатных изданий в США пришёлся на 70-ые годы, как показывает история, это была вершина коммерческого развития, от прессы зависело всё: политика, бизнес, культура, искусство [4]. Медиахолдинги буквально строили

небоскребы, потому что их финансовое положение позволяло это. СМИ задавали повестку дня и продавали их через подписку и рекламу, обладая монополией. Коммерциализация американской журналистики стала причиной снижения доверия общества. Когда люди поняли, что для журналистов в приоритете стоит заработок, и только после этого благо общества, начался процесс: верить стали все меньше и меньше. И пик всего этого пришёлся на 2016 год, когда всему американскому обществу стало ясно, что СМИ представляют интересы партийных элит: это и предвыборные кампании, и противостояние между демократической партией и Трампом. Как бы там ни было, люди больше не доверяли СМИ и не верили в идею о том, что средства массовой информации служат обществу. Пропала вера в добросовестность и искренность журналистов. Американские медиаэксперты выделили 3 фактора, которые влияют на доверие общественности к СМИ. Во-первых, проверка фактов, на фоне «фейковых новостей» в социальных сетях у СМИ появилась возможность укрепить свои позиции в плане достоверности и правдивости. Во-вторых, прозрачность доходов, когда редакция объясняет и показывает, кем финансируется газета. И, в-третьих, абстрактность социальных сетей и новостей, которые в них пишут такие же абстрактные авторы, породила потребность в ком-то осязаемом, видимом и надёжном. На помощь пришли журналисты традиционных СМИ. Таким образом американские медиа возвращают к себе доверие общественности.

Теперь рассмотрим опыт более близких нам соседей и российские государственные СМИ. Как показывает практика, правительственные газеты не всегда выполняют свою прямую функцию — удовлетворять информационные запросы общества. Взять в пример события 2011 года, когда в Челябинске прошли митинги против фальсификации результатов парламентских выборов [5]. Казалось бы, посредником между митингующими, государством и обществом должна быть пресса. В первую очередь, чтобы разобраться в причинах протеста, обоснован он или нет, действительно ли имеют место нарушения выборного процесса. СМИ должны собрать информацию, проверить её, выслушать требования стороны и оценить их разумность. Но на деле вышло так, что государственные СМИ просто «отмолчались» и не предприняли никаких попыток оправдать своё назначение. Эту подлинно государственную задачу попытались реализовать только частные СМИ, к примеру, газета «Челябинский рабочий» и ее сайт. Ситуация с уклонением государственных СМИ от дискуссии по острейшей проблеме красноречиво иллюстрирует вывод, к которому приходит Б. Н. Лозовский: «Чем активнее государство и его структуры «играют» на информационном поле, тем сильнее их манипулятивное воздействие на средства массовой информации и журналистов» [6]. Именно этим обстоятельством объясняются беспроblemность и благодушный тон материалов официальной прессы, ее избирательность в выборе героев публикаций, игнорирование критических сигналов читателей. Ещё одним доказательством служит тот же Челябинск, героем многих материалов официальных СМИ был один деятельный вице- губернатор. Он не отказывал журналистам в интервью, комментировал значительные события общественной жизни, давал оценки различным явлениям. Когда в регионе сменилась команда высших управленцев, его фамилия стала появляться в тех же СМИ исключительно со знаком минус. Деятельность бывшего вице-губернатора подвергается резкой критике, зачастую напоминая доносы в правоохранительные органы [7]. Читатели в данном случае, видимо, думают: от СМИ правды не дождешься. К сожалению, они при этом, скорее всего, не разделяют их на государственные и частные, потому что потребитель информации не всегда имеет такие знания в сфере медиа. Для читателей газета — всегда газета. К слову, как показывают результаты ежегодного рейтинга доверия жителей разных стран к общественным институтам и власти, который публикует исследовательская компания Edelman из США, россияне не доверяют СМИ. В 2019 году Россия заняла последнее место в общем уровне доверия к институтам — 29 пунктов из 100. Также она стала последней в рейтингах СМИ — 26% опрошенных доверяют средствам массовой информации, 2/3 опрошенных не чувствуют веры в добросовестность и искренность прессы [8].

Согласно итогам другого опроса, опубликованном социологами ФОМа, если 31 января 2016 года государственным СМИ доверяли 65% опрошенных, то при опросе 18 ноября 2018 года такое мнение выразили 47% опрошенных. В то же время доверие к негосударственным СМИ за тот же период выросло почти в два раза: с 13 до 25% [9]. Такое отношение объяснимо и понятно, если руководствоваться теми примерами невыполнения своих прямых обязанностей, которые мы перечислили выше. К сожалению, существующих фактов подобного поведения слишком много, но не все они зафиксированы и могут быть исследованы. Исторически

сложилось так, что у СМИ есть прямая функциональная обязанность перед обществом и немудрено, что люди будут ждать её осуществления. И если средства массовой информации игнорируют необходимость служить на благо людей и выбирают благосклонность какого-то узкого круга лиц, то они теряют доверие широкой общественности, как необратимое следствие. В Казахстане государственные СМИ тоже не особо жалуют. При чем не только потребители информации, но и сами журналисты. В 2019 году в сетевом издании Central Asia Monitor вышла статья «Государственные СМИ в Казахстане: закрыть нельзя оставить», в котором общественные деятели, работники прессы и независимые эксперты высказались насчёт целесообразности правительственных средств массовой информации. Мнения выдвигались абсолютно разные. Среди аргументов «против» была и непрозрачность механизма распределения госзаказов, и неправильное распределение госбюджета, и неисполнение своих обязанностей, и возможная альтернатива [10]. Руководитель общественного фонда «Правовой медиа-центр» Диана Окременова предоставила информацию, что ежегодная сумма госинформзаказа составляет более 50 млрд. тенге, при этом более 40 млрд. получают именно государственные СМИ. К слову, 80% СМИ являются негосударственными. Математика на лицо, правительственные средства массовой информации забирают львиную долю бюджета при том, что они значительно меньше в общем объёме СМИ.

Вероятнее всего, люди, не вовлечённые в госаппарат и не интересующиеся тем, что не входит в рамки их жизненного уклада, понятия не имеют об этих цифрах. Можно выйти на улицы города и провести соцопрос, чтобы доказать истинность этого тезиса. Но представим на минуту, что эти данные были обнародованы в аналитической статье. И даже не важно, какой объём у текста и какое издание опубликовало его, если общественность увидит такое соотношение цифр, то реакцию вполне можно предугадать. Доверие людей к государственным СМИ молниеносно быстро упадёт, потому что появится предвзятое убеждение в том, что финансирование продиктовано односторонними условиями. Вот, как высказывается о целесообразности государственных СМИ журналист Анатолий Иванов: «На мой взгляд, существование государственных СМИ не оправдано. Эту нишу легко могут занять независимые от правительственных структур издания, которые не откажут себе в удовольствии публиковать официальные сообщения. Что, кстати, уже можно наблюдать на казахстанском медиа-рынке. Во всяком случае, в своей практике я очень редко пользуюсь информацией от изданий, открыто финансируемых государством».

Это лишь продолжает логическую цепочку, выстроенную на основе всех приведённых примеров: функционирование государственных СМИ напрямую зависит от финансирования, поэтому не пользуется доверием ни у общества, ни у журналистов из частных средств массовой информации. Таким образом, какие основные факторы влияют на формирование медиадоверия среди казахстанцев? Здесь следует брать во внимание уровень доверия к общественным и политическим институтам в целом. Низкий уровень доверия граждан к государственным институтам — во многом следствие их низкой эффективности, бюрократического стиля работы, недостаточной «отзывчивости» на инициативы гражданского общества, нежелания заниматься решением реальных проблем людей. Если исходить из того, что доверие к государству предполагает «убежденность в компетентности, добросовестности, честности, правдивости, бескорыстии политических элит, правительства, государственных учреждений», то логично допустить, что у многих подобная убежденность еще далеко не сформировалась. Вот, почему уровень доверия к государственным СМИ остаётся низким. Пресса, находящаяся под управлением госструктур, финансируемая госбюджетом и выполняющая госзаказы, вполне оправданно может считаться полностью управляемой эшелонами власти с целью продвигать выгодные им идеи. Как следствие, люди, не верящие в добросовестность правительства, не верят в подчиненные ему средства массовой информации. Другая сторона вопроса — нежелание работников такой прессы и телевидения быть честными. По этому поводу высказывался Казбек Бейсебаев, главный редактор интернет-издания Kazbei.org: «Самое интересное, что от таких СМИ страдают сами же власти. Ведь они не получают достоверной информации о реальном положении дел в стране. Считаю, многие наши проблемы проистекают как раз таки из того, что государственные СМИ всегда и все рисовали розовыми красками, а на самом деле было не так.»

Пресса, которая игнорирует общественно важные изменения, не замечает тех неизбежных моментов жизни, без которых невозможна демократия, умалчивает о том, что выходит за

рамки идеального строя, никогда не будет пользоваться популярностью и доверием у обычного населения. В завершении всех этих причин становится львиная доля госбюджета, которая приходится на финансирование этих СМИ, что тоже вызывает множество сомнений и вопросов. Итак, какую работу необходимо проделать, чтобы упрочить позиции правительственных средств массовой информации?

Во-первых, как и в любой государственной структуре, необходима прозрачность, которой сейчас объективно нет, результаты аудиторских проверок госСМИ находятся в закрытом доступе, поэтому налогоплательщики понятия не имеют о том, как расходуются средства, выделяемые СМИ.

Во-вторых, нужно проделать колоссальную работу с механизмами самого института власти и вывести доверие граждан на более высокий уровень.

В-третьих, изменить принципы работы самих правительственных СМИ, чтобы они наконец начали удовлетворять информационные запросы общества. В таком случае, возможно, мы сможем наблюдать динамику роста медиадоверия среди казахстанцев.

Список литературы:

1. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона — АО «Ф. А. Брокгауз — И. А. Ефрон»
2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., М.: Высшая школа, 1993
3. Дзялошинский, И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013
4. Богатуров А.Д. Глобальные аспекты «цивилизационного» влияния США в XXI в//Мировая экономика и международные отношения. -2007.- № 9
5. Киршин Б.Н. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. No 5 (259). Филология. Искусствоведение. Вып. 63
6. Лозовский, Б. Н. Кто и как манипулирует журналистами : манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации : монография. Екатеринбург : Изд-во Урал. Унта, 2011
7. Киршин Б.Н. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. No 5 (259). Филология. Искусствоведение. Вып. 63
8. Тадтаев Г. Россия заняла последнее место рейтинга доверия к общественным институтам. — <https://www.rbc.ru/politics/27/11/2018/5bfd31189a79475d5dae5a51>
9. Дергачев В., Истомина М. Социологи зафиксировали снижение доверия россиян к государственным СМИ. — <https://www.rbc.ru/politics/27/11/2018/5bfd31189a79475d5dae5a51>
10. Исабаева С. Государственные СМИ в Казахстане: закрыть нельзя оставить. — <https://camonitor.kz/33700-gosudarstvennye-smi-v-kazahstane-zakryt-nelzya-ostavit.html>