

РЕКОМЕНДАЦИИ

Сети организаций медийного саморегулирования относительно распространения пропаганды в СМИ

Национальные органы саморегулирования СМИ, члены Сети организаций медийного саморегулирования (СОМС), обеспокоены ростом числа пропагандистских материалов в СМИ, распространяемых как национальными, так и международными вещателями и издателями, включая государственные, публично-правовые и частные. В контексте данного документа под пропагандистскими понимаются журналистские материалы любого жанра:

- содержащие язык вражды, ненависти, дискриминацию, расизм, шовинизм, прославление войны и терроризма, распространяющие ксенофобию;
- прибегающие к манипуляции фактами в политических целях;
- эксплуатирующие темы повышенного общественного интереса и злоупотребляющие доверием людей к средствам массовой информации в целом и к журналистике и журналистам, в частности;
- настойчиво и последовательно представляющие противоречивые темы в одностороннем ключе, способствуя их стереотипному восприятию.

Проблема пропаганды особенно затрагивает те выбранные в качестве объекта страны, где зарубежные СМИ, являющиеся инициаторами пропагандистского воздействия, имеют традиционно устойчивую аудиторию.

Члены СОМС с глубокой озабоченностью отмечают, что угроза широкого распространения пропагандистских материалов в средствах массовой информации, т.е. в зоне профессиональной ответственности редакций и журналистов, представляет серьезную опасность как для свободы выражения, так и для информационных прав граждан. Использование СМИ в качестве инструмента пропаганды наблюдается повседневно. При этом сама пропаганда становится всё более жесткой и циничной.

Члены СОМС констатируют, что СМИ и их представители всё чаще втягиваются в агрессивные пропагандистские кампании, распространяя в традиционных и новых медиа - под видом авторских и редакционных материалов - откровенно манипулятивный контент, противоречащий общепринятым стандартам и этическим принципам профессии, подрывая веру аудитории в независимость редакции и честность, ответственность журналиста.

Члены СОМС полагают, что никакие цели не могут служить оправданием для манипулирования общественным мнением, распространения откровенной лжи либо полуправды, имитирующей достоверность факта и точность передачи мнения.

Члены СОМС исходят из того, что нарушение основ журналистской этики неизбежно ведёт не только к росту недоверия граждан к добросовестным СМИ,

профессиональным журналистам и журналистским организациям, но и к усилению государственного влияния на СМИ, политического вмешательства в деятельность конкретных редакций вплоть до реального и существенного ограничения права СМИ на свободное распространение информации. Ситуация прямой или косвенной вовлечённости СМИ в пропагандистскую машинерию представляет собой прямую угрозу для безопасности СМИ и журналиста, а также подрывает возможность выполнения ими своей социальной миссии, включая защиту общественных интересов.

Учитывая сказанное, организации-члены СОМС призывают журналистов, редакторов, собственников СМИ, всех тех, кто несёт ответственность за редакционный контент и его распространение, руководствоваться в своей работе основополагающими профессиональными стандартами и обеспечивать на практике:

- актуальность, достоверность, релевантность новостей и их освещения; предоставление гражданам правдивого, полного и понятного отчета о текущих событиях в том контексте, в котором они приобретают смысл;
- добросовестность, профессиональную честность, право журналиста придерживаться своего мнения;
- отделение журналистского материала от любого другого, способного нести пропагандистскую нагрузку или мессиджи манипулятивного характера;
- неприятие любых цензурных ограничений, защиту права граждан на получение объективной информации.

Организации-члены СОМС убеждены в том, что редакции СМИ обязаны воздерживаться от распространения любых прямых или косвенных дискриминационных, ксенофобских заявлений и должны предотвращать появление публикаций, содержащих клевету, оскорбление, унижение, умаление достоинства граждан по признакам расовой, языковой, религиозной, этнической и половой принадлежности, углубляющих социальное, политическое или иное неравенство.

Организации-члены СОМС полагают, что средства массовой информации:

- обязаны избегать тиражирования сплетен, распространения сообщений, основанных на непроверенных данных и направленных на провоцирование скандалов, запуск манипулятивного контента. Комментарии никоим образом не должны встраиваться в новостную часть информационного материала. От СМИ, полагающего, что информация объективно не может быть проверена, но, тем не менее, заслуживает распространения, ожидается соответствующее уведомление аудитории;
- не вправе манипулировать изображением или звуком - с тем, чтобы выбор слов или других средств выражения, изменения интонации, смещение акцентов или редакционная обработка приводили к преднамеренному искажению смысла или ценности сообщения;
- обязаны убедиться, что каждый компонент новостей содержит только и исключительно факты, соответствующие действительности. В новостном сообщении

должна быть дана ссылка на независимые источники, подтверждающие информацию;

- должны избегать “подгонки” данных и фактов с целью искажения реального положения вещей. Определяя степень важности отдельных составляющих информационного сообщения, СМИ должны стремиться подавать новости беспристрастно и объективно, проводя различие между существенным и второстепенным или же менее значимым по характеру;

- обязаны незамедлительно информировать аудиторию о каждой ситуации выхода в свет сообщения, содержащего искаженную информацию, принося извинения в тех случаях, когда в основе такой ситуации лежит редакционная ошибка.

Организации-члены СОМС выделяют следующие основные признаки пропаганды:

- “объектное” отношение субъекта пропаганды к конкретному человеку, социальной группе, обществу в целом;

- целенаправленное сведение многомерного к двумерному, 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” - с определенным изменением (или поддержанием) “картины мира” в его сознании; в идеале - с переводением навязанных представлений в поступок и образ действий;

- 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, сплошь и рядом несовместимых с такими ценностями, как честность, правдивость и т.д.

- обнаружение, создание или дорисовка “образа врага”; внесение в массовое сознание и поддержание в нём разделения на “мы” и “они”;

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

- повседневная повторяющаяся последовательность вбрасываемых в общественный дискурс тем, примеров, образов; как правило - обращение к субъективно истолкованным традиционным ценностям как к единственным устойчивым, а потому главенствующим в неустойчивом мире;

- апелляция преимущественно к эмоциям, к чувствам, а не к разуму, игра на страхах и предубеждениях, активное использование историй о злодеяниях и зверствах;

- 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.

***Приняты 17 июня 2016
на ежегодной встрече СОМС в Грузии***