

Интервью И. Дзялошинского информационной программе «Ала-Тоо» (Кыргызстан)

И. Дзялошинский. Когда мы говорим о независимости, нам надо очень точно определить содержание самого понятия. У него есть три измерения.

Первое – это правовое, имеется в виду, в какой мере правовые рамки деятельности средства массовой информации и конкретно журналиста задаются государством. В этом смысле все мы подчиняемся законам. В рамках любого закона ты можешь чувствовать себя независимым если ты эти законы соблюдаешь. Как только ты их не соблюдаешь, тебя наказывают, т.е. независимость в рамках права. Ну это, что называется погибелью.

Вторая проблема связана с тем, что само средство массовой информации для того, чтобы выжить, должно где-то зарабатывать, должно получать деньги, значит оно так или иначе зависит от источника финансирования. По традиции независимым считается средство массовой информации, которое не получает деньги у государства. Вот сложилась такая модель, если ты зависишь от читателя и от рекламодателей, то ты независимый. Если ты получаешь деньги у государства, то ты зависимый. Так эта система отношений, сложившаяся в европейской и американской журналистике. В этом смысле опять же независимость строго сформулирована.

И третье толкование – личностное. Журналист имеет право на собственное мнение. Он по закону, по Конституции имеет право высказывать все, что он думает. И если он этого не боится, если он говорит, что думает, то независимый. Если он опасается чего-то, то он зависимый. Поэтому, понятно, тут не надо видимо доказывать, что независимость абстрактная, нет. Все мы от чего-то зависим. Вопрос лишь в том, в какой мере мы понимаем границы и в какой мере эти границы достаточны для того, чтобы те, к кому мы обращаемся, получали честную, добросовестную, ну условно говоря, достоверную информацию. Значит, собственно говоря, у независимой журналистики есть зависимость от предоставления достоверной информации.

Мне, как потребителю информации вообще-то неважно от кого получают деньги средства массовой информации от правительства, от бизнеса, от зарубежных фондов. Мне очень важно, чтобы на эти деньги я или моя аудитория или мы вместе получали добросовестную информацию.

К сожалению, очень часто получается так, что средства массовой информации, получающие донорскую помощь, используют ее не для того, чтобы научиться давать достоверную информацию, а для того, чтобы разжигать костер неких политических амбиций, способствуя раскалыванию общества на различные группировки. Именно из-за этого в ряде случаев по отношению к средствам массовой информации, которые получают донорскую помощь, возникают вот такие подозрения в том, что они ангажированы, что они продаются и прочее, прочее. Я бы не хотел, чтобы такой стереотип застывал, чтобы это становилось общим местом.

Конечно, когда мы говорим о независимости информации, подразумевается и то, как она подана. Можно взять 10 достоверных сообщений, объединить их в один узел и получается не достоверная картина. Поэтому, дело журналиста из средств массовой информации не просто в том, чтобы давать нам достоверные кусочки, а помогать мне как читателю, зрителю, слушателю ориентироваться в окружающей действительности, верно ориентироваться. То есть после просмотра телепрограммы или после контакта с каким-

нибудь журналистом, я должен иметь информацию, на основе которой я приму правильное жизненное решение.

Опять же, к сожалению, во многих случаях, средства массовой информации дают мне правильные частичные сведения, но не правильную картину действительности. В результате они вводят меня в заблуждение. Есть такой термин – введение аудитории в заблуждение. Они мне рисуют неверную картину действительности с помощью слов, оценочных суждений, монтажа и прочее, прочее. Поэтому, мировая практика все время требует от журналистов соблюдать не только канон добросовестной информации, но и канон добросовестного комментария.

В силу ряда причин многие журналисты, повинуясь своим импульсам, думают, что средства массовой информации – это их собственность. Оно существует для того, чтобы высказываться или с кем-то бороться.

На самом деле средства массовой информации принадлежат обществу. Общество создает эти средства для того, чтобы получать достоверную информацию. Журналисты – обслуживающий персонал, обеспечивающий бесперебойное функционирование этих средств массовой информации. Вот этого понимания я не почувствовал.

Очень многие журналисты рассматривают средства массовой информации либо, как инструмент самообогащения, способ заработка любыми средствами, либо как средство самовыражения, то есть я через газету пытаюсь навязать кому-то свою точку зрения. На самом деле мировая практика говорит, что средства массовой информации – это инструменты для обеспечения граждан достоверной информацией. Я как попугай стою на этой точке зрения.

Вторая проблема, которую я почувствовал вчера, профессиональная среда обслуживающая, эффективная, функционирования средств массовой информации – это корпорация, это люди-профессионалы объединяющиеся. Этого нет. Есть отдельные индивиды, отдельные профессионалы, каждый из которых чувствует себя значительной фигурой, но не хочет объединяться ни с кем. Нет профессионального сообщества, некому лоббировать законы, помогающие эффективному функционированию СМИ, нет суда чести профессионального.

Вчера был попытка предложить хоть какую-то версию корпоративного такого инструмента саморегулирования, было воспринято в штыки, потому что некоторые журналисты видят в этом инструмент подавления их свободы, в то время как это на самом деле инструмент повышения ответственности, а повышение ответственности не всегда связано с ущемлением свободы. Вот этого понимания нет. До сих пор журналисты рассматривают деятельность средств массовой информации не как способ предоставления гражданам достоверной информации, а вот как мое личное дело, где я самовыражаюсь. Это позавчерашний век. Это я совершенно откровенно говорю, это XIX век. Тогда это было уместно.

Сейчас в эпоху глобализации информационного процесса, в эпоху превращения СМИ в большой бизнес, надо чтобы корпорация, сообщество структурировалось, объединялось, знало, чем они занимаются, умели отвечать за последствия своих действий перед читателями, по крайней мере, зрителями и слушателями и умели налаживать отношения друг с другом. Мы одна корпорация, которая решает одну задачу – предоставление гражданам достоверной информации.