

# МЕДИА И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Четвертая власть





Что такое четвертая власть и актуально ли это понятие в цифровой эпохе? На этот достаточно объемный вопрос мы попытаемся ответить в этой лекции.

Напомню, понятие четвертая власть – это словосочетание, определяющее и саму прессу, и ее влияние в социуме. После законодательной, исполнительной и судебной ветвей власти.

В последнее время были различные дискуссии по теме: изменилось ли значение понятия четвертая власть в глобальном цифровом пространстве? Можно ли уже применять термин «пятая власть – пятое сословие» для определения практики digital журналистики XXI века?

Новые виды платформ и систем доставки информации изменили журналистику, но ее фундаментальные принципы остались прежними.

Более 250 лет назад английский драматург и журналист Генри Филдинг представил идею четвертой власти. Филдинг был весьма заметным драматургом, чьи острые бурлески, критикующие правительство того дня, навлекали на него гнев тогдашнего премьер-министра сэра Роберта Уолпола. Стремясь подавить голос Филдинга, британское правительство ввело «Закон о театральном лицензировании», который должен был помешать ему представлять публике свою политическую сатиру. Но Филдинг в качестве редактора журнала «Ковент-Гарден» продолжал внимательно изучать правительство Уолпола. Именно в 1752 году он смело написал в своем журнале: «Ни один из наших политических писателей не обращает внимания ни на что другое, кроме как на три существующих сословия, а именно на дворянство, духовенство и простой народ. И все молчат о таком мощном инструменте, который представляет собой четвертое сословие – народ». Он имел в виду силу слова.

Вспомним действия другого англичанина – радикального журналиста, владельца газеты и парламентария Джона Уилкса, который навсегда закрепил понятие свободной прессы (о нем мы говорили во второй лекции).

Вообще, в то время многие политики выступали за свободу слова. Томас Джефферсон (1743-1826), третий президент Америки и автор Декларации независимости США, утверждал, что гражданам нужен доступ к достоверной информации о государственных делах. Вот его знаменитое высказывание: «Если бы мне пришлось выбирать – иметь правительство без газет или газеты без правительства, я бы не раздумывая выбрал второе».

Известный викторианский историк и писатель Томас Карлайл также утверждал, что пресса эквивалентна демократии. Любой, кто способен говорить, может говорить теперь со всей нацией, может стать силой, ветвью власти, с неотъемлемым весом в законотворчестве и во всех действиях власти. Не имеет значения, какой у него ранг, какие доходы или богатства: достаточно, чтобы у него был язык, который другие будут слушать.

Независимые от политического давления и финансово самодостаточные СМИ было трудно контролировать государством, поэтому в 1819 году британское правительство ввело гербовый сбор. Но налог был отменен в 1855 году, и последующее развитие свободного рынка привело к трансформации газетной индустрии. Улучшение технологий снизило себестоимость продукции. С индустриализацией появилась коммерциализация и зависимость от доходов от рекламы, которые превратили новости в очень прибыльный товар.

Как же обстоят дела с четвертой властью сегодня?

В течение более 200 лет журналисты видели свою роль в информировании общественности и обеспечении прозрачности деятельности государства. Тем не менее есть те, кто будет утверждать, что вместо того, чтобы тщательно изучать правительство, бизнес и могущественную элиту, журналисты работают над укреплением и поддержкой этих институтов. Конечно, в тоталитарных режимах контролируемые государством средства массовой информации являются его инструментами влияния. Но также утверждается, что и в западных демократиях некоторые СМИ больше продвигают, чем критически анализируют правительственные идеологии.

Например, радикальный мыслитель Ноам Хомский утверждает, что средства массовой информации являются инструментами, используемыми их владельцами и правительствами, чтобы поставлять идеологию, а не анализировать власть. Он считает, что СМИ работают рука об руку с правительствами и крупным бизнесом. Хомский утверждает, что эти владельцы влияют на публичный дискурс, исходя из своих коммерческих и идеологических мотивов. То есть это форма гегемонии, которую мы подробно изучили в первой лекции.



Сохранилась ли четвертая власть с появлением новых медиа?

Журналисты быстро адаптировали Твиттер – как способ распространения экстренных новостей и общения со своей аудиторией в режиме реального времени.

Считается, что новости о террористических атаках 2008 года в Мумбаи сначала появились в Twitter. В 2010 организаторы Арабской весны использовали Twitter как для планирования своих действий, так и для обмена своими успехами с миром, что привело к массовому освещению тех событий.

Новости о взрыве во время Бостонского марафона были также впервые опубликованы в Twitter. В течение нескольких секунд из первых рук были размещены отчеты, фотографии и даже видеоролик об этой трагедии. Сообщение о трагической гибели Эми Уайнхауз циркулировало в Twitter через двадцать минут после того, как она была найдена и за сорок минут до того, как новость была опубликована на основных новостных сайтах и передана по телевидению.

За последние десятилетия произошел значительный сдвиг в том, как медиа-собственники рассматривают свою аудиторию. Владельцы СМИ теперь видят читателей, слушателей и зрителей как потребителей своих товаров, точно так же, как владельцы розничных сетей видят своих клиентов.

Конечно, меняется формат подачи информации. Утверждается, что infotainment – информационно-развлекательная система подачи – не только выполняет роль четвертой власти, но также привлекает, информирует и развлекает общественность гораздо эффективнее, чем традиционные новостные агентства.

Австралийский медиа-ученый Стивен Стоквелл говорит, что телевизионная информационно-развлекательная система (сюда он включает поджанры – такие, как lifestyle-шоу, реалити-шоу, таблоидные новости, ток-шоу, скетчи – комедии положений и другие) на самом деле предлагает более широкое разнообразие точек зрения, в них есть острота представления и глубина критики, в отличие от традиционных программ новостей.

Сегодня зрители потребляют больше новостей, чем в любое другое время в истории. В целом, из рейтингов видно, что публика обращается к интернету – к YouTube, Facebook, а также к развлекательным шоу и текущим таблоидным изданиям – для получения информации.

Десять лет назад точно так же пользовались популярностью телевизионные реалити-шоу (их производство дешевле, чем создание программ других форматов). Сегодняшний поток развлекательного контента в интернете и просмотр его на своих телефонах дает ощущение личного владения информацией.

Конечно, таблоидный развлекательный стиль журналистики привлекает внимание аудитории. Такие газеты всегда были прибыльными, а «серьезная» журналистика никогда не была доходной. Но в то же время, хотя аудитория ненасытно потребляет истории о Леди Гаге или Бейонсе, она все еще ожидает, что СМИ будут продолжать своевременно предоставлять им достоверную информацию о важных местных, государственных, национальных и глобальных проблемах из надежных источников, что журналисты будут обращать внимание на коррупцию и правонарушения.

Другие медиаспециалисты считают, что проблема с новостями и новостной журналистикой в целом сегодня является эпистемологической: журналистика стала «иллюзорной, обезображенной, нереальной и не связанной с повседневным контекстом нашей жизни, она искажена поклонением знаменитостям и сокращением новостей до сплетен и сенсаций». Сегодня это «развлекательный монстр, который съел новостную отрасль», говорят медиа-эксперты.

В то время как газеты пока еще остаются основными работодателями журналистов по всему миру, а тиражи печатных газет в некоторых странах – например, в Японии, Китае, Индии и России – растут, в большинстве западных стран онлайн-платформы рассматриваются как будущее журналистики. Онлайн-провайдеры новостей первого десятилетия XXI века – такие, как американский «Huffington Post» и австралийский «Crikey» – теперь закрепили свое место в основном новостном процессе. «Huffington Post» была запущена в 2005 году в качестве либерального комментатора и альтернативного агрегатора новостей, и успех издания был таков, что в 2011 году оно было приобретено американским медийным конгломератом за сумму более 300 миллионов долларов. В 2012 году «Huffington Post» была первой цифровой медиа-организацией, получившей премию Пулитцера за серию репортажей военного корреспондента Дэвида Вуда о жизни раненых ветеранов под названием «Вне поля битвы».



В настоящее время редакционные отделы работают с меньшим количеством сотрудников и гораздо меньшими бюджетами. В то же время самая важная часть журналистики – часть, которая подпитывает демократию – это журналистская расследовательская деятельность, раскрывающая коррупцию и правонарушения со стороны правительства и власти – очень дорого стоит. В Австралии, например, доступ к правительственным документам часто невозможен для новостных организаций. Или стоимость этого доступа может достигать нескольких тысяч долларов.

Наряду с этим еще один вызов журналистике сегодня – это круглосуточная подача новостей и временное давление – стремление опубликовать сообщения первыми. Когда журналисты пробираются сквозь груды документов со сложной и запутанной информацией, причем ожидается, что они будут предоставлять точные, всеобъемлющие, сбалансированные и последовательные сообщения в очень короткий промежуток времени, то риск неточностей и некорректных репортажей очень высок.

Авторы издания «Медиа и журналистика» большое внимание уделяют ресурсу WikiLeaks и его создателю. По их мнению, общественная реакция на WikiLeaks не только показывает, как мировое сообщество заинтересовано в таких значительных новостях, но также и доказывает, что, используя подобную модель, журналистика действительно может возродить свое право называться четвертой властью и станет еще больше взаимодействовать со своей аудиторией.

Австралиец Джулиан Ассанж создал WikiLeaks в 2006 году в качестве хранилища для документов, анонимно просочившихся из правительств, предприятий и от других влиятельных международных игроков.

Самым значительным вкладом WikiLeaks в журналистику было создание системы, благодаря которой источники и осведомители могли делиться секретной информацией через анонимные дроп-боксы. В 2010 году Ассанж отказался от подхода в стиле wiki и по-настоящему вступил в сферу журналистики, приняв новый редакторский тон и описав своих волонтеров как журналистов, а сам он выступал в качестве главного редактора. Он работал с редакционной группой, тщательно проверяя материалы из анонимных источников.

WikiLeaks – международная некоммерческая организация, которая публикует секретную информацию, взятую из анонимных источников или полученную при ее утечке. О себе они говорят так: «Мы предоставляем новаторский, безопасный и анонимный способ слива информации независимым источникам по всему миру. Мы публикуем материал этического, политического и исторического значения, сохраняя при этом источники анонимными».

В течение первых трех лет WikiLeaks выступала в качестве базы данных документов, которые могли бы получить новостные организации. На их сайте были опубликованы материалы по широкому кругу вопросов, включая коррупцию в разных странах, информацию о деятельности церкви сайентологии, письма Сары Пэйлин, документы о британской националистической партии и перуанском нефтяном скандале.

WikiLeaks привлек внимание всего мира в апреле 2010 года, когда он опубликовал на веб-сайте видео под названием «Сопутствующие убийства», в котором демонстрировалось, как военные США убивают иракских гражданских лиц и журналистов. Три месяца спустя WikiLeaks выпустили 76900 секретных документов о войне в Афганистане, назвав это «Афганским военным дневником». Они сотрудничали с некоторыми из самых влиятельных газет в мире – «Guardian», «Нью-Йорк Таймс» и «Шпигель», в которых было опубликовано около 75000 документов, касающихся войны в Афганистане. Еще один тайник из 400000 документов о войне в Ираке был выпущен в октябре 2010 года.

Но новые теплые отношения между Ассанжем и традиционными СМИ начал рушиться после того, как к нему поступил запрос со стороны шведских прокуроров о допросе по поводу двух предполагаемых сексуальных посягательств. Когда Ассанж был заключен в тюрьму в Лондоне в декабре 2010 года и ожидал возможной экстрадиции в Швецию, ведущие юристы бесплатно предлагали свои услуги и средства, чтобы ему помочь.

В США республиканцы объявили, что хотят, чтобы Ассанж был экстрадирован в Штаты для предъявления различных обвинений. А некоторые журналистские организации открыто критиковали WikiLeaks и отрицали, что это была действительно «журналистика», называя работу сайта всего лишь распространением данных.



В июне 2012 года Ассанж вошел в посольство Эквадора в Лондоне и попросил политического убежища, чтобы не быть экстрадированным в Швецию, где ему предъявляли обвинения в сексуальных нападениях, что могло привести к его экстрадиции в США. А там, в Штатах, он уже мог столкнуться с гораздо более серьезными обвинениями в связи с утечкой секретных правительственных документов, и это могло привести его к пожизненному заключению или даже к смертной казни. Уже несколько лет Ассанж находится в этом посольстве.

Тем не менее наследие WikiLeaks является значительным. Ресурс показал традиционным средствам массовой информации, что значит выступать в роли сторожевого пса в цифровом мире. Его подход был принят традиционными новостными организациями, а также некоторыми новичками – в том числе каналом «Аль-Джазира», англоязычной версией арабской новостной телекомпании, базирующейся в Дохе, которая запустила копию WikiLeaks – Transparency unit. В мае 2011 года газета «Wall Street Journal» запустила сайт-аналог WikiLeaks под названием SafeHouse, но издание критиковали за то, что оно не обеспечивало достаточной защиты для своих источников информации.

Авторы пособия «Медиа и Журналистика» предлагают также рассмотреть термин «j-bloggers», что значит – журналисты-блогеры. Интернет позволяет любому из нас публиковать свое мнение, но означает ли это, что каждый самопубликуемый автор является журналистом? J-bloggers – это те, кто использует среду интернета, следует журналистским идеалам и обязательствам, действует независимо от тех, о ком пишет. То есть их можно рассматривать как веб-журналистов, не важно – наняты ли они изданиями или выступают как гражданские журналисты.

Никола Гок, один из авторов пособия, который и придумал этот термин, утверждает, что J-bloggers, работающие в новых медиа, вернули некоторые из старых традиций свободной и независимой прессы. Они привнесли в журналистику новую энергию и инновации, вдохнули новую жизнь в старые практики, и вместе со своими коллегами, работающими в традиционных средствах массовой информации, обеспечивают кислород для демократии XXI века.

Можно ли считать J-bloggerов журналистами нового времени? Специалисты из медиа считают, что они могут быть «и конструктивными, и разрушительными, и патриотами, мятежниками», но, в отличие от своих традиционных коллег, их идеи могут иметь огромное и практически мгновенное воздействие на всемирную платформу.

Блоги часто публикуют информацию спонтанно, так сказать, с первого дубля. Они создают публичный дискурс по разным вопросам, предоставляя платформу каждому желающему высказаться. Но является ли это просто местом выражения мнения или местом проведения акции протеста? Говорит ли блогер в качестве журналиста и под ярлыком четвертой власти, или просто выражает право человека на свободу слова?

В это бурное время в истории четвертой власти возникает еще нечто совершенно другое – коллективная журналистика. Развивается новая глобальная онлайн-практика между журналистами и их источниками, где источники работают в качестве производителей контента, создавая видеоролики, создавая аудио и текстовые истории, которые они передают журналистам, чтобы повысить свой авторитет и получить доступ к журналистской сети распространения информации. Поскольку журналистика изо всех сил пытается найти источники дохода в цифровом мире, филантропическая журналистика также растет с увеличением числа граждан, желающих делать пожертвования в поддержку качественной журналистики. При этом не только состоятельные люди жертвуют на благо качественной журналистики. Благодаря краудсорсингу простые граждане вносят финансовый вклад в создание новых форм онлайн-журналистики в блогах, веб-сайтах и на каналах YouTube.

В то время как журналистика онлайн подвергается критике за то, что она более пристрастна, чем традиционные медиа-организации, интернет предоставляет пространство для множества альтернативных взглядов и, что важно, обеспечивает прозрачность информации посредством публикации гиперссылок. Потребитель информации теперь является активным участником и определяет, насколько онлайн-издание хорошо информировано.

Мы стали свидетелями того, как многие издания – например, тот же «Guardian» – принимают вызовы эпохи цифровых технологий и начинают процветать в цифровом пространстве, хотя все еще находятся в поисках идеальной бизнес-модели. Но «Guardian» стал пионером в онлайн-



медиа: он впервые запустил мобильное приложение в 2009 году и первым выпустил новости в Google Glass. У издания есть цифровая студия, в которой тестируются новые продукты для читателей.

Одно несомненно в этом неопределенном мире – журналистика выживет. Четвертая власть не является бумажным учреждением; это понятие, идеал того, что журналистика должна существовать в свободном и открытом обществе.

Как наблюдательная журналистика будет выглядеть в ближайшие десятилетия, кто будет ее финансировать и практиковать – все это неопределенно. Понятно одно – для работы не нужны медиа-бароны или газетная бумага, для этого нужны граждане, приверженные понятию свободной прессы, как это предполагал Генри Филдинг более 250 лет назад. В 1770-х годах радикальный журналист и издатель газеты Джон Уилкс создал свободную прессу, а в XXI столетии в мире журналистики появился Джулиан Ассанж, чтобы напомнить нам о том, что в эпоху цифровых технологий нужно все больше осознавать важность критического мышления, и СМИ по-прежнему должны брать на себя роль сторожевых псов.