



Определение: **МАНИПУЛИРОВАТЬ** – представляя

кому-либо, кого-либо, что-либо в несколько искаженном, неточном виде, добиваться каких-либо своих целей.

Источник: Большой толковый словарь

Презумпция правды

Последние опросы показывают, что 54% наших сограждан «во многом доверяют» средствам массовой информации. Исследование, проведенное по заказу Европейской Комиссии осенью 2011 года, свидетельствует о том, что в 27 государствах, которые на тот момент входили в состав ЕС, в среднем 57% граждан доверяли радиостанциям, 53% – телеканалам, 43% – печатной прессе и 37% – онлайн-прессе. Для сравнения: в США, лишь 25% заявляют, что во многом доверяют газетам и телевидению. Уровень доверия к журналистам и коллективам редакций основывается на «презумпции правды», то есть на ожидании, что масс-медиа представляют нам реальную информацию объективно, не приукрашивая или уродуя ее. Именно из этого и вытекает деонтологическая обязанность журналиста информировать объективно, не манипулируя информацией в чьих-либо интересах.



Информационное манипулирование через масс-медиа присуще в основном развивающимся странам, государствам с авторитарным политическим режимом или с хрупкой демократией. В кризисных ситуациях, процесс информационного манипулирования активизируется, а СМИ, подконтрольные политикам, заинтересованным представителям бизнеса или других сфер, «промывают мозги» гражданам, представляя действительность в искаженном виде или даже беззастенчиво обманывая. Политический кризис, который возник в нашей стране в начале нынешнего года, показал, что информационное манипулирование является актуальной проблемой и для Республики Молдова.

Чтобы ослабить последствия информационного манипулирования через СМИ, Ассоциация независимой прессы (API), в партнерстве с другими неправительственными организациями, проводит кампанию «**Манипулирование оглушает. Не позволяй никому думать за тебя!**». В ее рамках, планируется организовывать открытые дебаты, распространять информацию о приемах, к которым прибегают охотники манипулировать общественным мнением, предполагается разрабатывать исследование конкретных случаев манипулирования и составлять мониторинговые отчеты. Все это призвано помочь потребителям отличать объективный журналистский материал от манипуляторного. Очень важно, чтобы все мы были критическими потребителями медийной продукции и не давали другим делать выводы за нас. Иначе, существует риск, что мы дадим оглушить себя.

Петру Маковой,
исполнительный директор API

¹ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb76/eb76_media_en.pdf

Как не попасть в ловушку информационного манипулирования?

Средства массовой информации, такие как телевидение, радио, печатная и онлайн-пресса, оказывают сильное воздействие на общественность, вносят свой вклад в ее информирование и воспитание. Нередко передаваемой информацией масс-медиа убеждают телезрителя, радиослушателя либо читателя думать и действовать определенным образом. Если информация представлена недостоверно, а несколько «подкорректирована» для искажения смысла, тогда происходит информационное манипулирование. Это явление очень близко к дезинформации, то есть ко лжи. По утверждениям экспертов, проявляя критическое отношение, отсеивая и проверяя информацию, потребители медийных продуктов могут ослабить последствия информационного манипулирования.

Чтобы не оказаться жертвами информационного манипулирования, директор Центра независимой журналистики (CJI) Надин Гогу рекомендует потребителям медийных продуктов черпать информацию из как можно большего числа источников. «К сожалению, в настоящее время в Молдове существует мало медийных учреждений, которые могут претендовать на статус по-настоящему свободной прессы, не имеющей прямого либо косвенного отношения к различным действующим лицам из



Надин Гогу

Людмила Андроник

Информацию необходимо трезво анализировать

По словам *председателя Совета прессы Республики Молдова Людмилы Андроник*, как правило, в манипулирующих журналистских материалах их авторы пытаются

навязать общественности определенное отношение, состояние и выводы. «Первой реакцией общественности, а также журналиста на любую новость должна быть следующая: «Не верю! Хочу проверить!», - говорит председатель Совета прессы. Она рекомендует потребителям медийных продуктов анализировать информацию, руководствуясь собственными потребностями, проблемами или же предпочтениями. «Не позволяйте никому делать выводы за вас. Не поддавайтесь попыткам авторов новостей навязать вам то или иное состояние. Слушайте и читайте новости «на трезвую голову». Если вам это удастся, тогда, возможно, ваше отношение к полученной информации окажется совершенно другим. Не забывайте, что настоящая жизнь происходит не на ТВ или на страницах газет, а на улице, дома, на работе. Анализируйте любую информацию, «пропуская» ее через себя», - отмечает Людмила Андроник.

сферы политики или экономики, заинтересованных манипулировать общественным мнением. Вот почему потребители, получающие информацию только из одного источника, подвергаются большому риску оказаться жертвой манипулирования или дезинформирования», - утверждает Надин Гогу. «Чтобы не попасть в ловушки манипулирования, людям следует знать основные приемы манипулирования. Таким образом, читая газету или смотря телевизор/слушая радио, они смогут понять чьим интересам служит журналист - интересам общественности или чьим-либо конкретным интересам. Только зная эти приемы, а также общие журналистские стандарты, например, критерии новости, репортажа, объективного и непредвзятого журналистского расследования, общественность сможет отделить правду от вымысла, объективную информацию от манипуляции», - поясняет директор CJI.

Журналист: жертва или действующее лицо манипуляции?

Отдельные журналисты являются одновременно жертвами и действующими лицами информационной манипуляции. Это происходит из-за того, что журналистам приходится действовать в интересах хозяина медийного учреждения, где они работают, а тот не всегда заинтересован объективно информировать общественность.



Ион Бундуки

Алина Раду

Порой хозяева заинтересованы манипулировать информацией таким образом, чтобы общественность понимала ее искаженно. В обмен на более высокие гонорары, некоторые журналисты идут на подобный профессиональный компромисс и «подают» общественности пристрастную информацию, используя при этом различные ловкие приемы. Таким образом, из жертвы журналист превращается в действующее лицо информационной манипуляции.

Исполнительный директор Ассоциации электронной прессы (APEL) Ион Бундуки отмечает, что пытаясь продвигать собственные интересы, хозяева медийных учреждений придумали самые различные методы формирования и изменения общественного мнения и в этих целях навязывают общественности собственные идеи и точки зрения. По его мнению, к наиболее часто применяемым приемам информационного манипулирования относятся: переключение внимания общественности от действительно важных проблем на незначительные (это относится, прежде всего, к политическим целям); перестановка акцентов как с помощью слов и звука, так и с помощью изображения; использование эвфемизмов. «Недолго думая, отечественные СМИ заимствуют эвфемизмы прямо у самих политиков.

Сколько «копий» сломала пресса в последние годы такими эвфемизмами как «кукловод», «рейдерский захват» и другими подобными выражениями! Политики и их консультанты применяют различные манипуляторные приемы, а журналисты нередко попадают на их удочку и, таким образом, превращаются в «инструменты» информационного манипулирования», - отметил директор APEL.

Директор расследовательского издания «Ziarul de Gardă» Алина Раду утверждает, что в редакции журналисты руководствуются издательской политикой медийного учреждения, а в некоторых случаях издательская политика нацелена на манипулирование общественным мнением. «Чтобы понять, почему отдельные журналисты занимаются манипулированием, нужно знать, кто стоит за ними, то есть, кто является фактическим хозяином конкретного медийного учреждения и какому «политическому богу» он поклоняется. Разумеется, журналисты, работающие в медийном учреждении, не могут пускаться на манипуляции по собственной воле. В администрации есть некто, кто требует от них этого и кто платит им за это», - объясняет Алина Раду. По ее словам, в новейшей истории молдавской журналистики есть хрестоматийные примеры протестов во имя объек-

тивного информирования и деонтологических ценностей. «В начале 2000-х, в Молдове проходили открытые протесты, оглашались петиции, звучали заявления на эту тему. Я уже не говорю о голодовках репортеров, которые не соглашались дезинформировать общественное мнение, как требовали от них хозяева. Некоторые журналисты потеряли свою работу, другие подорвали свое здоровье, но, тем не менее, эти акции принесли и определенную общую пользу: вера граждан в порядочность журналистов и в их желание не заниматься манипулированием», - вспоминает директор издания «Ziarul de Gardă».

С ее точки зрения, после апрельских событий 2009 года, положение прессы в Республике Молдова частично улучшилось, появился целый ряд новых медийных учреждений, предлагающих журналистам более высокую зарплату и лучшие технические условия. «Однако порой повышенный физический комфорт усыпляет профессиональную бдительность репортера. Сегодня отказ поддаваться на манипуляции хозяина медийного учреждения и, соответственно, манипулировать общественным мнением, идет на благо имени и репутации соответствующего журналиста, но, к сожалению, вредит его кошельку. Надеюсь, что положение изменится, однако до тех пор каждому репортеру приходится выбирать. А чтобы его выбор был простым, необходима помощь гражданского общества и потребителей медийного контента, которые должны осуждать любую попытку информационного манипулирования и, тем самым, отбивать охоту у спонсоров информационного манипулирования», - подытожила Алина Раду.



Как могут масс-медиа манипулировать твоей точки зрения

Внимание к изображениям!

Как и слова, изображения тоже могут передавать определенную информацию, некую смысловую нагрузку. Таким образом, телеоператор или фотограф может «манипулировать» изображением и передавать общественности какой-то посыл.

«Движение фотоаппарата либо видеокамеры способно повлиять на общественность, заставить ее думать таким же образом, как и фотограф или телеоператор», - уточняет фотограф Роман Рыбалев. Он утверждает, что фотокорреспондент или телеоператор, намеревающийся манипулировать, а также те, кто готовят изображения к печати или к эфиру, могут

«поиграть» с кадрами, чтобы определенным образом повлиять на общественность. «Тот, кто снимает, должен показать именно то, что он видел на самом деле, а не то, что думает или чувствует», - подчеркнул Р. Рыбалев.

Фотограф Николае Пожога утверждает, что так называемые текстовки, то есть пояснения к изображениям, могут уменьшить степень информационного манипулирования. «Чтобы не давать пищу для кривотолков, газетная фотография должна сопровождаться кратким описанием изображения. Без хорошей текстовки, фотографии могут комментироваться поразному и пониматься искаженно», - говорит Николае Пожога.



Страница издается Ассоциацией независимой прессы (API), при финансовой поддержке Free Press Unlimited. Ответственная за страницу - Лилия Захария.

