

УДК 070:17
ББК 76.01

В.В.Тулупов

ЭТИЧЕСКИЙ «УСТАВ» ЖУРНАЛИСТСКОЙ ПРОФЕССИИ

Статья посвящена связи профессиональных и этических стандартов в журналистике, принципам поведения профессиональных журналистов с целью достижения максимальной эффективности в своей деятельности и устранения вредных последствий неполноценной, недобросовестной работы специалиста (деонтология).

Ключевые слова: *этика, мораль, нравственность, деонтология, средства массовой информации, журналистика, журналист, профессионализм, репутация, системный подход.*

Тулупов Владимир Васильевич – докт. филол. наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета
Тел.: (4732) 74-52-71
e-mail: dean@jour.vsu.ru

© В.В.Тулупов, 2010 г.

Этика как наука и как практическая философия во все времена привлекала внимание мыслителей. Достаточно привести несколько «крылатых выражений», чтобы представить многогранность и сложность этого явления: *этика* – это «наука о добродетелях, ведущих к счастью» (Аристотель), «наука о должном, всеобщем нравственном законе» (И. Кант), «наука об искусстве жить» (Э. Фромм), «наука о принципах истинной человечности» (Я. Мильнер-Иринин), «наука о презумпции человеческого достоинства» (Н. Эйнгорн).

Близкие этике понятия морали и нравственности также имеют различные дефиниции: *мораль* – это «хранительница общности», «специфический вид социальной репутации», «феномен, обладающий такими специфическими признаками, как универсализация, гармонизация, гуманизация и деонтизация бытия»; *нравственность* – это «ценностное измерение человека», «повиновение в свободе» (Гегель), «универсальный духовно-практический способ освоения мира», «Человеческий смысл» нравственности – человек как «ценностный центр всего», как «любовно утверждаемая действительность» (М. Бахтин). В разговоре об этике не обойтись и без понятия культуры (*cultura* – возделывание, обработка, воспитание), также образно характеризуемой самыми разными авторами: *культура* – это «второе рождение человека», «путь к единству, спасение от разобщенности»; «концентрированная энергия прошлого опыта», «активное твор-

ческое начало в человеке, устремленное к Гармоничному и Возвышенному», «высокая энергия сохранения Жизни, ее развития и совершенствования». «Право на Культуру равно праву на Жизнь» (Д. Лихачев).

Применительно к той или иной профессиональной деятельности всё чаще применяют термин «*деонтология*» (греч. deon – долг, должное; logos – слово, наука), понимая под ним учение о принципах поведения профессионалов с целью достижения максимальной эффективности деятельности и устранения вредных последствий неполноценной, недобросовестной работы специалиста.

Не все однозначно принимают такой подход. Например, независимый эксперт Н. Резонтова считает, «что вообще не может быть такого понятия – “журналистская этика”. Есть просто человеческая этика. Она и должна подсказывать, что и как писать и показывать. И все ограничивается теми же общечеловеческими нормами морали и уважения личности. <...> Масс-медиа – это не возможность бесцеремонно унижать, клеветать (за деньги или по указанию), не возможность угрожать, шантажировать, не возможность сводить счеты и решать частные проблемы... Все это не власть, а поведение люмпена. Так что речь идет о необходимости следования человеческой этике, помноженной на ответственность от сознания доступа к самой тонкой организации – душе и сознанию.

Конечно, нормальное (подчеркну – нормальное) тяготение СМИ к шокирующим кадрам или убойным хэд-лайнам у иных СМИ или журналистов подчас балансирует на грани нарушения права человека на частную жизнь. Здесь – вопросы для судов, с одной стороны, вопросы журналистского вкуса – с другой, и главное – вопрос возможности раздражения массы. Той массы, которая является у этого СМИ или журналиста основной аудиторией. Так что СМИ, переступая грань гуманизма, могут сами и пострадать.

Поэтому предложение о подписании журналистами Антитеррористической конвенции – это как раз и есть, в моем понимании, осознание серьезной ответственности и необходимости осторожного обращения с таким хрупким инструментом, как массовое и индивидуальное сознание, со стороны журналистского сообщества. <...>

Инициативы подписания таких регламентирующих соглашений должны исходить от журналистов. Пусть их будет больше. Вопрос, насколько будут журналисты следовать условиям соглашений, зависит от престижа иницирующей документ организации, предмета соглашения, а также от желания того или иного СМИ выглядеть серьезным и ответственным. Хотя и модой создание этих документов тоже не должно стать. И желательно, чтоб они были достаточно масштабными: местечковость дает возможность местной власти реализовывать через такие документы свои цели. Кстати, если власть и может участвовать в подписании подобных документов, то в качестве инициатора в случае подписания бумаг, касающихся цензуры на вопросы безопасности» [Резонтова].

И всё же специфика любой и прежде всего духовно-практической деятельности, каковой и считается журналистика, определяет особый свод принципов, норм и правил, способствующих оптимизации профессиональной деятельности (что профессионально – этично, и наоборот: что этично, то профессионально). Не случайно один из номеров «Вестника Московского университета. Серия “Журналистика”» был посвящён проблемам деонтологии, которые в том числе рассматривались в статьях Е. Прохорова «Структура и проблемы деонтологии журналистики» [Прохоров, с. 4–24] и С. Шайхитдиновой «Гносеология медиаэтики: организационная культура или «голос совести»?» [Шайхитдинова, с. 25–51]¹.

Профессор Е. Прохоров считает, что деонтологические нормы могут успешно развиваться и применяться только в рамках естественной корпорации. А составляют ли журналисты единую корпорацию? – задает вопрос ученый. Скорее всего – да, и признание единства журналистской корпорации порождает правила *fair play*, объективно присущие журналистике демократического общества. Исследователь связывает существование корпоративного духа с наличием *структур корпорации* (редакции, концерны, гильдии, ассоциации, клубы, федерации и т.д.), опирающихся на *систему документов* (юридические документы, этические кодексы союзов и ассоциаций, положения и декларации гильдий, ассоциаций, клубов, регламенты пресс-служб, редакционные уставы, своды правил поведения персонала и т.д.). Мы видим, что формы могут быть самыми разнообразными, но ведь должно существовать «ядро» системы! «Применительно к журналистской деонтологии наличие «ядра» предполагает и наличие общих для всех принципов, которые в «частных» документах специфицируются и модифицируются, конкретизируются, ужесточаются (или смягчаются) – словом, «развертываются» применительно к особенностям данного объединения» [Прохоров, с.15].

Думается, весьма продуктивной является и мысль С. Шайхитдиновой о том, что для каждой теории прессы должны вырабатываться своя этика профессии. Многие процессы, происходящие в современных российских СМИ, становятся понятными, если принять и тезис о превращении социальной журналистики в журналистику экзистенциальную. Естественно, возникает сугубо практическая проблема сочетания двух подходов в пространстве медиаэтики – рационально-прагматического и феноменологического. На практике чрезвычайно трудно объединять их при моделировании журналистской деятельности – имеются в виду и творческие аспекты, и те, что связаны с экономикой и менеджментом СМИ.

* * *

По различным данным, сегодня СМИ доверяют от 10 до 15 процентов населения. Причины кризиса доверия кроются в постоянном нарушении журналистами профессиональной этики. Это – политическая или

экономическая ангажированность, обнародование непроверенных фактов, создание искусственных сенсаций, вторжение в личную жизнь граждан, пропаганда насилия, нарушение элементарных правил приличия, языковых норм и др. см.: [Киреева]. В России, несмотря на существующее законодательство о СМИ, наличие ряда деонтологических документов, начиная с Кодекса профессиональной этики российского журналиста, заканчивая различными декларациями и хартиями отдельных ассоциаций, гильдий, лиг и пресс-клубов, подлинной, цивилизованной корпоративности не существует. Между тем генеральный секретарь Международной федерации журналистов Эйдан Уайт пишет: «Хорошие журналисты осознают, что они имеют больше общего с другими журналистами, даже работающими в конкурирующих СМИ, чем с любыми специальными интересами любых групп, внешних по отношению к масс-медиа. Ключ к хорошей журналистике – профессиональная солидарность» [Солидарность без границ, с. 13].

Итак, разговор об этике той или иной деятельности – это в обязательном порядке и разговор о профессии и о профессионализме². Профессия журналиста – одна из древнейших в мире, и, казалось бы, к XXI в. должно было сложиться устоявшееся представление о ней. Тем не менее не только в кругу практиков, но и в среде учёных и преподавателей журналистики не существует общепринятого понимания нашей профессии. Более того, на рубеже тысячелетий в России началась и продолжается по сей день дискуссия о перспективах вузовского журналистского образования. Отсутствие «профессионально-общественного договора», определённого согласия создаёт проблемы при определении специфики журналистского труда, журналистики как социального института и духовно-практической деятельности – такое положение приводит к скрытому или явному конфликту между СМИ и обществом (аудиторией), между СМИ и центрами подготовки журналистов, между работодателями и молодыми специалистами, выпускниками факультетов и отделений журналистики.

Прежде чем сформулировать собственный взгляд на означенную проблему, обратимся к работе на ту же тему М.В. Симкачёвой.

Исследователь отмечает, что в отечественной теории журналистики параллельно рассматриваются два подхода к определению профессионализма. Согласно первому подходу, основу профессиональной деятельности журналистов составляют мастерство и творческие способности, реализация которых невозможна без проявления природного таланта и призвания к профессии, согласно второму – профессионализм приравнивается к технологизму, предполагающему «владение в совершенстве технологией труда, знание тонкостей ремесла и умение спланировать свою деятельность так, чтобы она была полезной для других людей» [Симкачёва, с. 9]. Истоки первого подхода следует искать в истории, например, в XIX в., когда в отношении к труду превалировали «такие

компоненты, как творчество, талант, призвание, которые были необходимы не только для творческого саморазвития личности, но и прогресса всего общества. В этот период закрепилось гуманистическое (этическое) понимание профессионального отношения к своей деятельности (творчество, талант, призвание, служение обществу). (Вспомним и слова нашего современника Г. Маркеса о том, что в журналистике профессионализм и этика так же неразделимы, как жужжание и муха. – *В.Т.*) Параллельно с этическим пониманием, в эпоху индустриализации утвердилось отношение к труду как к зарабатыванию денег. На отношение к труду усилилось влияние социальных факторов, главным из которых выступало материальное благосостояние» [Симкачёва, с. 11].

Современная российская журналистика, претерпевающая с середины 80-х гг. прошлого века коренные изменения, всё ещё не определилась с выбором ведущей модели профессионализма: «В профессиональном сознании и на практике реализуются три альтернативные функции СМИ в обществе. Это управленческая функция, которая осуждается прогрессивно настроенными критиками, коммерческая функция, побеждающая сегодня в мире масс-медиа, и социально-объединяющая, гуманитарная функция» [Там же, с. 12].

Выделяются четыре группы факторов – *социокультурные, политические, экономические и технологические*, – оказавшие влияние на современные представления о профессионализме.

Так, «...развитие профессионализма журналиста как социокультурного феномена обусловили: потребительская культура, сформировавшаяся в обществе; явление “нового журнализма”; воздействие зарубежной культуры; раскол общества, связанный с переходом социальной системы из одного состояния в другое. Следствием всех этих процессов стало: изменение профессионального сознания, ценностей, приоритетов деятельности в журналистике, развитие и существование различных профессиональных установок (парадигм профессиональной деятельности); разделение журналистского сообщества; изменение жизненных стратегий – установка на высокий уровень жизни; “светский” образ жизни» [Симкачёва, с. 14]. Отсюда – формирование таких «профессиональных проявлений», как *управление информацией и аудиторией; прагматизм; упрощённость подходов; «светский» образ жизни; стилистический талант; умение понимать факты и интерпретировать мнения и комментарии* (с учётом меры проявлений, конкретных ситуаций некоторые из них возможно трактовать и позитивно, и негативно).

Влияние политических факторов проявляется в негласном цензурном давлении со стороны властей, в излишней политизация СМИ, политической ангажированности прессы, воздействию той или иной идеологии на позицию журналиста, в трансформации журналистики в «пиар-журналистику» и др. Отсюда – растущее недоверие населения к средствам массовой информации, укрепление представления о журналистике лишь

как об инструменте власти, сфере обслуживания и манипулирования, а об информации – как о символе политического влияния (тенденциозность информации).

М. Симкачёва справедливо указывает, что регламентированная «сверху» деятельность журналиста всё больше походит на работу сотрудника пресс-службы государства. И работодатели уже требуют от сотрудников таких навыков, как владение манипулятивными тактиками, умение найти сенсацию; меньше уделяется внимания компетентности, ориентированности на конечный результат (эффективность и действенность) и т.д. Именно с этим связана актуализация относительно новых качеств журналиста: *политизированность и корпоративный менталитет*.

«Становясь элементом рыночной системы, отдельные СМИ начинают подчиняться законам её функционирования и стремятся к завоеванию господствующего положения среди себе подобных. Всё это сказывается на качестве их деятельности: создаются такие СМИ, для которых достижение выгоды стало важнее объективности и реальных интересов читателя» [Симкачёва, с. 16]. Современный работодатель представляет профессионализм журналиста как способность выживать в условиях рыночной экономики (умение приспосабливаться, работать на износ, успех, карьерный рост). Отсюда – прагматичность целей, востребованность журналистов-лоббистов и тех, кто имеет коммерческую жилку.

На фоне коммерциализации и монополизации СМИ формируются не только самостоятельность, но и такие черты, как коммерциализация сознания; продажность (умение угодить заказчику, писать рекламные материалы); безответственность и стремление к славе любой ценой.

Технологизация деятельности журналиста предполагает универсализм (совмещение нескольких видов работы одновременно, исполнение любых ролей и удовлетворение разнообразных потребностей и интересов аудитории), супероперативность и мобильность. В то же время деятельность лишается этической составляющей, и журналист «перестает осознавать свою социально-значимую роль в профессии, ориентируется на человека как на безликого, бездушного потребителя информации» [Симкачёва, с.18]. Журналист превращается в манипулятора общественного мнения. Таким образом, технологический фактор по-своему влияет на формирование профессионализма, требуя от работников определенных разнообразных умений и навыков: *владение компьютерными и информационными технологиями; мобильность, оперативность, активность; способность адаптироваться к языку электронных СМИ; способность выполнять разные роли и разные виды работ одновременно; диалогичность (взаимодействие различных форм СМИ); коллективный характер профессии; ориентация на профессиональный успех; способность манипулировать общественным мнением; несоблюдение норм профессиональной этики*.

Работа М. Симкачевой – актуальное и своевременное исследование, опирающееся на работы отечественных авторов В. Аграновского, С. Виноградовой, И. Дзялошинского, А. Короченского, Б. Лозовского, Г. Мельник, С. Пасти, В. Прозорова, Л. Свитич, В. Третьякова, В. Тулупова, С. Шайхитдиновой и др., а также на труды зарубежных теоретиков (М. Мэтис, Ф. Сибберт, У. Шрамм, Э. Деннис, Д. Меррил и др.). Молодой учёный смог обобщить современные идеи, экстраполировать полученные данные и на представления о профессионализме в профессиональном сознании регионального журналиста. Но всё же данному исследованию, отличающемуся системным подходом, не хватило... именно системности.

Чтобы выявить константы профессионализма, следует, во-первых, учесть *субъективные* факторы. Для журналистской профессии это – *некая природная предрасположенность к деятельности: призвание к духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию, творчеству; гуманитарная направленность личности; физическое здоровье (динамизм, активность).*

Во-вторых, системность в нашем случае предполагает выделение и рассмотрение *ценностей, знаний, умений и навыков.*

Для любой профессии важны как моральные ценности, так и ценности компетенции, причём не только «абстрактные привлекательные смыслы» (ситуативные ценности), но и стабильно важные для индивида конкретные материальные блага. Ценности как духовные идеи заключены в систему понятий, формируемых в сознании индивида в процессе воспитания в семье, школе, на улице, а затем в вузе, на производстве. Литература, искусство, журналистика (шире – культура) играют в этом огромную роль. Конечные, базовые, «верховные» предпочтения определяют и профессиональные качества. Сегодня дальновидный редактор (работодатель) оценивает прежде всего мировоззренческие установки молодого специалиста. Базовые ценности можно обозначить либо абстрактно (стремление к свободе, искания смысла жизни и т.п.), либо достаточно конкретно, поскольку они определяют поведение и действия (честность, аккуратность и т.п.). Собственно, о второй группе ценностей, имеющих отношение к морали (ответственный и т.п. работник) и компетенции (логичный, здравый), большинство исследователей и ведёт речь при определении составляющих профессионализма.

Знания, умения, навыки – это то, на что должны нацеливаться государственные стандарты высшего профессионального образования, в которых обозначены определённые виды профессиональной деятельности: журналистская авторская, журналистская организаторская, журналистская редакторская, программирующая и производственно-технологическая.

Но прежде – в рамках системного подхода – мы должны развести близкие коммуникационные деятельности: журналистику, пропаганду, связи с общественностью, рекламу и даже политику.

Затем – определиться с типом коммуникации (например: авторитарная, либеральная, тоталитарная, демократическая модели системы массовой коммуникации).

Следующие два этапа:

- определение приоритетов в характере информирования (безоценочный или комментированный подходы; «западная», фактологическая, или «российская», аналитико-образная, модели);

- определение вида журналистики и СМИ (общественная, государственная, частная; общественно-политическая, деловая, специализированная, развлекательная пресса).

Наконец, при выработке констант профессионализма нельзя пройти мимо специализаций: по каналам (печатная, электронная пресса), виду творчества (словесный, визуальный, словесно-визуальный), направленности творческой деятельности (репортёрский, аналитико-образный), характеру труда (творческий, технический, комбинированный), социальной сфере (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т.д.).

Современные СМИ – это одновременно и предприятия, и творческие коллективы. В связи с этим, например, меняется роль редактора – он уже не только литературный редактор, но и менеджер, организатор производственно-творческого процесса. Предприятие по «производству и распространению информации» подразделяется на редакционный, технический и коммерческий отделы, к работникам которых предъявляются свои требования. Понятно, что журналист, прежде всего корреспондент, но в современных условиях ему нередко приходится решать и смежные профессиональные задачи.

Таким образом, обозначив сферу деятельности журналиста (в широком и узком значении), выделив «качественное ядро» профессии, возможно и необходимо сформулировать её *универсальные, базовые константы*. Но это – непростая, системная, предполагающая типологический и классификационный подходы работа.

Опираясь на существующие модели, преподаватели журналистики выделяют ведущие качества, необходимые будущему журналисту: высокий уровень профессиональных знаний по специальности; инициативность, самостоятельность в принятии решений; организаторские навыки, умение работать с людьми; отличное владение русским языком, грамотно поставленная речь; стремление совершенствовать свои знания, навыки, творческий подход к делу; знание социальной, экономической, политической обстановки и умение ориентироваться в ней и др. [Образовательные ценности, с. 60].

Каждая редакция вправе создавать свои кодексы профессиональной этики, опирающиеся на общенациональные и международные стандарты. Так, кодекс английских журналистов, работающих в печатных СМИ, включает 14 «правил честной игры»: не публиковать преднамеренные либо допущенные из-за небрежности искажения фактов; четко проводить грань между комментарием и фактом; не разглашать конфиденциального источника, не допускать наведения справок о личной жизни людей и публикации данных без их согласия, избегать вмешательства в личные беды и трагедии, не называть имена жертв изнасилований, не интервьюировать детей в возрасте до 16 лет без ведома их родителей, приносить извинения в тех случаях, когда это необходимо [Рэндалл, с. 155–170].

В этические стандарты Би-би-си вошли беспристрастность, точность, справедливость, представление полного и справедливого взгляда на людей и культуру Великобритании, редакционная объективность и независимость, уважение к закрытости частной жизни, к стандартам вкусов и приличий, уход от имитации антисоциального и преступного поведения, охрана благополучия детей, справедливость по отношению ко всему спектру зрителей в Великобритании, независимость от коммерческих интересов.

В некоторых деонтологических документах приводятся более конкретизированные рекомендации, например:

- отказ от «провокационного общения» («вторжение», «присвоение», «неверное поведение» – «маски», скрытый диктофон);
- отказ от участия журналистов в событии, о котором идёт речь (может быть расценено как конспирация и инспирирование);
- введение неофициальной системы «проверки и баланса» сведений, добытых репортёрами;
- внутренняя проверка, предполагающая деятельность специалистов-юристов, нанимаемых газетами для расследования жалоб, публикацию опровержений и поддержание внутриредакционных норм.

Исполнение предписаний кодексов, создаваемых в газетно-журнальных изданиях и концертах, является непременным условием сотрудничества. Они сосредоточиваются на трёх проблемных направлениях:

- «нарушение объективности в передаче фактов (искажение действительности в угоду композиции, для усиления конфликтности сюжета и пр.);
- нарушение тайны личной (приватной) жизни;
- рамки и способы использования анонимного источника» [Репортер...].

Во многих редакциях существуют списки выражений и словесных характеристик, которых стоит избегать, находить им более корректную замену, конкретные рекомендации:

«Нельзя смаковать детали бед, несчастий и преступлений.

Необходимо относиться с уважением к независимости, благосостоянию, праву приватности и другим правам всех людей, с кем журналисту приходится сталкиваться по работе.

Нельзя давать нравственную оценку действиям кого-либо, не предоставив «обвиняемому» возможности оправдаться на тех же страницах.

Нежелателен тон «победных реляций», спрямление сложных ситуаций. Это излишне самонадеянно.

Необходимо ни один из найденных фактов не оставлять не проясненным, каким бы очевидным он ни казался.

Возникающая конфронтация «двух прав» – права на тайну личной жизни гражданина и права аудитории знать важные для неё новости требует осмотрительности и осторожности.

Необходимо продумать ситуацию, прежде чем идти на риск, ответственно решать, публиковать ли непроверенную «сверхсенсацию», либо отнести её к разряду частных сведений. И, в связи с этим, не увлекаться использованием неофициальных (личных) источников, в особенности, источников конфиденциальных. Эта практика требует корректировки» [Репортер...].

* * *

Видимо, особые рекомендации необходимо создавать для корреспондентов, работающих в экстремальных условиях. *Экстремальная журналистика* – разновидность конфликтной журналистики, исследующей, познающей необычные факты и события нередко в необычных условиях (т.е. когда сам журналист находится в экстремальной ситуации). Военные репортажи, сообщения из горячих точек, с мест трагедий, криминальные и другие расследования (например, и материалы под рубрикой «Журналист меняет профессию») – все это экстремальная журналистика. Ясно, что спецкоры должны владеть особой методикой сбора, обработки и передачи информации, знать соответствующие, в том числе этические, законы и действовать в их рамках. Этому нужно учиться, этому должны обучать на факультетах и отделениях журналистики. Тем более, что в истории прессы есть примеры, когда журналисты, можно сказать, специализировались в такой области (Михаил Кольцов, Гюнтер Вальраф, Геннадий Бочаров и др.).

В 2000 г. в России произошла трагедия с подводной лодкой «Курск». Телевизионные и радиопередачи перебивались экстренными, но, увы, безрадостными спецвыпусками, страницы газет пугали траурными рамками – репортеры превратились в вестников несчастий (спецкор «Комсомольской правды» Ульяна Скойбеда так озаглавила свой репортаж из Мурманска: «Журналисты, не мучайте нас! УМОЛЯЕМ!..» и добавила ниже: «Два часа рядом с родственниками моряков оказались самыми тяжелыми в жизни наших корреспондентов»).

Как же действовали российские журналисты в экстремальных обстоятельствах? Извечная дилемма для профессионала: успеть запечатлеть страшные мгновения или броситься самому на помощь? Выразить сочувствие или во что бы то ни стало добыть информацию (для чего, возможно, придется «резать по-живому»)? Как, сохранив профессиональное, не утратить человеческое? Что на этот счет говорит журналистская этика? Мучительные вопросы.

По праву гордясь своей профессией, сознавая огромную роль, которую журналистика играет в информационном обществе, мы не можем проходить мимо все громче звучащих претензий со стороны аудитории по поводу того, что современных журналистов интересуют лишь сенсации и скандалы, но не человек как таковой; что корреспонденты не умеют (не хотят?) собирать достоверные факты, подменяя их слухами, версиями; что налицо явное злоупотребление свободой слова, когда репортер, комментатор, обозреватель не слишком озабочены тем, как их слово отзовется... Обидно все это слышать, но доля истины в приведенных мнениях, несомненно, присутствует.

Конечно, современная российская действительность богата негативными моментами, нередко власти и те, кто представляет их перед СМИ, скрывают очевидные факты, тем самым провоцируя журналистов на создание версий, в том числе фантастических. Но надо признать, что сегодня гражданское мужество требуется не только тогда, когда корреспондент отстаивает точку зрения, противоречащую той, что защищает власть, но и когда он, пытаясь дать объективный анализ, соглашается с властями и вступает в противоречие с коллегами, во что бы то ни стало стремящимися быть оппозиционерами. Ведь его с легкостью могут записать в консерваторы, ретрограды, в «анти...» и «про...». Критикуешь оппозиционную прессу? Значит, выступаешь против независимости печати. Так возникают новые стереотипы, новая партийность.

Известный телекритик Анри Варганов в своей статье, подготовленной к печати еще до августовских событий 2000 г., пишет о том, что с 13 июня – дня ареста главы «Медиа-Моста» и передачи «Глас народа», длившейся на час больше запланированного времени, – «телекомпания, которая прежде считала себя примером объективности, вдруг разом лишилась ее». Проведя серьезнейший разбор последующих выпусков передач «Глас народа» и «Итоги», в которых позиция НТВ «была продиктована не принципиальными соображениями по сути дела, а только моментом взаимоотношения с верховной властью», автор заключает: «В последние годы, каюсь, я не раз печатно упрекал Киселева за слишком долгие летние отпуска его передач. На этот раз, напротив, я хотел бы, чтобы тележурналист отдохнул, немного остыл и подумал о случившемся. Чтобы осенью снова вернуться к своему привычному стилю – глубокого, спокойного, объективного анализа того, что происходит вокруг» [Варганов, с. 41]. Увы, этого не случилось, и зрители

продолжали являться свидетелями обостренного конфликта канала с властью, оказывающего влияние почти на все информационно-аналитические передачи НТВ.

Эпохи реформ нередко начинались с того, что в той или иной стране просыпалось общественное мнение, требовавшее гласности, свободы. У России своя драматичная история борьбы за свободу печати, отмену цензуры, всевозможных ограничений и проч. В этом смысле нам могут быть особенно интересны шестидесятые годы XIX в. Так еще в 1861 г. российские литераторы, журналисты во главе с Н.Г. Чернышевским составили и передали петицию тогдашнему министру внутренних дел Н.А. Валуеву, в которой указывали, что главное зло цензуры состояло в ответственности за крамолу, делившейся между автором, редактором и цензором. Коллективная ответственность порождала личную безответственность: «Нет ничего справедливее и естественнее, как отвечать за себя и свое дело, и нет ничего затруднительнее во всех отношениях, как ответственность за чужое дело. Цензура – образец кошмара ответственности за чужое дело, которое сделалось в нашей стране профессией тысяч людей». Это писалось почти полтора века назад – сегодня, к счастью, предварительная цензура отменена, что стало одним из самых важных завоеваний нашего времени. Итак, вопрос о цензуре снят российским Законом о средствах массовой информации. Но проблема ответственности журналистов перед обществом обострилась, и именно потому, что не все правильно поняли предоставленную свободу, а многие обращают ее во зло.

Еще Гегель говорил, что понимание свободы как ничем не ограниченной возможности «говорить и писать *что угодно*» характерно для «необразованного, примитивного и поверхностного представления». Он сделал вывод о том, что свобода есть осознанная необходимость. Вероятно, интересно будет привести еще несколько изречений ученых, философов на этот счет: «Величайший плод ограничения желаний – свобода» (*Эпикур*); «Право свободы основано на самом существовании человека и должно быть обеспечено извне государством» (*Вл. Соловьев*); «Свобода человеческих деяний определяется степенью их разумности» (*Спиноза*). «Свободное развитие каждого есть условие свободного развития всех» (*К. Маркс*).

Обобщив все это, выразимся проще: моя (твоя) свобода всегда ограничена свободой другого. Свобода в социально-историческом смысле слова означает действие в рамках необходимости. Отсюда – ответственность человека вообще, и журналиста в частности, перед обществом и – наоборот: общество должно давать права, гарантии. Конечно, взаимозависимость свободы и необходимости можно использовать и в корыстных целях, – например, в тоталитарном государстве. Но здесь следует говорить о свободе выбора...

Французские энциклопедисты провозглашали, что любая страна, где запрещено высказывать и писать свои мысли, обречена на «падение в пропасть глупости, суеверия и болтовни». Проступки прессы, считали эти мыслители, ничтожно малы в сравнении с ее пользой. Истина и правда никогда не боялись свободной дискуссии, более того – правдивая информация предупреждает власти о необходимости лечения тех или иных общественных болезней. Возвращаясь к нашему времени, отметим ключевые слова – «истина» и «правда», которым еще надо послужить...

Трагические события августа 2000-го дали и пищу для размышлений о профессиональной и этической сторонах нашего журналистского ремесла. Оценивая ту экстремальную ситуацию, Ольга Кучкина из «Комсомольской правды» написала: «Чины привычно врал, как это было в Советском Союзе, пытаясь скрыть правду, – пресса добывала правду и не отступала от нее, как и должно быть в Свободной России». На поверку и отступала, и порой несла, мягко говоря, неправду... Как и два немецких журналиста, которые дезинформировали общественность, мол, кроме них и представителей государственного телевидения, на встрече родственников экипажа «Курска» с Владимиром Путиным никого из журналистов не было. К тому же не все показанное в прямом эфире было правдой – представители RTL целенаправленно отслаивали кадры от контекста.

На наш взгляд, вина (беда?) прессы при освещении тех событий состояла в следующем.

Первое. Журналисты слишком торопились найти виноватого, слишком спешили «застолбить тему» и при минимуме фактов выдавали горы комментариев к самым различным, порой невероятным, версиям, сознательно или бессознательно служа журналистике вымысла, но не факта.

Второе. Всегда важно – во имя чего публично выступает корреспондент? Чтобы помочь стране справиться с бедой (внедрить в общество, частью которого является и власть, мысли о том, что наипервейшая задача сегодня – спасение подводников из морского плена; что, если не получается, надо срочно организовать всемирную помощь; что важно успокоить родных и близких) или чтобы лишний раз напомнить: «Россия давно уже не великая держава»; «проворовавшаяся армия ни на что не способна»; «опять выбрали не того президента»?.. В глазах конкретных журналистов читалась искренняя боль, но заданность информационной политики («рука хозяина») все-таки чувствовалась.

Доверие к некогда любимым теле- и радиоканалам, журналам и газетам было подорвано как раз в дни испытаний – уж очень холодно и отстраненно писали, рассказывали, показывали иные репортеры, комментаторы о человеческих страданиях, непременно переводя их в политический аспект.

Третье. Оскорбительность тона, жесткость, даже жестокость иных оценок также диктовались изначальным негативным подходом. И журналисты, крайне требовательные к другим, оказались чрезвычайно снисходительными к самим себе. Да, журналистика может саму себя отрицать – в том смысле, что завтра, получив более полные данные, мы можем прийти к противоположным выводам. Но, во-первых, об этом надо будет честно доложить аудитории, во-вторых, зная о такой природе нашего ремесла, не следует ли воздерживаться от крайних оценок уже сегодня? У нас же менторский, прокурорский тон становится обычным делом, а свои ошибки мы не приучены признавать.

Четвертое. Профессионализм в журналистике предполагает и умение равномерно подавать информацию, стремясь представить как можно более полную картину мира, события. Нельзя же ограничиваться одним негативом, преступно и нагнетать страсти, доводя до истерики всю страну. Это вовсе не означает замалчивания отрицательных фактов, но ведь и о трагедии можно по-разному написать, рассказать... Хороший журналист – это еще и хороший психолог, своеобразный врачеватель; плохой – информационный насильник, рвач, который ради красного словца (и гонорара) не пожалеет и отца...

Эксперты отмечают, что нашему телевидению явно не хватает ответственности перед обществом: подавая факты исключительно в «страшном» контексте, оно способствует формированию у людей депрессивного состояния, которое сейчас характерно для большинства россиян. В свою очередь такая атмосфера провоцирует высокий уровень насилия. Медики, на вопрос, почему так остро гибель «Курска» перенесли не только близкие, но буквально весь народ, отвечают, что большую роль сыграло в этом именно телевидение. Оно, к сожалению, не сплывало людей, рассказывая о мужестве моряков, о том, что и как делают для их спасения, а, нагнетая трагизм ситуации, доводило многих зрителей буквально до нервных реакций, срывов. Трагедия «Курска» у многих всколыхнула и собственные старые беды, обиды, связанные с потерей близких, увольнениями, черствостью, чиновничьим произволом. Вообще, в обществе накоплена огромная отрицательная энергия и даже появился новый вид психологических расстройств – социально-стрессовый.

И все же описанные выше события многому научили прессу, и не только прессу. В частности, телезрителей возмутил факт трансляции рекламного «шоковского» ролика с сюжетом о подводной лодке, всплывающей и поднимающей белый флаг. Вскоре ситуация разъяснилась: ролик был подготовлен заранее, но кондитеры сообразили разослать официальные уведомления о том, что снимают с эфира этот ролик навсегда, берут на себя затраты по переверстке рекламных блоков и выражают искренние соболезнования в связи с гибелью «Курска». Но, как всегда, не обошлось без накладок – по ОРТ сюжет все же прошел. Ду-

мается, такой поворот дел заставит впредь и рекламистов, и рекламодателей быть более требовательными при выборе сюжетов для рекламных роликов, производство которых, кстати, стоит не одну тысячу долларов...

* * *

Репутация – это то, что зарабатывается годами, десятилетиями и что можно потерять в один день. Какое же значение имеет доброе имя для прессы? Попробуем в этом разобраться на примере качественной общественно-политической газеты.

Редакция газеты с хорошей репутацией неизбежно приобретает *постоянного преданного читателя*, будь то подписчик или регулярный покупатель газеты в киоске. Такой читатель тем более дорог, что газета сама его породила и воспитала. Такой читатель, естественно, критичен, требователен к своему изданию, но именно это сдерживает газету от того, чтобы изменить своей линии, позиции, методам работы. Такой читатель еще и стимулирует журналистов совершенствовать свое мастерство.

При условии, что качественная газета, ориентируясь на «качественного читателя», думает и о потенциальной аудитории – расширяет тематику, предоставляет свои страницы выразителям других мнений и т.д., ее *тираж неуклонно растет*.

Газета с неподмоченной репутацией, содержащая солидный блок социально-политической информации, журналисты которой ориентируются прежде всего на общественные потребности, занимают конструктивную позицию, даже когда критикуют власть, становится по-настоящему *влиятельной* – к мнению авторитетной газеты прислушиваются всегда.

Если качественное издание обращается к проблемам экономического характера, имеет хороший рекламный раздел, его начинают рассматривать и как *эффективное рекламное средство*, что всегда привлекает солидных спонсоров.

Таким образом, репутация важна на всех уровнях взаимодействия газеты: газета – аудитория (*идейно-политическая позиция*); газета – власть (*оценивается принципиальность позиции*); газета – конкурирующие издания (*профессиональная репутация*); газета – партнеры (*коммерческая репутация*). Причем репутация газеты как бы складывается из репутаций учредителя, владельца, редактора, редакционного совета, редакционной коллегии, отделов редакции, репутаций отдельных журналистов, в особенности тех, чьи имена на слуху.

Составляющие репутации самого издания в большой степени совпадают с принципами журналистской деятельности, этическими принципами в том числе. Учитываются: объективность и правдивость (стремление к истине); принципиальность и последовательность в отстаивании заявленной позиции; независимость; служение обществу (демократизм); гражданская смелость; взвешенность и конструктивность; профессионализм; наконец, современность и стильность...

Профессионализм (и честность) проявляется уже на стадии разделения сфер влияния журналистики, публичных отношений (PR) и рекламы, начинающейся с осознания целей. Журналистика призвана отражать событийную картину мира, давать *объективный* анализ социальных проблем. Здесь коммерческий успех – лишь средство для достижения целей. Поэтому крайне важно различать журналистику как *общественную деятельность* и журналистику как вид бизнеса. Последним занимаются владельцы. Именно они заключают соответствующие договоры с журналистами, занимающимися духовно-практической деятельностью. Следует особо подчеркнуть, что качественная журналистика может быть доходной (даже высокодоходной), только реализуя свои природные функции. Государственная, общественная журналистика не ставит чисто коммерческих целей, но редакции могут быть частью некоего предприятия, нацеленного на получение прибыли, часть которой идет на поддержку основного издания. Владелец же инициирует и чисто коммерческие проекты в журналистике (массовые, развлекательные издания и т. д.).

Нередко возникают конфликтные ситуации при неразличении журналистских, рекламных или PR-материалов. Представители предприятий, организаций, учреждений нуждаются в журналистах, которые бы подготовили для печати статьи с рассказом об их деятельности. Как правило, заказчики подразумевают под «статьями» лишь журналистскую форму, но не содержание, опирающееся на объективный анализ ситуации. Если заказчик оплачивает будущую публикацию, то он вправе требовать хвалебный материал (реклама по определению пристрастна), но в этом случае и редакция, формализовав отношения с клиентом, должна идентифицировать публикацию как рекламную (пометка «на правах рекламы» и т.п.), дабы не вводить читателя в заблуждение. Все участники договора должны действовать по закону. Если организация, добившаяся определенных успехов, нуждается в публичности, она вправе подготовить с помощью журналиста статью, интервью, пресс-релиз для распространения в редакциях, где по своему усмотрению могут либо напечатать полученные материалы, либо использовать приведенные в них факты для собственных публикаций. Журналист может сам выйти на фирму и, убедившись, что ее деятельность заслуживает публичного внимания, подготовить плановый редакционный материал.

Редакции, отказывающиеся бесплатно сообщать о событиях, имеющих для их аудитории существенное значение, наказывают сами себя, проигрывая в информативности, а в перспективе – в тираже. Публикуя положительные материалы лишь за определенную плату, они рискуют репутацией в глазах пиарменов, руководителей, представляющих конкретные организации, учреждения, предприятия, в глазах аудитории. Заключая несправедливые договоры, редакции заметно теряют в объективности. Они теряют независимость, влияние, доверие со стороны аудитории – качества, которые являются к тому же и коммерческими.

Нередко редакции снимают с полос положительные материалы под давлением руководителей рекламных служб, которые якобы следят за скрытой рекламой, на самом деле их заботит другое – пополнение редакционной кассы и процентные отчисления...

Итак, репутация – это также и коммерческое качество. Это база для создания имиджа, которым можно и следует управлять. Деятельность редакции по закреплению образа издания (в сознании прежде всего «читательского ядра») тем более эффективна, чем более прояснены содержательная и композиционно-графическая модели газеты, чем более профессиональны методы сбора, обработки и транслирования информации, чем более высок корпоративный дух редакции. Для эффективности «внутренних PR» большое значение имеет наличие организационной модели деятельности редакции, реализация принципов научного менеджмента.

Признаем: в сегодняшних социально-экономических и политических условиях российской прессе крайне трудно сохранить добропорядочность – обстоятельства подталкивают к «нечистым средствам» ради достижения «чистых целей», но делать это нельзя, иначе журналистика перестает быть журналистикой как таковой, а журналисты начинают заниматься либо пропагандой, либо скрытой рекламой...

* * *

Итак, профессионализм – это следование принципам и правилам (частным правилам, отраженным в конкретных документах конкретных редакций, например, в этических кодексах или уставах). Это тем более важно, что публицистика всегда документальна.

Выдающийся кинодокументалист Герц Франк в своё время сказал: «Главное в этическом кодексе документалиста: не использовать камеру во вред человеку, не оскорблять его достоинство. И еще нельзя подсматривать – надо смотреть. Смотреть и видеть! Глазами и сердцем». Сегодня же не только стрингеры, но и штатные сотрудники изданий, претендующих на звание качественных, порой сознательно выступают за холодный расчёт, за которым – цинизм, полное безразличие и равнодушные к героям, к ситуации, забота лишь об эффектности подачи материала. Для таких журналистов люди лишь – объект изучения»; их кредо – «заказ необходимо выполнить во что бы то ни стало». Подлинная же журналистская деятельность подразумевает ответственность перед обществом в целом, перед корпорацией, перед профессией. Причём понимая, что журналистика – это процесс, профессионалы должны постоянно бороться за свободу действий в тех этических рамках, которые и задаёт наша профессия.

Примечания

¹ См. также мнение известного британского военного эксперта Тони Мейсона: «Говоря о воинском кодексе чести, я бы предпочёл говорить о воинской этике, в которой и проявляется этот кодекс. Это самый существенный элемент жизни британских вооружённых сил. Он формировался в течение многих лет. В чём он заключается? Лояльность к своим сослуживцам, честное поведение, подчинение законным приказам, великодушное отношение к пленным, благородство в отношении безоружных гражданских лиц. И только как последняя жертва готовность умереть за королеву и страну. Всё это самые существенные элементы британской воинской этики» (*Голицына Н.* Моряки неопозволительно расслабились // *Огонёк.* 2007. № 16. С. 29).

² См.: «Профессия – специализированная и институционализированная деятельность, в которую входит совокупность или система работ, выделенных в более или менее однородную целостность в рамках существующего общественного и технического разделения труда, выполняемая индивидами относительно длительное время на основе специализированных способностей (образования и знаний) и обеспечивающая доход для поддержания существования человека» (*Маркович Д.Ж.* Социология труда. М., 1997. С. 249).

Литература

- Варганов А.* Срываясь на фальцет // *Журналист.* 2000. № 9.
- Киреева И.В.* Этические регуляторы СМИ. Английский вариант и российские реалии. URL: <http://www.medialaw.ru>
- Образовательные ценности и ориентации воронежских студентов. Воронеж, 2006.
- Прохоров Е.П.* Структура и проблемы деонтологии журналистики // *Вестн. Моск. ун-та. Журналистика.* 2002. № 4. С. 4 – 24.
- Резонтова Н.* Понятия «журналистская этика» не может быть вообще... // *СМИ – НН. Ru.* 23.04.2003. URL: <http://www.smi-nn.ru/7id=11752> (дата обращения: 02.02.2010).
- Репортёр: профессионализм и этика. – <http://media/utmn.ru>
- Рэндалл Д.* Универсальный журналист. М., 1996.
- Симкачёва М.В.* Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2006.
- Солидарность без границ // *Журналист.* 2002. № 7.
- Шайхитдинова С.К.* Гносеология медиаэтики: организационная культура или «голос совести»? // *Вестн. Моск. ун-та. Журналистика.* 2002. № 4. С. 25 – 51.