

УДК 070:77

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ В ФОТО-ЖУРНАЛИСТИКЕ: ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ

© 2010 А.С. Маслов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 12 ноября 2009 года

Аннотация: Статья посвящена анализу практики применения профессиональных и этических стандартов в фотожурналистике. Рассмотрены конкретные случаи соответствия/несоответствия деятельности фотожурналистов профессиональным кодексам. Приведены результаты проведенного автором социологического исследования, позволяющего оценить отношение читательской аудитории к изучаемой проблеме. Сравнительный анализ этических кодексов фотожурналистов разных стран позволил выявить и описать основные принципы, на которых они базируются, а также выделить основные области, в которых перед фотожурналистами возникают главные этические проблемы. Особое внимание уделено проблеме объективности/субъективности в фотожурналистике с точки зрения ее социального функционирования.

Ключевые слова: Фотожурналистика, этика, профессиональный кодекс, СМИ, особенности и свойства фотожурналистики, функции пресс-фотографии, объективность, субъективность, профессиональные организации, профессиональная мораль.

Abstract: This article is devoted to analysis of the professional and ethical standards' use in photojournalism. Concrete cases of photojournalists' behavior its accordance with the professional codes were considered. There are data of the original sociological research that shows the attitude of the audience to the problem of the study. The comparative analysis of the different countries' ethical codes helped us to discover and to describe the basic principles, which these codes are based on, and also to mark out the main fields, where the photojournalists mostly face the ethical problems. The main attention is devoted to the problem of objectivity/subjectivity in photojournalism.

Key words: Photojournalism, ethics, professional codes, mass-media, specific features and characteristics of photojournalism, functions of press-photography, objectivity, subjectivity, professional organizations, professional morals.

Решение проблем выработки и соблюдения профессиональных и этических стандартов в фотожурналистике с необходимостью базируется на правилах и принципах, характерных для журналистики в целом. Однако нельзя не учитывать некоторые особенности, которые определены спецификой фотожурналистики как профес-

сии. Она обычно понимается как особая форма журналистики, использующая фотографию в качестве основного средства выражения [7, 5-7]. Фотожурналистика отличается от родственных видов фотографии (таких как документальная фотография, уличная фотография и фотография знаменитостей) следующими свойствами:

- время – снимки имеют значение в хронологическом контексте развития событий;

- объективность — ситуация предполагает, что фотографии будут честными и будут точно воспроизводить запечатленные события;
- повествовательность — снимки в сочетании с другими элементами новостей информируют и дают читателю или зрителю представление о сути событий.

Фотожурналисты должны действовать, принимать решения в тех же условиях, что и участники событий (пожар, война, уличные беспорядки), часто подвергаясь одинаковому риску с ними. Интересно, что подход фотожурналистов к беспристрастной фотографии становится популярным и особым стилем коммерческой фотографии. Например, сегодня многие свадебные фотографы снимают в «репортажном» стиле «беспристрастные хроники» свадебных событий.

«Пресс-фотография выполняет различные функции: она сама по себе отличный журналистский материал, хотя иллюстрирует текст; она самостоятельно представляет события текущей жизни, наглядно запечатлевая время в общих чертах и деталях; контрастируя с серым полем текста, она освежает графику и композицию газеты, тем самым привлекая наше внимание ко всему номеру, полосе, отдельным сообщениям. Усиление той или иной функции зависит от многих факторов: мастерства фоторепортера, журналиста-оформителя, художника, ретушера и даже от способа печати и качества бумаги... Треугольник «редактор — ответственный секретарь — фотокорреспондент» уважительно называют равносторонним, думается, справедливо было бы включить в эту цепочку и бильдредактора» [15, 37]. Фотографии обладают рядом уникальных функций, которые текст не может предложить читателю. Легкая декодируемость — крайне важное свойство фотографии. Психологически изображение воспринимается гораздо более удобно, не требует искусственного создания образов, снимает (при необходимости) речевой барьер. «Последние социологические исследования говорят нам о том, что большая часть читателей сегодня даже не акцентирует внимания на тексте, если он не снабжен хотя бы какой-нибудь изобразительной информацией» [9]. Фотография помогает даже самый самодостаточный текст сделать еще более доступным, оригинальным и ярким. Фотография-образ может являться символом, создавая определенные акценты. Мы полагаем, что особенности фотожурналистики обусловлены стадийностью творческого процесса и комплексностью решаемых на пути к результату задач. Причем круг этих задач достаточно широк: от теоретических, до эмпирических и организационно-практических. Кроме того, на фотожурналистику оказывает несомненное влияние структура информационной

среды. Нельзя сбрасывать со счетов и принятые в том или ином обществе законы восприятия и переработки информации и законы общения. Эффективность фотожурналистики прямо зависит от того, насколько хорошо специалисты, работающие в данной гуманитарной области, знают закономерности возникновения и функционирования различных секторов массового сознания, специфику его реального современного состояния.

Фотожурналистика, как и журналистика в целом, вынуждена координировать свои моральные установки с фактическим состоянием общества, так как СМИ реализуют не только потребность социума в массовом информировании, но и в нравственном регулировании общественного бытия.

Появление в журналистике специальных кодексов на рубеже XIX-XX веков было исторически обусловлено. Именно в это время возникла необходимость в жесткой регламентации поведения журналистов, связанная с образованием и развитием мощных газетных монополий в Европе и Америке и началом активного использования прессы для манипулирования массовым сознанием. Швейцарская газета «Журнал де Женёв» так писала об этом в 1908 году: «Мистер Пирсон и его соперник лорд Нордкиф, владелец «Дейли мейл» ввели в Англии новый метод журнализма, который состоит в том, чтобы не считать читателя существом с рассудком, не взывать к его уму и моральным качествам, чтобы каждое утро снабжать его мешаниной из сенсационных новостей, не содержащей ничего, кроме заголовков. ... Все это отвечает нуждам торопящегося человека, который хочет знать о происходящем быстро и в общем виде. Постепенно теряя возможность следить за ходом мысли, он привыкает каждое утро проглатывать, как автомат, этот грубый корм» [14]. Создавая у читателя иллюзию полной осведомленности о том, что происходит за пределами его непосредственного окружения, пресса нейтрализовала активность его мысли, не позволяя выходить за рамки традиционных представлений. Этому процессу способствовала визуализация печатных СМИ, и, следовательно, речь шла о том, что фотокорреспондент все более оказывал своим творчеством воздействие на аудиторию.

Бесцеремонное навязывание читателю идей и мнений, выгодных манипуляторам, вызвало озабоченность у общественности, в том числе и у самих журналистов, которые почувствовали опасность превращения в «безропотные шестеренки» газетного механизма. Их попытки противостоять произволу монополий и оградить от этого произвола читателей выразились, в том числе, в разработке кодексов профессиональной этики.

Такие кодексы были приняты в начале XX века журналистскими корпорациями многих стран.

Актуальность этической стандартизации фотожурналистики обусловлена и тем, что в процессе развития СМИ все более значимой становится проблема манипулирования общественным сознанием. Хотя она интересовала еще античных философов с позиций этических стандартов манипулятора воздействия. Если применить их подходы к реалиям сегодняшнего дня, то можно выделить две точки зрения. Согласно первой из них, «демократической», СМИ и их аудитории должны выступать как равноправные партнеры коммуникационного процесса. Вторая точка зрения, «элитарная» предполагает деление «лидер-толпа». В соответствии с ней, средствам массовой информации может быть отведена роль лидера, влияющего на мнения и предпочтения аудиторий. В современных условиях СМИ конструируют и эксплуатируют многочисленные мифы, в том числе и этического характера. Современные взгляды об информационном воздействии СМИ на сознание и поведение, как отдельной личности, так и группы выражаются в научной и практической деятельности последователей бихевиористского направления. Большинство ученых (Г. Тард, Г. Лебон, З. Фрейд, Э. Канетти, С. Московичи и др.) придерживаются точки зрения, что доминирующая роль современных СМИ состоит в достижении и поддержании господства над духовной сферой жизни общества [11, 9]. Используя особенности человеческого восприятия, СМИ активно создают и поддерживают определенные стереотипы и установки, которые нередко формируют искаженную картину окружающей действительности. В рамках такого подхода может быть выделен манипуляционный тип фотожурналистики, при котором последняя стремится управлять сознанием, поведением индивидов, манипулировать общественным мнением, искажая информационное поле и деформируя процесс массовой коммуникации.

Одно из главных профессиональных качеств фотожурналиста — объективность, которая подразумевает не столько научную точность, сколько освещение событий без излишних эмоций, с пониманием необходимости отделения фактов от мнений. Например, в Хартии телерадиовещателей [17] содержится требование проводить четкие различия между сообщениями о фактах, комментариями и предположениями во избежание их отождествления. Большинство специалистов, изучающих проблему объективности, соглашались, что такое правило должно строго соблюдаться.

Дж. Мэррилл и Э. Деннис [13] выделяют три главные характеристики объективности как метода:

- а) дистанция между фактом и мнением;
- б) эмоционально отстраненное освещение событий;
- в) стремление к точности и сбалансированности.

Еще 10 лет назад эти исследователи утверждали, что журналистская объективность невозможна. Дж. Мэррилл задался вопросом: может ли быть написана, например, «объективная статья», иллюстрацией к которой служат «объективные фотографии»? Безусловно, она должна полностью соответствовать действительности и отражать правду и ничего кроме правды. Возможно ли это? Ни один журналист не знает правды и ни один материал не может точно соответствовать действительности. Статья, написанная журналистом, — всегда означает больше, чем выражено словами, а фотография — не просто моментальный «слепок действительности». Индивидуальность фотожурналиста неотъемлемо присутствует в материале. Это проявляется уже в решении, какие снимки отобрать для публикации, на каких моментах заострить внимание, а какие сгладить. Такая фотожурналистика вряд ли может быть названа объективной, но она не нарушает этических принципов. Субъективность фотокорреспондента — следствие его убеждений, мировоззрения и позиции.

Фотограф может быть далек от мысли манипулировать сознанием аудиторий, но его публикации субъективны, так как отражают его систему ценностей. Пропуская отснятый материал через фильтр своего субъективного восприятия, он неизбежно привносит элемент предвзятости в публикацию. Следовательно, требование объективности, являющееся главным практически во всех кодексах журналистской этики, невыполнимо. Даже в том случае, когда журналист объективности ради лишь фиксирует «набор фактов», нельзя утверждать, что аудитория сможет составить полную картину происходящего, поскольку факты предоставлены журналистом, а не самой реальностью.

Специфика фотожурналистики проявляется в единстве двух противоположных тенденций: тяготением к стандартности и к экспрессивности. Если первая реализуется в стремлении к информативности и следованию определенных канонов, то вторая означает, прежде всего, доступность и привлекательность форм выражения. Следовательно, в творчестве фотожурналиста неизбежно объединены объективное и субъективное начала. Это определено спецификой профессии, в которой много стандартизованных приемов, но мало абсолютных правил.

Объективность, пожалуй, одно из основных профессиональных качеств фотожурналиста. Она, как метод, предполагает границу между фак-

том и мнением, эмоциональную отстраненность в освещении событий и, наконец, стремление к точности и сбалансированности. Следует иметь в виду, что объективность при этом подразумевает не математическую точность, а принцип освещения событий, предполагающий дистанцированность фактов от мнений. Во многих случаях ставится знак равенства между объективностью и беспристрастностью. Однако в последние годы теория объективности стала допускать аналитическое освещение событий, выходящее за рамки беспристрастности.

Субъективность в фотожурналистике имеет право на существование в той же мере, как и объективность. Причем субъективность проявляется уже на стадии выбора темы, а индивидуальность фотожурналиста — неотъемлемая составляющая творческой профессии. Особенно ярко обнаруживается субъективность фотожурналиста при отражении политических событий, социально значимой (и подчас противоречивой) информации. Она вполне объяснима, так как отражает систему ценностей и взглядов конкретного человека. Пропуская реальность через фильтр субъективного восприятия, фотограф поневоле привносит в свою работу элемент предвзятости. Эта пристрастность может быть неумышленной, но от этого она не перестает быть пристрастностью. Значит, требование объективности невыполнимо в полной мере хотя бы потому, что профессиональный, квалифицированный фотожурналист — всегда личность. Субъективность при этом выступает как следствие убеждений, мировоззрения, позиции.

Вышесказанное подтверждает, что проблема объективности/субъективности в фотожурналистике с точки зрения ее социального функционирования не решена до сих пор. Однако можно утверждать, что объективность, существующая в фотожурналистике как принцип творчества, в реальной практике невыполнима из-за наличия сильного личностного, субъективного, начала.

В связи с вышесказанным интересны результаты проведенного нами опроса читателей прессы¹. Так, 78 % респондентов отметили, что для них важно, насколько разбирается в теме публикации журналист и фотограф. Однако только 14 % (т.е. каждый пятый-шестой) обращают внимание на авторство материалов. Характерно, что 62 % опрошенных затруднились назвать фамилии журналистов, чьи материалы они читают с особым интересом (при этом темы заинтересовавших их публикаций и даже названия материалов по последним 2-3 номерам издания указали 54 % читателей). В отношении фотокорреспондентов этот показатель еще ниже: только 18 % читателей газет обращают внимание на подпись, которая стоит

под снимком, иллюстрирующим текст. Таким образом, налицо парадоксальная ситуация: люди хотят читать материалы журналистов и видеть снимки фотографов, которым они могли бы доверять. И при этом практически не интересуются тем, кто подготовил ту или иную статью, сделал фотографии, насколько эти сотрудники редакции компетентны в том вопросе, которому посвящен материал. Эти данные свидетельствуют о том, что попытки ряда изданий (таких как, «Мое!», «Аргументы и факты» и др.) максимально индивидуализировать публикации (материалы сопровождаются не только фамилией автора, но и его фотографией) пока оказываются малоуспешными.

В идеале СМИ должны быть адекватны этическим нормам, принятым в том или ином обществе, и соответствовать им. Однако в настоящее время мы все чаще сталкиваемся с деструктивными явлениями в журналистском творчестве, прежде всего с нарушениями его этических норм, что не может не приводить к падению социального престижа прессы [19, 3]. По нашему мнению, этический нигилизм СМИ нуждается не столько в констатации, сколько в детальном изучении.

Долгое время эксплуатировался постулат, что профессиональный фотожурналист служит своему делу и своей аудитории. Но эти слова должны иметь этическую составляющую, иначе они остаются только красивыми словами. Служение делу подразумевает определенный нравственный выбор, который носит самостоятельный и саморегулируемый характер, и, следовательно, зависит от собственной воли фотокорреспондента, основанной на его моральных, нравственных и этических установках.

Характерно, что этика не может быть ни абстрактной, ни универсальной для различных видов человеческой деятельности. Но в каждой профессии, и фотожурналистика не является в этом смысле исключением, должны быть определены нормы нравственного поведения, не противоречащие общепринятым моральным принципам. На этом строится система доверия общества к СМИ.

Доверие к СМИ определяется таким важным индикатором этичности, как правдивость. Безусловно, «правда» определяется реалиями существования общества и всегда исторически конкретна. Общество не ждет от журналиста «истины в последней инстанции», однако не прощает ангажированности. Чем определеннее занимает журналист свою позицию, отстаивает свою точку зрения на происходящие события, тем выше доверие к его творчеству. Следует учитывать и такой фактор, как неоднородность общества. Правдивость журналиста и фотокорреспондента может по-разному оцениваться различными

общественными слоями. Поэтому неправомерно говорить об оценке, в том числе этической, журналистского творчества обществом в целом. История развития СМИ доказывает, что ангажированность и нарушение этических норм в угоду тем или иным силам с неизбежностью приводят к разочарованию и равнодушию аудитории, потере доверия. Это приводит к сокращению аудитории, и, как итог – к потере заинтересованности в СМИ тех общественных сил, ради которых были нарушены этические стандарты. Круг замыкается.

К сожалению, в последние годы многие СМИ, в том числе воронежские, демонстрируют отход от установления двусторонних коммуникаций со своими читателями, зрителями, слушателями. Этот процесс не может быть однонаправленным: если СМИ не интересуются мнением аудиторий, то аудитории платят недоверием к творчеству журналистов. Так «по различным данным, сегодня СМИ доверяют от 10 до 15 процентов населения. Причины кризиса доверия кроются в постоянном нарушении журналистами профессиональной этики» [10].

Чтобы быть правдивым фотокорреспондент должен, с одной стороны, соблюдать объективность, а, с другой стороны, решающим остается субъективный фактор. Поэтому декларируемое как необходимое условие деятельности журналиста следование нормам профессиональной этики всегда сопряжено с необходимостью определения, что именно конкретный журналист считает этическим или неэтическим.

В любом случае доверие к журналистскому творчеству зависит от того, насколько оно правдиво, полно и всесторонне отражает ту или иную проблему. Следовательно, речь должна идти не только и не столько об этичности творчества фотожурналиста, сколько о совпадении этических стандартов журналиста и общества в целом. Другими словами, творчество фотожурналиста должно быть адекватно ожиданиям социума. В значительной степени это совпадение обусловлено социальным масштабом изображаемого, фактографической и логической достоверностью, персонифицированностью характеристик и т.п. При этом должны соблюдаться этические правила комментирования излагаемых фактов: толерантность интерпретирования, всесторонняя оценка социальной значимости рассматриваемой проблемы. Нередко конфликт между обществом и СМИ обусловлен не несоответствием творчества журналиста профессиональным этическим стандартам, а морально-этическим несовершенством самого социума. Игнорирование этических стандартов провоцирует кризисные явления в журналистике и приводит к тому, что СМИ теряют возможность успешно осуществлять свои социальные функции.

Практически все кодексы поведения фотожурналиста определяют как принципы нравственного, так и безнравственного поведения, т.е. предписывают не только то, что можно и нужно делать, но и акцентируют внимание на том, что делать нельзя.

Несмотря на то, что многие страны закрепили этические представления о пишущих авторах, они ничего не содержат ничего кроме общих фраз, которые могли бы подойти фотографам. Поэтому необходимость разработки профессиональных стандартов фотожурналистов не вызывает сомнения.

Большую роль в разработке и соблюдении нравственных составляющих фотожурналистики играют профессиональные организации. Такие, как, Датский Союз Фотографов Прессы (первая национальная организация новостных фотографов в мире), основанный почти 100 лет назад, или Национальная организация фотографов прессы в США, одна из самых многочисленных в настоящее время. Среди других известных организаций могут быть названы Pressfotografernas Klubb Sweden (1930), British Press Photographers Association (1984), Hong Kong Press Photographers Association (1989), Northern Ireland Press Photographers Association (2000).

Новостные организации и школы журналистики учредили множество разнообразных наград для фотожурналистов. Начиная с 1968 Пулитцеровская премия присуждается в следующих категориях фотожурналистики: «Feature Photography», «Spot News Photography» и «Capture the Moment». Другие награды: «World Press Photo», «Лучшее из фотожурналистики» и «Фотография года».

Национальная ассоциация фотографов прессы США и другие организации создали «Этический кодекс». Основные этические аспекты вписываются в общее законодательство. Законы, относящиеся к фотографии, могут сильно различаться в разных государствах. Ситуация сильно осложняется, когда фоторепортаж, снятый в одной стране, будет затем опубликован во множестве других.

В большинстве этических кодексов фотожурналистов (например, принятый национальной ассоциацией фоторепортеров США) декларируется, что фотожурналистика требует полной самоотдачи от тех, кто выбирает ее своей профессией. Это обусловлено, в частности, тем, что фотожурналистика предоставляет уникальную возможность служения обществу, и все, кто относят себя к фотожурналистам, должны стремиться соответствовать высоким этическим стандартам, свободным от любых меркантильных соображений. Следовательно, фотожурналист должен стремиться к тому, чтобы его снимки отражали

все правдиво, честно и объективно. Долг каждого фотожурналиста — выступать за сохранение всех прав свободы прессы, предусмотренных законом, а также в защиту и за расширение свободы доступа ко всем источникам новостей и визуальной информации. При этом необходимо стремиться к тому, чтобы качество и уровень фотожурналистики неуклонно возрастали до наивысших стандартов. Подходы фотожурналистов к ведению дел, амбиции и взаимоотношения должны свидетельствовать об общей гуманистической направленности. В любой ситуации, возникающей в деловой жизни, при решении любой задачи главной заботой фотожурналиста должно быть выполнение этой задачи и своего долга таким образом, чтобы, даже будучи на пределе возможностей, стремиться поднять на еще более высокий уровень гуманистические идеалы и свершения. Американская декларация завершается утверждением, что ни один этический кодекс не может предусмотреть все возникающие ситуации, поэтому здравый смысл и трезвые суждения необходимы при применении этических принципов.

Следует учитывать, что особенности применения этических норм определяются в значительной степени спецификой того или иного жанра фотожурналистики. Например, в фоторепортаже снимок создает эффект присутствия. Фотоиллюстрация имеет явный текстовый настрой, единый по смыслу со статьей или комментарием. Фото-монтаж вторичен по отношению к фотографии, не реален. В рамках конкретных жанров каждая отдельная ситуация предлагает фотожурналисту право выбора и коррекции изображения. Насколько удачными будут эти действия, зависит, в том числе, от соблюдения этических норм.

Вопросы этики в фотографии затрагиваются всегда менее детально, нежели в работах, посвященных журналистике в целом. Однако фотожурналисты работают в тех же рамках объективности, что и остальные журналисты. Что снять, как кадрить и как отредактировать — вопросы, которые постоянно решает фотожурналист.

На фотожурналистике, как и на журналистике в целом, не может не сказываться процесс коммерциализации СМИ. Например, А. Герши, директор Фонда World Press Photo, комментируя развитие фотожурналистики в современных условиях, отметил, что журналистика превратилась в бизнес, в котором бухгалтеры и менеджеры оказывают не меньшее влияние, чем редакторы. Это не может не ограничивать возможности для публикации репортажной или документальной фотографии [16].

Часто этический конфликт может быть смягчен или усилен действиями редактора или фото-

редактора, к которым переходят снимки сразу, как только они поступают в редакцию. Фотожурналист часто лишен возможности повлиять на то, как будут использованы его снимки.

В современных условиях социально важные, в том числе этические, нормы функционирования фотожурналистики приобретают особое значение. Фотография в журналистике, вне зависимости от того, используется она для показа происходящих событий или с целью разъяснения того, что представляет интерес для общества, является важным средством информирования людей и воздействия на общественное мнение.

Сопоставительный анализ этических кодексов фотожурналистов разных стран показывает, что все они базируются на таких основных принципах, как:

- правдивое освещение событий;
- независимость действий;
- ответственность перед обществом.

Наибольшие сложности, по нашему мнению, вызывает следование последнему из указанных принципов, так как многие фотожурналисты, ориентирующиеся, в первую очередь, на правдивое освещение событий, утверждают, что не должны заботиться о последствиях опубликования этой правды, даже в тех случаях, когда их действия приносят ущерб обществу или его отдельным гражданам. На самом деле, именно в этом вопросе крайне затруднительно провести грань между внешней (официальной) и внутренней (самого фотожурналиста) цензурой. В журналистской этике (в том числе и в области фотожурналистики) система ценностей и нравственных принципов неразрывно связана с проблемой выбора, возникающей в повседневной профессиональной деятельности. В этой ситуации нравственные конфликты неизбежны. На практике нравственный выбор фотожурналиста предполагает определенную свободу в принятии решения. Характерно, что практически все профессиональные кодексы описывают как принципы нравственного, так и принципы безнравственного поведения. Таким образом, они не только предписывают, что можно и нужно делать, но и определяют то, что нельзя.

В целом, социальное функционирование фотожурналистики предполагает следование таким правилам, как: недопущение публикации заведомо ложных или непроверенных снимков, отсутствие фаворитизма или личной предвзятости, а также «конфликта интересов».

Если суммировать этические принципы, которые содержатся в различных нормативных документах профессиональных объединений фотожурналистов, то они могут быть сведены к нескольким общепринятым и устоявшимся. Фоторепортеру следует с уважением и особым

вниманием относиться к частной жизни, сценам насилия, сексуальной и социальной благопристойности. Эти «зоны чувствительности» выделил и описал Г. Эванс в книге «Фотографии на страницах» — классическом учебнике по фотожурналистике [18].

Частная жизнь, а точнее — вторжение в нее — большая тема современной журналистики. Причем она актуальна не только для копирайтеров. Пожалуй, ни одна публикация, посвященная личной жизни человека, не мыслима без фотографий. Причем характерно, что публикации такого рода чаще всего появляются на страницах таблоидов, для которых «все средства хороши». Фотографы, сотрудничающие с «желтыми» изданиями, мало задумываются над этической стороной своей деятельности, тем более что они в большинстве случаев работают по прямому заданию редактора и непосредственно не отвечают за публикацию. Однако в данных случаях граница между этичным и неэтичным поведением фотожурналиста прослеживается достаточно четко. Вопрос состоит только в том, следует или нет фотожурналист в своей деятельности профессиональным этическим нормам.

Проблема этического изображения военных действий, социальных катаклизмов, стихийных бедствий еще более значима. Как правило, в этих условиях человек практически беззащитен перед камерой и вопрос следования фотожурналиста этическим стандартам выходит на первый план. Взаимодействие текста и иллюстрации при этом является проверкой этичности журналистской деятельности. С одной стороны, журналисты и фотографы пытаются показать всю тяжесть события и его социальную значимость. С другой стороны, демонстрация на широкую аудиторию страдания конкретного человека может нанести душевную травму и ему, и его родственникам и знакомым. Этика фоторепортера в данном случае направлена на известный тезис “не навреди”. Важную роль при этом играет процесс билд-редактирования и в целом редакционной политики издания.

Возвращаясь к уже упоминавшимся выше результатам предпринятого автором социологического опроса отметим, что подавляющее большинство опрошенных продемонстрировало «двойные стандарты» в отношении того, что можно и что нельзя делать темой фотографии, публикуемых в прессе. На вопрос о том, хотели бы читатели газет, чтобы их родственники, знакомые или они сами попали в объектив фотокорреспондента, 58 % ответили отрицательно, мотивируя это тем, что «неизвестно, с каким текстом будет опубликован снимок», «я же специально не готовился, вдруг получусь неудачно», «не хочу, чтобы

моя жизнь выставлялась на всеобщее обозрение» и т.п. причинами. При этом 61 % респондентов отметили, что с интересом рассматривают снимки известных людей, а 47 % не видят ничего плохого в том, что такие снимки могут быть скандальными. Примерно те же результаты получены и в отношении публикации фотографий «обычных» людей. На вопрос о том, надо ли сопровождать материалы, затрагивающие личную жизнь конкретных людей фотографиями героев публикации, 46 % респондентов дали однозначный ответ «да», еще 13 % — скорее да, чем нет».

Фоторепортер всегда должен иметь четкие аргументы в пользу того, почему его снимки должны быть обнародованы, и осознавать, что техническая сторона его деятельности не является основной, а вопрос содержания снимка является, прежде всего, вопросом этическим. Этическая сторона для журналиста не должна упираться исключительно в законы: важен момент личностной оценки ситуации и внутренних границ. Кроме того, законы не всегда в полной мере охватывают все этические стороны, а то, что разрешено законом, не всегда правильно с точки зрения морали.

Фотожурналист, который придерживается принципа «демонстрировать правду, во что бы то ни стало», будет фотографировать сцены вне зависимости от их степени жестокости и мерзости. Полагаясь только на этот профессиональный принцип, он рискует тем, что его фото может быть использовано с нарушением этических принципов.

Если же журналист считает, что жертвы насилия и катастроф должны переносить горе без посторонних глаз, он никогда не сфотографирует место происшествия. Опираясь на подобный принцип гуманизма, он жертвует интересами аудитории, которая не получит изображения реальной действительности. В том случае, когда фотожурналист обеспокоен сохранением спокойствия своей аудитории, он не опубликует шокирующее фото. Действительно, читатели никогда не жалуются, что в издании слишком мало ужасающих снимков. Но приторное изображение позитивной картины мира делает издание, как ни странно, менее привлекательным для читателей.

Работ, обобщающих практику применения этических и профессиональных стандартов в фотожурналистике, к сожалению, крайне мало. Первый более или менее подробный анализ был представлен в книге А. Хеннинга «Этика и практика журналистики» [3]. На протяжении лет понимание этических стандартов в фотожурналистике менялось. Так, К. МакДугал в книге «Пресса и ее проблемы» менее чем 50 лет назад давал советы для начинающих фотожурналистов, которые сегодня однозначно могут быть расценены как неэтичные: если человек отворачивает

лицо, крикните «Пожар!», это заставит его обернуться на достаточное количество секунд, чтобы нажать кнопку фотоаппарата, а женщину можно уговорить позировать, пообещав, что фото будет отправлено на конкурс красоты. То есть, обмани, и желаемый снимок готов! [5]. Но уже через 10 лет В. Хикс в своей знаменитой книге «Слова и фотографии» делает вывод о равнозначности профессии журналиста и фоторепортера, настаивая на том, что и фотографии и фотографы должны быть уважаемыми не менее слов и журналистов [4, 128-132]. Описывая «эпоху сенсаций» он формулирует философию издателей как «достань фото, остальное не имеет значения». Действительно, конкуренция между изданиями в этот период была столь высока, что фотографы способны были пойти на многое, чтобы обойти коллегу. Кульминацией этого периода стала история с судом над Б. Хауптом, похитителем и убийцей ребенка. Фотографам было разрешено присутствовать в зале суда и фотографировать до, во время и после процесса. Разгоряченные борьбой за кадр фоторепортеры устроили потасовку, выкрикивая непристойности. После этого в США был издан новый закон, ограничивающий присутствие фотожурналистов на судебных процессах. Еще через 10 лет Юд. Гудвин в книге «Этика на ощупь» описывал скрытые камеры, постановочные или смонтированные фото, отвратительные кадры, вмешательство в частную жизнь. Автор задает вопрос: стоит ли «ловить момент» на камеру или лучше поспешить помочь человеку, попавшему в беду [2]. Кл. Эдом во втором издании своей работы «Фотожурналистика» [1] задает вопросы доктору Дж. Мерилу, обсуждая философский подтекст этики фоторепортажа. Автор рекомендует редакторам не манипулировать фотографиями.

Нередко фотографы забывают об этических стандартах в погоне за знаменитостями. Фотографируя знаменитостей, можно заработать баснословные гонорары и сделать карьеру, ведь СМИ любят знаменитостей. Фотограф Росс Баугман утверждает, что «фотографии знаменитостей необходимы для разъяснения публике того, что они такие же как и мы — обычные люди. Но многие знаменитости, устав от напористости фоторепортеров входят с ними в открытый конфликт, который нередко заканчивается в зале суда. Хитрые способы, которые используют папарацци для того, чтобы выследить знаменитость, абсолютно неэтичны»². Классический пример фотографа, переступившего границы приличия — Рон Галлела, который преследовал Джеки Онанис и ее семью ради «жареных» фото³. На суде Галлела утверждал, что он исполняет свой журналистский долг. В конце концов, ему было инкриминированы «действия особо оскорбительного характера»

и только подписанное обязательство «никогда не направлять камеру на миссис Онанис и ее детей» позволило ему избежать шестилетнего заключения и штрафа в 120 тысяч долларов.

На протяжении долгих лет связь СМИ с читателями была в подавляющем большинстве случаев односторонней. Журналисты были вольны писать, что хотели, а редакторы — сопровождать тексты фотографиями, которые они считали соответствующими текстам. Читателям оставалось лишь решать, стоит ли безоговорочно верить написанному или нет. С развитием Интернета, онлайн-СМИ и блогов у людей появилась возможность высказывать свое мнение открыто и не менее открыто указывать журналистам на их проколы. «Скандал с фальсифицированными фотографиями агентства Reuters, а также то, что именно благодаря блогерам обман был раскрыт, еще раз подтверждает известный тезис о том, что онлайн-дневники из безобидного развлечения превратились в крупную медийную формацию, с мнением которой стали считаться даже самые влиятельные информагентства» [6]. Прочитанный автор совершенно справедливо описывает ряд этических проблем фотожурналистики, которые были выдвинуты на повестку дня, в первую очередь, благодаря техническому развитию и появлению возможности виртуозно «редактировать» фотографии. Действительно, подкрепляемые фотографиями с места событий, материалы приобретают большую идеологическую ценность. Очень долго правдивость фотографий, публикуемых в прессе, не вызывала сомнений. Фотографам верили. Для подрыва доверия к иллюстрациям понадобилось немного: фотограф, пренебрегший этическими нормами, программа Photoshop, доверчивые редакторы информагентств и несколько блоггеров. Фотограф решил, что для полноценного освещения событий репортажной съемки с места боевых действий будет явно недостаточно, и решил устроить постановочную фотосессию с применением средств обработки изображений. Редакторы посчитали фотографии подлинными. А блоггеры усомнились в аутентичности фотографий, разоблачили фальсификацию, попутно лишив фотографа работы, а информагентства — сотрудника и репутации.

В книге А. Макинтайра «После добродетели» [12] в качестве фундаментальной и постоянной цели журналистики рассматривается благо «выбора слов и фотографий за их ясность, точность и живость». В начале XX века фотографии датского иммигранта Якоба Риса привлекли внимание к запущенности нью-йоркских трущоб и ночлежек. Они послужили образцом для прогрессивной журналистики, повлиявшей на «разгребателей грязи» и поколения журналистов, занимавших-

ся расследованиями. Во время Второй мировой войны Эдвард Р. Марроу озвучивал «словесные фотографии» на радио, установив таким образом определенный высокий стандарт журналистского мастерства не только для иностранных корреспондентов, но и для внутреннего вещания. Впоследствии его смелые репортажи так сочетали тексты и изображения, что, безусловно, привлекали внимание публики и служили образцом для подражания для других журналистов.

Большой вклад в развитие теории и практики фотожурналистики, в том числе в формирование этических и нравственных норм вносят профессиональные конференции и фестивали.

Так, на одном из ежегодных московских международных фестивалей профессиональной фотографии⁴ были рассмотрены сильные и слабые стороны современной фотожурналистики с точки зрения компромисса между сильной фотографией и информативностью снимков. Кроме того, на фестивале шла речь о том, какую роль играет этика в фотожурналистике. Вопрос о том, какими этическими и моральными принципами должен руководствоваться фоторепортер при съемке того или иного материала (помогать человеку, попавшему в беду или фотографировать происходящее) остался открытым. С другой стороны, в ходе дискуссий однозначно было подчеркнуто, что фотожурналистика играет значительную роль в формировании мировоззрения, оказывая воздействие на общественное сознание и создание отрицательного и положительного образа того или иного человека, события или даже целого государства. В рамках этого речь шла и о принципиальном значении современных технических средств, позволяющих передавать снимки в редакцию непосредственно с места событий.

В 2004 году в международном фестивале фотожурналистики *Visa pour l'image* (Франция, Перпиньян) приняло участие около 3 тысяч профессионалов из пятидесяти стран-участниц. Главной заявленной темой дискуссии была «Этика фотографии». В следующем году на 17-ом фестивале *Visa pour l'image* были высказаны опасения, что фотожурналистика умерла (или, по крайней мере, умирает), остался один гламур. Сторонники этой точки зрения говорили о снижении этических стандартов в фотожурналистике: долгожданная свадьба принца Чарльза и Камиллы заняла на обложках журналов место бомбовых ударов, уносящих жизни в Багдаде [8].

Подводя итог сказанному выше, подчеркнем, что фотографии, используются ли они для достоверного показа происходящих событий, для их иллюстрации или для разъяснения того, что представляет интерес для общества, являются необходимым средством точного информирования

людей. Высокое влияние визуального ряда на читателя газет (журналов) объясняется верой в то, что «картинка не может врать». Однако мало кто из читателей всерьез задумывается над тем, что камера правдива лишь в той мере, в которой правдивы направляющие ее руки.

Изучив основные закономерности, принципы, функции и нормы профессиональной деятельности журналиста и фотожурналиста с точки зрения этического регулирования, мы пришли к выводу, что формирование профессиональной морали в сфере журналистики – постоянный процесс, обусловленный как развитием технологий, так и сменой нравственных приоритетов в том или ином конкретном социуме.

Проведенный нами анализ профессиональных кодексов журналистов позволил выделить основные области, в которых перед журналистами возникают главные этические проблемы, и которые, соответственно, находят свое отражение в этих кодексах. Это, во-первых, поиск истины, во-вторых, стремление к ответственности и, в-третьих, свобода слова. Поиск истины требует от журналиста точной, объективной и достоверной информации. Стремление к ответственности подразумевает служение обществу в целом, а не интересам отдельных групп и властных структур. Свобода слова подчинена служению правде и ответственности.

Нам представляется важным то, что, несмотря на четко сформулированные правовые и моральные ограничения в фотожурналистике, они носят только рекомендательный характер. Кроме того, особенности применения этических норм определяются в значительной степени спецификой того или иного жанра фотожурналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Edom Cl. Photojournalism / Cl. Edom. – 1980. – (<http://www.bookz.ru>).
2. Goodwin E. Groping for Ethics / E. Goodwin. – 1983. – (<http://www.bookz.ru>).
3. Henning A. Ethics and Practices in Journalism / A. Henning. – 1932. – (<http://www.bookz.ru>).
4. Hicks W. Worlds and Pictures / W. Hicks. – 1973. – (<http://www.bookz.ru>).
5. MacDougall C. The Press and its Problems / C. MacDougall. – 1964. – (<http://www.bookz.ru>).
6. Белкин И. Репортаж с фотожабой / И. Белкин. – (<http://photo-element.ru/scandals/blogs/blogs.html>).
7. Березин В.М. Фотожурналистика : учеб. пособие / В.М. Березин. – М. : Изд-во РУДН, 2006. – 159 с.
8. Блохина О. Итоги.ru / О. Блохина. – (<http://www.itogi.ru>).

9. Захаркин Д. Место фотографии в современной прессе / Д. Захаркин. — (<http://foto-moment.parod.ru/foto.html>).
10. Киреева И.В. Этические регуляторы СМИ. Английский вариант и российские реалии / И.В. Киреева. — (<http://www.medialaw.ru>).
11. Костров Н.В. Современные СМИ : теоретические основы и механизмы манипулирования политическим сознанием : автореф. дисс. ... канд. полит. наук / Н.В. Костров. — Санкт-Петербург, 2004. — 17 с.
12. Макинтайр А. После добродетели. Исследования теории морали / А. Макинтайр. Пер. с англ. — М. : Изд-во «Академический проект», 2000. — 384 с.
13. Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа / Дж. Мэррилл, Э. Денис. — М. : Рос.-америк. информ. Пресс-центр «Вагриус», 1997. — 383 с.
14. Правовые и профессионально-этические регуляторы в журналистике. — (<http://www.edus.ru/99/read15205.html>).
15. Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе типологических признаков российских газет (филологический, философско-психологический и творческий аспекты) // Автореф. дисс. ... доктора филологических наук / В.В. Тулупов. — Краснодар, 2000. — 45 с.
16. Фактор Л. Фотожурналистика сегодня : Интервью с Арпадом Гереша, директором Фонда World Press Photo / Л. Фактор. — (photographer.ru).
17. Хартия телерадиовещателей // Телевидение и радио. — 1998. — 6 мая. — С. 2.
18. Эванс Г. Фотографии на страницах / Г. Эванс. — (http://www.zone-x.ru/DispetchShowPage.asp?Group_Id=ba363133).
19. Юрков А.А. Этика журналистского творчества / А.А. Юрков. — СПб. : Изд-во С.-Петербур. Ун-та, 2003. — 200 с.

СНОСКИ

1. Опрос проведен в местах продаж (киоски «Сегодня-Пресс-Воронеж» и «Роспечать») 20-30 апреля 2009 года. Количество респондентов — 100 человек.
2. <http://www.gzt.ru/world/html>.
3. Приведен пример из статьи «Судиться... или дружить?», опубликованной в 2005 году в газете «Мурманский вестник» (№ 162), электронный вариант номера размещен по адресу: <http://www.bport.com/info/smi/mv/?issue=607&article=11656>.
4. Речь идет о 8-ом ежегодном московском международном фестивале профессиональной фотографии «ИнтерФото-2002» «Война и мир: крайности фотожурналистики», который состоялся 9-13 октября 2002 года.

Маслов А.С.
 Аспирант факультета журналистики ВГУ,
 кафедра рекламы и дизайна.
 e-mail: a-s-maslov@yandex.ru

Maslov A.S.
 Aspirant of the Faculty of Journalism VSU, the chair of
 Advertising and Design.