

УДК 070.1(470)

ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ

© 2011 А.С. Маслов

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 9 октября 2010 года

Аннотация: *Статья посвящена изучению и стандартизации этической деятельности журналистов на региональном уровне, в том числе на примере конкретных случаев нарушения этических стандартов региональными СМИ, вопросам определения сущности понятия «этическая политика» СМИ, механизмам регулирования региональных СМИ.*

Ключевые слова: *этические стандарты, профессиональная мораль, нормы журналистской этики, принципы, нормы и правила профессиональной морали, позиция журналиста.*

Abstract: *The article is devoted to studying and standardization of the journalists' activity on the regional level. The examples of concrete cases of the offence against ethical standards by regional mass media, the problem of definition the notion «ethical policy» of mass media, the mechanism of regional mass media's regulation are taken up.*

Key words: *Ethical standards, the professional morals, the standards of journalistic morals, the principles, standards and the rules of professional morals, the journalist's position.*

Процесс журналистского труда, а главное, его результат, так или иначе, затрагивает область этики и морали. О профессиональной пригодности человека к журналистике нельзя судить без учета его нравственных качеств, которые для этого вида труда имеют не меньшее значение, чем квалификация. Мы полагаем, что профессиональное практически всегда выступает в журналистике как моральное, и наоборот.

Проблема этики и этических стандартов в настоящее время находится в центре внимания теоретиков и журналистов-практиков. Среди последних работ можно назвать диссертации А.А. Юркова [19], А.Ю. Колянова [5], Г.М. Нуруллиной [11]. В них, в частности, описаны основные нравственные критерии различных направлений профессиональной журналистской деятельности и выделены приоритетные конвенциональные этические нормы. Однако многие вопросы до настоящего времени относятся к разряду дискуссионных. До конца не изучена региональная

специфика в данной области. Поэтому вполне объяснимо, что вопросы изучения и стандартизации этической деятельности журналистов приобретают, в том числе на региональном уровне, все большую актуальность.

Нельзя не согласиться с Г. Лазутиной [7, 13-21], которая считает, что именно отношение к продукту деятельности является основным профессионально-нравственным отношением, поскольку в нем проявляется принципиальное совпадение интересов любой профессиональной группы и общества, определяющее характер их взаимодействия. С одной стороны, любая деятельность вызывается к жизни общественной потребностью в ее продукте, следовательно, общество озабочено поддержанием этой деятельности. С другой стороны, будучи заказчиком продукта, общество озабочено и его качеством, что естественным образом влияет на статус производящей его деятельности, престиж профессии, благосостояние ее представителей. Для того чтобы обеспечить интересы обеих сторон, только добросовестного отношения к труду, за-

даваемого моральной установкой индивида, не достаточно. Необходима «страховка» качества продукта со стороны профессиональной группы: она выступает как гарант благополучия и для всей группы, и для каждого ее члена. Функцию такой «страховки» берет на себя профессиональная мораль. Применительно к журналистике, именно она ориентирует сотрудников редакций СМИ на стандарты профессионального поведения, проверенные опытом деятельности и реакциями общества.

Если этика — это философская наука, посвященная общим принципам морали и принимаемым людьми нравственным решениям, то журналистская этика — понятие, которым обозначается изучение и практическое применение стандартов профессионального поведения в журналистике, специфика возникающего при этом нравственного выбора.

Б.Н. Лозовский в работе «Журналистика: краткий словарь» [8] определяет профессиональную этику журналиста как область этики, изучающей нормы, правила, стандарты творческого поведения в журналистской среде, одну из форм саморегулирования профессиональной деятельности, где субъектом и объектом одновременно выступает профессиональное журналистское сообщество (в отличие от других форм контроля, где субъектами регулирования выступают государство и общество). Следовательно, вместо внешних принуждений государства к «профессионально правильному» исполнению обязанностей (в виде законодательных норм) и требований общественности (в виде протестов, согласия/несогласия, предложений, жалоб и т.п.) основу внутрицехового морального регулирования составляет осознанное намерение журналистов исполнять нормы и правила, выработанные внутри корпорации. Профессионально-этическому регламентированию подвергаются взаимоотношения журналистов с владельцами, учредителями, органами власти, аудиторией, источниками информации, героями (персонажами) материалов, аудиторией, коллегами и т.д.

С точки зрения стандартизации региональной журналистики важно, что в профессиональной этике журналиста выделяют два уровня: теоретический — выражение сущности и специфики профессиональной морали и нормативный, который концентрирует в себе изучение и обоснование практических рекомендаций, конкретных нравственных правил, которые и нашли свое воплощение в журналистских этических кодексах. Кроме того, следует учитывать, что требования этики находят воплощение и становятся правилами в тех ситуациях, которые регулярно возникают в отношениях между журналистом и

аудиторией, журналистом и источником информации, журналистом и персонажем его произведения, журналистом и властью, журналистом и редактором, журналистом и коллегами и т.д.

Следовательно, могут быть выделены действия журналиста, определяемые профессиональной этикой (связанные с его деятельностью в социальной среде), и действия, определяемые служебной этикой журналиста (связанные с его поведением в профессиональной журналистской среде). В ходе акционирования российских СМИ экономика информационного производства оказалась тесно связана с экономикой производства материального. Это поставило прессу в зависимость от крупных промышленных и финансовых структур, что вызвало, как минимум два негативных последствия. Во-первых, гипертрофированные товарные отношения в сфере журналистики повлекли за собой ориентацию на доходность любой ценой и, следовательно, — резкое «пожелтение» изданий, теле- и радиоканалов как на национальном, так и на региональном уровне. Во-вторых, СМИ стали активно использоваться в борьбе конкурирующих экономических группировок и политических сил, что положило начало росту ангажированности и коррумпированности среди журналистов. В этих условиях соответствие журналистики (в том числе на региональном уровне) профессиональным нравственным стандартам приобретает особую значимость. По сути дела именно такое соответствие должно рассматриваться как одно из основных условий, при которых журналистика может стать значимой общественной силой, вернув авторитет сограждан и существенно улучшив качество адресуемых им массовых информационных потоков.

Журналистская этика, как никакая другая, имеет свои особенные нормы. Среди них можно выделить:

- полный учет деталей и обстоятельств, при которых происходят события;
- свобода журналиста от односторонности, предубежденности;
- честность в изложении фактов, объективность в комментариях;
- соблюдение правил анонимности источников информации;
- участие в общественных и политических событиях только согласно установленным правилам редакции;
- беспристрастное соотношение всех «за» и «против», возникающих по мере знакомства с ситуацией;
- особая осторожность в использовании материалов и данных, связанных с личной жизнью человека.

Изучение этических стандартов региональной журналистики должно, по нашему мнению, осуществляться на основе анализа соответствия перечисленным выше нормам.

Моральное регулирование, в отличие от правового, не подкрепляется, как известно, силой общественных учреждений. Однако профессиональные кодексы составляют в этом отношении некоторое исключение. Они поддерживаются не только общественным мнением и силой привычки: за соблюдением журналистом правил поведения следят и редакционный коллектив, и Союзы журналистов, и советы по профессиональной этике. Другими словами, существуют определенные социальные институты, которые вправе принимать санкции к нарушителям профессиональной нравственности. При всем разнообразии нормативных документов в этой сфере на региональном уровне, они в значительной мере ориентированы на общероссийскую и мировую практику.

В этой связи интересен опыт работы Общественной коллегии по жалобам на прессу, рассматривающей, в том числе, и жалобы о нарушении журналистами этических стандартов [13]. Общественная коллегия по жалобам на прессу ведет специально организованную, систематическую деятельность, следит за соблюдением этических, нравственных требований профессии (однако надо учитывать, что наблюдение Коллегии за нарушениями журналистской этики происходит лишь по запросу заявителя).

Показательно, что в ряде случаев даже официальные лица предпочитают обращаться не в суд, а апеллируют к мнению общественности. Например, в сентябре 2010 года на совместном заседании Саратовской региональной коллегии Большого жюри и Правления регионального отделения Союза журналистов России было рассмотрено обращение главы Марксовского муниципального района Ю. Моисеева в связи с публикациями журналиста С. Гайсина в газете «Огни Поволжья». На заседании обе стороны смогли выступить, ответить на вопросы, в том числе и друг к другу. Главный вывод, к которому пришли участники заседания состоит в том, что «есть нечто большее, чем просто человеческие амбиции – это законы общества, которые требуют уважать права другого человека, ради благой цели искать партнеров и союзников, быть профессионалом, корректировать формы и методы работы» [10].

Интересен анализ всех дел, которые были приняты к рассмотрению за время существования Общественной коллегии с 2005 по 2009 годы (52 дела) [17]. Среди наиболее частотных нарушений могут быть названы: неотражение позиций всех

заинтересованных сторон (62,5 % от выявленных Коллегией нарушений), тенденциозность (25 %), неуважение чести и достоинства (16,7 %), поверхностный подход журналиста к подготовке материала (16,7 %), дискриминация по национальному признаку (12,5 %), дискриминация по религиозному принципу (12,5 %).

Итак, неотражение позиций всех заинтересованных сторон – наиболее частое нарушение профессиональной этики журналиста в практике Общественной коллегии по жалобам на прессу. Норма, обязывающая журналиста отражать позиции всех заинтересованных сторон, выражается в различных правилах профессии. Во-первых, когда журналист подвергает кого-то критике, он должен получить разъяснения от объекта критики. Во-вторых, когда в издание поступает опровержение на уже вышедший в свет материал, оно обязано опубликовать это опровержение. «Уважение правды и права общества знать правду – первоочередной долг журналиста», гласит Декларация принципов поведения журналиста Международной федерации журналистов [3]. В Кодексе профессиональной этики российского журналиста говорится, что журналист «прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений», «журналист отвечает собственным мнением и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенные за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия» [4].

С точки зрения анализа практики деятельности региональных СМИ, нам представляется важным обобщение Коллегии относительно неполноты предоставляемой журналистом информации: «Показывая тот или иной конкретный конфликт, ... журналист должен проявить достаточно широкое понимание общепризнанного профессионального требования предоставить слово всем его участникам. Необходимо помнить, что информация, исходящая от каждой из сторон, может не только не соответствовать действительности, но и иметь целью унижение другой стороны, победу над ней, нанесение ей ущерба и моральных страданий. В результате ... складывается ситуация обоюдной односторонности, которая, разумеется, далека от объективной, глубокой и всесторонней картины конфликта» [17]. Неотражение позиций всех заинтересованных сторон связано с тенденциозностью и может являться ее причиной, либо следствием.

Что касается тенденциозности, то понимая ее как предвзятость или необъективность, отме-

тим, что необъективность позиции автора может быть злонамеренной (и тогда он злоупотребляет профессиональным статусом журналиста) и непреднамеренной. Во втором случае необоснованная позиция может сформироваться из-за ошибок на этапе сбора материала. Норма честного сбора информации закреплена во втором пункте международной Декларации принципов поведения журналиста. Кодекс профессиональной этики российского журналиста подробно раскрывает значение этой нормы: «Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений» [4]. Мы полагаем, что тенденциозность и пристрастность нельзя считать полными синонимами. В своей профессиональной деятельности журналист не обязан быть нейтральным и беспристрастным. Тогда как тенденциозность может быть определена как необъективность, выраженная в сращивании фактов и мнений. Поэтому мы поддерживаем рекомендации Общественной коллегии: «журналист не обязан занимать в конфликте с выраженным общественным интересом позицию «над схваткой», пытаться «равномерно» освещать или «сбалансировано» представлять позиции сторон конфликта, не выражая собственного отношения к ним. Нормы профессиональной этики журналиста устанавливают лишь такие обязанности журналиста и СМИ, как: предоставлять аудитории достоверную, точную, проверенную информацию в том, что касается фактов; быть честным, излагая мнения; отделять факты от мнений» [17].

К такому виду нарушений как «неуважение чести и достоинства» могут быть отнесены оскорбления не только личной, но и деловой чести (порочение деловой репутации). Например, в газете «Комсомольская правда – Нижний Новгород» был опубликован материал «Кто убил бомжих-лесбиянок?» (28 июня 2005 года). Он посвящен факту убийства двух женщин без определенного места жительства. В конце текста читателям предлагалось угадать, кто был убийцей, чтобы выиграть приз за самую интересную версию. В решении по этому делу Общественная коллегия по жалобам на прессу отметила, что «превращение факта убийства двух женщин без определенного места жительства в тему для детективно-развлекательного конкурса среди читателей и посетителей сайта выходит далеко за рамки допустимого», а также, что «акценти-

руя внимание аудитории на нетрадиционной сексуальной ориентации, якобы имевшейся у жертв преступления, редакция фактически спровоцировала всплеск ксенофобии среди своих читателей» [17].

Норма уважения чести и достоинства в журналистике существует в Кодексе профессиональной этики российского журналиста: «Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания» [4] и в Декларации принципов поведения журналиста Международной федерации журналистов: «Журналист должен считать серьезными профессиональными нарушениями: ... клевету, оскорбление, необоснованное обвинение» [3].

В практике Общественной коллегии по жалобам на прессу встречаются различные виды дискриминации: по национальному, религиозному, социальному признакам, по сексуальной ориентации и т.д. И это несмотря на то, что недопустимость дискриминации по каким-либо признакам содержится в этических кодексах. Например, в Кодексе профессиональной этики российского журналиста написано, что «выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии политических или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения» [4]. Более широкий список дискриминационных признаков приведен в международной Декларации принципов поведения журналиста: кроме перечисленных выше, он включает следующее положение: «Журналист должен отдавать себе отчет в той опасности, которую таит в себе призыв к дискриминации, распространенный через СМИ, и должен сделать все возможное для того, чтобы избежать даже невольного стимулирования дискриминации на основе расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических или иных взглядов, национального и социального происхождения» [3].

К такому виду нарушений как «поверхностный подход журналиста к подготовке материала», по нашему мнению, могут быть отнесены такие случаи, когда имеет место публикация непроверенной информации или несоответствие выводов излагаемым фактам, а также тогда, когда редакция не принимает достаточных мер, чтобы несовершеннолетние герои публикации не были узнаны.

Важно, что поверхностный подход журналиста при подготовке материала нарушает не только профессиональную, но и трудовую мораль. А если не выполнены элементарные нормы трудовой морали, то нельзя говорить о профессиональном, этически верном отношении к работе.

Исследование этических стандартов журналистики в региональном аспекте должно строиться с учетом дифференциации таких понятий как *п р и н ц и п ы , н о р м ы и п р а в и л а* профессиональной морали. Принципы задают общее содержание характера исполнения журналистского долга (объективность, гуманизм, толерантность и т.д.). Нормы и правила в форме запретов, дозволений, требований, ограничений, стандартов и образцов находят воплощение в хартиях, кодексах, уставах, правилах и т.п. документах.

Процесс кодификации норм поведения журналиста и внутригруппового контроля за их соблюдением можно рассматривать как постоянную борьбу за единство профессионально-нравственной позиции в рядах журналистов, а вместе с тем – за незыблемость общественного значения журналистики, за высокий престиж и авторитет профессии. Этот процесс может показаться на первый взгляд формальным, так как разрыв между кодексами и реальным поведением журналистов существовал и будет существовать всегда. Однако именно в нем проявляется сущность профессиональной морали как особого звена в системе моральной регуляции социума: в отличие от моральных отношений в целом, профессионально-нравственные отношения предполагают институционально организованное вмешательство профессиональной общности в поведение ее членов.

Нам представляется важным, что в ходе научных исследований было осуществлено разграничение понятий «мораль», «нравственность» и «этика» в рамках нравственной парадигмы творчества журналиста, а субъективность определена как естественное свойство личности журналиста. Знаковым является и акцент на решающем значении личного выбора журналистом этической позиции в качестве основополагающего резерва нравственного оздоровления СМИ [19, 5].

Региональные СМИ существуют в условиях определенной информационной среды и, одновременно, сами участвуют в формировании этой среды. При этом информационная среда представляет собой совокупность социально-экономических, политических и культурных условий существования социума. Современный человек погружен в сложную коммуникативную ситуацию, что обусловлено глобализацией информации, интенсивным распространением новых видов связи, расширением и качественным обновлением мультимедийного пространства. «Массовые коммуникационные процессы изменяют не только стиль жизни человека, но и его психотип» [2, 3].

Могут быть выделены и описаны два основных фактора, определяющих состояние информационной среды на региональном уровне. В пер-

вую очередь, это особенности государственного и общественного устройства, обуславливающие особенности существования его граждан. Кроме того, это развитость и открытость информационного пространства в конкретном регионе. Оба этих фактора с неизбежностью определяют тематические, содержательные, фактологические, жанровые, технологические и т.п. параметры журналистских материалов.

Исследователи начала XXI века справедливо полагают, что журналистика становится регулирующим посредником между субъектами массовой коммуникации [19, 9]. Публицистика в СМИ, реализуя коммуникативную функцию, формирует концептуальную массовую информацию и отличается активной авторской позицией. Налицо актуализация публицистического способа освоения информационной среды.

В научном сообществе не вызывает споров постулат, что нравственную основу творческой деятельности журналиста и меру ее социальной ответственности определяет выбор целей этой деятельности. Причем механизм этого выбора и типология целей не зависят от того, на каком уровне (региональном или национальном) работает журналист.

Мы считаем правомерным выделение следующих *ц е л е й* в соответствии с разными типами профессионального поведения.

Первая цель – управление сознанием и поведением людей. Журналист, ориентированный на эту цель, стремится убедить аудиторию действовать определенным образом или внушить ей определенные модели поведения. При этом аудитория выступает в качестве объекта действия журналиста.

Вторая цель – информирование аудитории о том, что происходит в окружающей действительности. Внутренняя мотивация журналиста при этом – стремление поделиться знаниями и впечатлениями. Аудитория выступает как партнер журналиста по общению. Причем журналист не собирается менять установки аудитории, он лишь предлагает ей некое знание (мнение), не всегда интересуясь, какие выводы сделает аудитория или какие действия предпримет, получив эту информацию.

Третья цель – стремление вместе с аудиторией разобраться в стоящих перед обществом проблемах и найти способы их решения. В этом случае журналист психологически размещает себя внутри аудитории. Подобная психологическая установка единения определяет профессиональное поведение журналиста.

Без сомнения, может быть выделена и четвертая цель – заработать как можно больше денег, предоставляя аудитории тот информационный продукт, те впечатления и образы, за которые она готова платить.

Выбор цели влияет на выбор средств, с помощью которых она должна быть достигнута. В самом обобщенном смысле могут быть выделены и описаны три комплекса средств, соответствующих определенному типу профессиональной деятельности журналиста.

К первому относятся все варианты предписания отношения к происходящему или образа действия. Ориентация на этот тип профессиональной деятельности предполагает, что главным содержанием текста является некий алгоритм поведения без указаний на возможность других «прочтений» ситуации, снабженный минимальным количеством аргументов в пользу принятия именно этого алгоритма. Подобного рода средства работают на уровне массового сознания.

Второй подразумевает обращение к более или менее консолидированной группе, имеющей достаточно устойчивые представления о нормах поведения. Приказы и предписания воспринимаются такой группой негативно. При этом информация о способах и нормах поведения представителей других групп воспринимается с интересом. Главным содержанием текстов, ориентированных не на массы, а на группы, должны быть оригинальные (иногда — экстравагантные) нормы жизнедеятельности и преодоления жизненных препятствий.

Третье — мысль, идея, проект. Главным в тексте при этом должны стать уникальная мысль или неповторимое переживание.

В любом случае выбор цели определяющим образом влияет на остальные параметры профессионального поведения. Целями могут выступать стремление максимально выгодно продать информационный продукт, манипулировать общественным сознанием, или (что соответствует этическим стандартам журналистики) — разобраться в общественно значимых проблемах и определить пути их разрешения. От этих целей зависит нравственная составляющая творчества журналиста.

Понимание этических стандартов современной журналистики невозможно без определения понятия «позиция журналиста». Словарь Ожегова трактует «позицию» как точку зрения, мнение в каком-либо вопросе [13, 538], социологический энциклопедический словарь добавляет к этому определению: «...определенная оценка факта, события; устойчивая система отношений человека к действительности, проявляющаяся в соответствующем поведении и поступках» [18, 298]. В трактовке Д.С. Аврамова субъективно жизненная позиция совпадает с позицией нравственной, для человека позиция — это он сам. В структуре позиции присутствуют мировоззренческие принципы,

обобщенные знания, идейно-политические и нравственные убеждения. Причем синтезатором всегда выступает нравственность [1].

Мы предлагаем следующее определение понятия «позиция журналиста»: это составляющая часть мировоззрения, предполагающая наличие системы поведения журналиста и включающая его нравственные ориентиры и осознанную ответственность. Свою позицию журналист выражает в публикациях, которые являются достоянием многочисленных аудиторий. Следовательно, его позиция неразрывно связана с проблемой социальной ответственности.

Проведенный нами анализ свидетельствует о том, что этические и профессиональные стандарты на региональном уровне не всегда соблюдаются современными журналистами. Например, в декабре 2006 года в «Новой газете» в Воронеже была опубликована статья «Дума и чувство юмора», которую региональное жюри по информационным спорам признало некорректной, нарушающей нормы профессиональной этики российского журналиста. Стиль заметки носит иронический характер, но попытка автора иронизировать выглядит неудачно и неостроумно. Анонимность материала лишь усугубляет факт публикации в отсутствие достоверных фактов. Эти моменты отмечены в Решении № 2 Регионального Жюри по информационным спорам Воронежской области «Об обращении Воронежской городской Думы в связи с публикацией в «Новой газете» в Воронеже» (г. Воронеж, 8 февраля 2007 года). Характерно, что ни автор публикации, ни редактор не приняли приглашения участвовать в заседании Жюри и представить свою позицию по возникшим со стороны городской Думы претензиям. С другой стороны, есть немало примеров, когда обвинения журналистов, высказанные в публикациях в адрес органов власти или должностных лиц аргументированы и не могут быть признаны неэтичными. Так, по решению Европейского суда по правам человека (Решение принято 10 июля Палатой из 7 судей, оглашено в Страсбурге и опубликовано на сайте Европейского суда 31 июля 2007 года) публикация курского журналиста В. Чемодуров «Двенадцать стульев из гарнитура губернатора, или Как «испарился» из областного бюджета еще один миллион долларов» была признана соответствующей этическим и правовым стандартам, а претензии губернатора к автору необоснованными.

Бесспорно, что современные СМИ оказывают значительное влияние на общество, так как они являются сегодня фактически единственной

системой (интеллектуальной и материальной), обеспечивающей условия, необходимые для реализации широкомасштабных коммуникативных обменов. «Средства массовой информации, независимо от того, традиционные они или новейшие, являются проводниками и сигнификаторами воли инициатора манипулятивного воздействия» [6, 3].

В свое время М. Маклюэн отмечал, что СМИ создают особую реальность, характеризующуюся мозаичностью информационной картины мира [9, 116-129]. Эта реальность в той или иной степени воспринимается аудиториями как действительность. Масс-медиа влияют на мировосприятие людей, их настроение, культуризацию, социализацию. Особенно важна эта проблема в региональном аспекте, так как местные СМИ воспринимаются аудиториями как «свои», не понаслышке знающие проблемы, волнующие жителей конкретной территории. Именно поэтому соблюдение этических стандартов в этой сфере крайне важно. СМИ несут ответственность за правдивость и достоверность сообщений, и, по большому счету, нравственную адекватность формирования общества.

Следование журналистской этике предполагает необходимость выбора, согласующегося с правилами и принципами профессии, соответствующими этическому кодексу. Причем, нравственный выбор журналиста предполагает определенную свободу в принятии решения, так как невозможно определить норму, подходящую ко всем случаям жизни. Разумеется, некоторые этические нормы и принципы кодифицированы и определены законодательно. В этих случаях государство требует от граждан следования конкретным правилам. Журналистская этика подразумевает больше индивидуальной свободы. Особенность журналистики состоит в том, что она, предполагая множество стандартизованных приемов, определяет мало абсолютных правил. В силу этого до сегодняшнего дня не существует окончательного определения поведения журналиста, которое можно было бы назвать стопроцентно «этичным».

Процесс кодификации этических норм журналистики, в том числе и на региональном уровне, выразился в следующем.

Во-первых, был определен перечень профессионально-нравственных представлений, в которых отражались объективно сложившиеся обязанности журналистики в обществе и необходимые качества продукции журналистики, о чем свидетельствует содержание различных профессиональных кодексов.

Во-вторых, определились алгоритмы действий профессиональной морали и формы влияния профессиональной общности на своих членов.

В-третьих, обозначился профессионально-нравственный облик журналиста.

Этические кодексы могут быть разделены на институциональные и производственные (в зависимости от их отношения к журналистскому сообществу), «упрощенные» и «усложненные» (по структурному принципу); кодексы в форме «кredo» и нормативные документы, подробно излагающие принципы работы для сотрудников конкретного издания.

Индивидуальное сознание воспринимает профессиональную мораль не как нечто абсолютное. Напротив, оно сопоставляет ее нормы с общими требованиями нравственности, которые индивид усваивает еще до приобщения к профессии. На первый взгляд, требования профессиональной морали представляются общеизвестными истинами. Мы полагаем, что анализ норм и ценностей профессиональной морали происходит только с учетом собственного опыта исследователя. Единство изучения требований журналистской этики с осмыслением практического опыта и приобщением к непосредственной работе в редакции – наиболее результативный путь освоения начинающим журналистом профессиональной морали.

Этические нормы профессиональных организаций дают только общие принципы и предписания, в них не указано, как вести себя в конкретных обстоятельствах. Поэтому зачастую журналист просто не может найти в подобных документах алгоритм решения для своих проблем. Практически единственное, что может ему помочь – это знание того, что может быть названо этической политикой редакции.

Мы полагаем, что «э т и ч е с к а я п о л и т и к а» представляет собой разумное управление вопросами нравственности и морали, которое принято в том или ином сообществе. В случае со средствами массовой информации этическая политика непосредственно касается вопросов соблюдения профессиональной этики журналиста.

Этическая политика включает в себя правила и нормы, установленные конкретной редакцией, а также знания в области профессионального поведения, полученные в результате каждодневной работы журналиста, руководства редакции и омбудсмана.

Этическая политика может также рассматриваться как направление, согласно которому построена работа редакции. От выбранной этической политики зависит то, как работники данного издания будут решать свои профессиональные задачи или конфликты, связанные с этическими вопросами.

Этическая политика издания – сложное понятие, которое базируется и на теоретических,

и на практических основах деятельности журналиста. Заметное влияние на формирование этической политики оказывают судебные дела, а также ошибки в работе редакции и журналистов.

Мы считаем необходимым подчеркнуть, что нормы профессиональной морали обладают различной степенью общности. Одни дают специалисту минимальную ориентацию в пределах частной ситуации (например: «при правке нельзя искажать смысл читательского письма»). Другие требования носят более общий характер, но при этом оставляют журналисту больше самостоятельности (например, требование следить, чтобы материал не затрагивал интересы третьих лиц). Эти предписания общего порядка, выходящие за рамки частной ситуации, могут быть названы «**п р и н ц и п а м и п р о ф е с с и о н а л ь н о й м о р а л и**». Они не совпадают с «**п р и н ц и п а м и н р а в с т в е н н о с т и**» (для журналиста – принципы правдивости, объективности, приверженности свободе слова и др.). Применяясь в массе сходных случаев, общие принципы впитывают опыт типичного поведения, конкретизируются и приобретают способность ориентировать журналиста в тех или иных ситуациях. Основные принципы нравственности, которыми руководствуется журналист в своей деятельности, закреплены в профессиональных кодексах.

Профессиональная мораль не разрешает противоречия, а находит компромиссы, согласовывая взаимные интересы противостоящих сторон. Опыт согласования этих интересов фиксируется в профессионально-нравственных нормах поведения специалиста. Формирование профессионально-нравственной нормы начинается с частной производственной ситуации, идет от конкретного к абстрактному. Постепенно технологические операции приобретают все более общий смысл, выходящий за пределы этой отдельной ситуации, а вместе с ним – и нравственное содержание.

Применительно к той или иной профессиональной деятельности всё чаще используют термин «**д е о н т о л о г и я**» (греч. deon – долг, должное; logos – слово, наука), понимая под этим учение о принципах поведения профессионалов с целью достижения максимальной эффективности деятельности и устранения вредных последствий неполноценной, недобросовестной работы специалиста. Существуют, правда, и другие мнения, подобные мнению независимого эксперта Н. Резонтовой, считающей, «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» [15].

Предмет журналистской деонтологии, во-первых, составляет система обязанностей и норм поведения, выражающих отношение журналиста к своей профессии, к ее чести и достоинству, которая предполагает ответственность за нарушение этих норм. Во-вторых, в ее предмет входят правила, регулирующие отношения журналиста, с теми, кто пользуется плодами его труда: с читателем, зрителем, слушателем. Ибо именно в этой системе связи журналист реализует свой профессиональный долг. Можно сказать, что деонтология «переводит» объективные законы той или иной сферы деятельности в плоскость «долженствования» профессионала. «Журналистский долг следует рассматривать, по-видимому, как совокупность обязанностей по всему спектру профессиональных отношений, система которых задана законами функционирования журналистики как особого социального института, действующего в интересах всего общества. Отсюда берет начало и проблема ответственности как принятия «к исполнению» долга журналиста перед обществом» [14, 13].

Кодификация поведения журналиста на региональном уровне должна, по нашему мнению, строиться с учетом нескольких исходных позиций. Во-первых, любая профессионально-этическая норма представляет собой определенный, складывающийся на протяжении длительного периода способ согласования интересов сторон при столкновении с типичными профессионально-нравственными проблемами. Другими словами, генетически норма связана с типичными профессиональными ситуациями и потому воспроизводится в поведении специалистов постоянно и в массовом порядке. Во-вторых, действие нормы ограничивается конкретной профессиональной ситуацией для того, чтобы отличить норму от других структурных элементов профессиональной морали.

В теории журналистики известны различные взгляды на систему требований, предъявляемых к профессии. Например, Г.В. Лазутина [7] рассматривает совокупность этих требований как трехэтажную пирамиду. На верхнем она размещает такие категории, как профессиональный долг, ответственность, совесть, честь, достоинство. Второй уровень составляют профессионально-этические принципы, в которых отражены более конкретные требования к поведению журналиста. К группе регуляторов третьего уровня относятся запреты или побуждения, регламентирующие все аспекты поведения журналиста в конкретных производственных ситуациях. Таким образом, именно третий уровень составляют собственно профессионально-этические нормы. А, по мнению Д.С. Аврамова [1, 34-95], высшие, сверх-

нормативные регуляторы (представления об идеале, смысле жизни, счастье и т.п.) вообще не уместаются в профессиональных рамках. «Идеал» питает представление о профессиональном долге и справедливости, от «смысла жизни» берет начало ответственность, а «счастье» дает опору самооценивающим механизмам: совести, чести, достоинству. Именно благодаря высшим регуляторам все остальные нравственные предписания получают возможность творческого применения.

Профессиональная мораль способна оказывать воздействие на трудовую деятельность не только с помощью норм. Она регулирует поведение и через систему ценностей, на утверждение которых ориентирует журналиста.

Нам представляется важным следующее разграничение понятий: если норма подчеркивает обязанность поступать определенным образом и подразумевает санкцию за нарушение, то в ценности превалирует добровольность и внутренняя убежденность в необходимости следовать ей. Если норма конкретизирует содержание поведения в той или иной типичной ситуации, то ценность всегда предлагает более общий ориентир.

Таким образом, нормативной базой журналистской этики служат кодифицированные документы и правила профессиональной деятельности. При этом формирование профессиональной морали — постоянный процесс, и в настоящее время он все активнее переходит на региональный уровень. Этическую политику составляют следующие механизмы регулирования СМИ: законы и правила, установленные непосредственно работниками данного средства массовой информации; практический опыт журналистов редакции, омбудсмента и редакторов по решению этических конфликтов; случаи исключения из профессиональных норм, которые являются важным материалом для формирования этической политики издания. Механизмы регулирования СМИ включают и механизмы саморегулирования профессиональной журналистской этики. Под саморегулированием мы понимаем создание процедур по разрешению неизбежных конфликтов, прописанный механизм выявления, признания и исправления возможных ошибок. Исследователь СМИ Клод-Жан Бертран называет это системой отчетности СМИ и перечисляет около тридцати различных путей сохранения качества и ответственности свободны: критика и мониторинг, доступ общественности к СМИ и даже повышение уровня как профессионалов, так и потребителей [16, 2].

Другим, не менее важным механизмом самоконтроля СМИ, является институт омбудсмента. В переводе с древнескандинавского слово «омбудсмен» означает «человек, который следит за

тем, как чистят трубы и убирают с улиц снег, лед и мусор». Со временем значение этого слова трансформировалось и сегодня омбудсменами называют штатных сотрудников, которым предоставлена определенная степень свободы, чтобы вести расследования и разбирать жалобы потребителей. Омбудсмен анализирует работу корреспондентов и редакторов, составляет отчеты по их работе для руководителя издания, пишет критические обзоры редакционной деятельности для сотрудников и собственные статьи. Омбудсмены также занимаются рассмотрением читательских жалоб, разбираются в них и призывают редакцию к ответу. Отнюдь не все медиаэксперты считают институт омбудсмента необходимым механизмом самоконтроля СМИ, некоторые исследователи наоборот видят в омбудсменах угрозу для прямого контакта читателей и редакторов. Надо отметить, что на региональном уровне в отечественной практике институт омбудсмента не развит.

Проведенный нами анализ литературных источников и примеров деятельности региональных СМИ позволяет сделать следующие выводы.

Этика журналистской деятельности направлена на соблюдение тех принципов, на которых держится общество и которые обеспечивают стабильность и безопасность человеческой жизни. Профессиональная этика журналиста рассматривает совокупность предписаний, выраженных в принципах и нормах и регламентирующих нравственный аспект деятельности журналиста в процессе выполнения своей социальной роли.

Нам представляется логичным наряду с понятиями «профессиональная этика журналиста» и «политика издания» использовать понятие «этическая политика издания», смысл которого состоит в разумном управлении вопросами нравственности и морали, принятым в отдельном государстве или сообществе. Также этической политикой может быть то направление, согласно которому построена работа редакции. От выбранной этической политики зависит то, как работники данного издания будут решать свои профессиональные задачи или конфликты, связанные с этическими вопросами.

Этическая политика издания состоит из следующих элементов: законов и правил, установленных непосредственно работниками средства массовой информации, практического опыта редакции по решению этических конфликтов (особое значение имеет деятельность омбудсмента), случаев исключения из профессиональных норм. Становление этической политики редакции базируется на ранее принятых кодексах и законах. Изменения в корпоративный кодекс вносятся последовательно с учетом случаев из практики, конфликтов, судебных дел и т.п. Процесс фор-

мирования этической политики издания не является одномоментным и требует пристального внимания со стороны руководства (редакторов, издателей). Однако это окупается тем, что правильно выстроенная этическая политика издания заметно облегчает работу журналистам, так как представляет собой свод конкретных рекомендаций о том, как поступать в той или иной ситуации, исходя из этических норм и политики редакции.

Основными механизмами регулирования в отечественной практике СМИ являются общественные организации (например, Общественная коллегия по жалобам на прессу) и профессиональные этические кодексы. Общественные организации выполняют с этой точки зрения две функции: с независимых позиций разъясняют общественности, как работают СМИ, и выступают в качестве альтернативы судам при урегулировании конфликтов. В профессиональных кодексах обозначены регламентированные нормы и правила, определяющие этические принципы поведения и работы журналиста.

Особенностями кодификации деятельности СМИ на региональном уровне в современных условиях являются: подробное рассмотрение вопросов коммерческого характера, рекламная и PR деятельность и скрупулезное изучение проблемы анонимности и источника информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособие / Д.С. Авраамов. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. — 224 с.
2. Гришанина А.Н. Психологизм как методический компонент журналистского творчества : автореф. дис. ... канд. филол. наук / А.Н. Гришанина. — СПб., 2005. — 15 с.
3. Декларация принципов поведения журналиста. — (<http://www.mmdc.ru/self-regulation/dir74/single/234>).
4. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. — (http://www.sovetnik.ru/documents/codes/russian/codex_prof_ethics).
5. Колянов А.Ю. Профессиональная деформация личности политического журналиста : автореф. дис. ... канд. полит. наук / А.Ю. Колянов. — СПб., 2007. — 18 с.
6. Костров Н.В. Современные СМИ : теоретические основы и механизмы манипулирования

политическим сознанием : автореф. дис. ... канд. полит. наук / Н.В.Костров. — Санкт-Петербург, 2004. — 17 с.

7. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста : учеб. пособие / Г.Л. Лазутина. — М. : Аспект Пресс, 2000. — 208 с.
8. Лозовский Б.Н. Журналистика : краткий словарь / Б.Н. Лозовский. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. — 116 с.
9. Маклюэн М. Понимание Медиа : Внешние расширения человека / М. Маклюэн, пер. с англ. В. Николаева; закл. Ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
10. Новости. Веб-сайт Союза журналистов России. — (<http://www.ruj.ru/2010/100910-1.htm>).
11. Нуруллина Г.М. Этическая трансформация массмедийной политики : автореф. дис. ... канд. полит. наук / Г.М. Нуруллина. — М., 2009. — 26 с.
12. Общественная коллегия по жалобам на прессу. — (http://www.presscouncil.ru/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1).
13. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. — М. : изд-во «Советская энциклопедия», 1968. — С. 538.
14. Прохоров Е.П. Структура и проблемы деонтологии журналистики / Е.П. Прохоров // Вестник Московского университета. Серия Журналистика. — 2002. — № 4. — С. 10-15.
15. Резонтова Н. Понятия «журналистская этика» не может быть вообще / Н. Резонтова. — (<http://www.smi-nn.ru/7id=11752>).
16. Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт, проблемы. Перспективы становления в России. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Изд. Дом «Стратегия», 2004. — 400 с.
17. Самылкина Е.А. Общественная коллегия по жалобам на прессу как инструмент мониторинга нарушений профессиональной этики / Е.А. Самылкина. — (<http://www.presscouncil.ru/index.php?option=content&task=view&id=464>).
18. Социологический энциклопедический словарь / ред.-координатор Г.В. Осипов. — М. : Инфа М-НОРМА, 1998. — 488 с.
19. Юрков А.А. Адекватность информирования как этическое свойство журналистского творчества : автореф. дис. ...канд. филол. наук / А.А. Юрков. — СПб., 2002. — 18 с.

Маслов А.С.
 Воронежский государственный университет.
 Аспирант кафедры рекламы и дизайна факультета журналистики.
 e-mail: a-s-maslov@yandex.ru

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