

Раздел 2. Журналистика как область творчества

Тема 2.1. Особенности журналистского творчества

2.1.1. Журналистское творчество как профессиональная деятельность

Труд журналиста носит комплексный характер: его деятельность подразделяется на редакторскую, которая обеспечивает идейную направленность издания, тематику, проблематику, правку материалов и пр.; авторскую (литературную), которую составляют подготовка текстов, макетирование газетных страниц, создание сюжетов телерадиопередач и т.д., и организаторскую, включающую в себя массовую работу с аудиторией, авторским активом. При любой работе журналист должен познавать социальные явления, получать эмпирическую информацию и интерпретировать её. Анализ, выполняемый журналистом, делится на несколько видов: политический, экономический (общеекономический, финансовый, производственно-технический, коммерческий), экологический, юридический, военный, спортивный, искусствоведческий, исторический, нравственный, социологический, статистический, психологический, художественный. Естественно, что нужно учитывать функционирование субъекта журналистской деятельности в рамках журналистской специализации. Такая специализация имеет несколько форм. Во-первых, это распределение между сотрудниками, согласно склонностям и способностям, различных проблем отрасли, сферы общественной жизни, освещаемой отделом (отраслевая специализация: журналист-политолог, журналист-экономист, журналист-аграрник, журналист-международник; специализация по типу периодического издания: журналист детской прессы, журналист молодежной прессы, спортивный журналист, военный журналист, журналист многотиражной прессы, журналист районной прессы, журналист деловой прессы, журналист информационно-коммерческой прессы). Во-вторых, жанровая специализация (репортер, комментатор, обозреватель, рецензент, очеркист, фельетонист, памфлетист).

Процесс освоения специализации идет в несколько этапов. Первый этап – овладение узкой специализацией – накопление знаний по определенной теме. Условно первый этап обозначается как «сотрудник – тема». Второй этап обозначается как «сотрудник – идея» и наступает тогда, когда компетенция журналиста очень высока, и он может предлагать авторский подход к решению вопросов.

Журналист не имеет права на экспериментирование с объектом изображения. Он должен оперативно откликаться на злободневные события, но уметь при этом найти форму выражения для их подачи аудитории. Для этого нужно и политическое, и художественное мышление. Точность отображения действительности в сочетании с эмоциональностью – свидетельство журналистского мастерства.

Некоторые новые газеты выбрали западную модель прессы, поэтому вводят соответствующие должности: райрайтеры (пишущие субъекты), стрингеры (журналисты для конференций и интервью), фрилансеры

(литературные редакторы) и пр. Непривычная для российского типа газет медиа-индустрия выстроена по типу конвейера, где каждый сотрудник работает только с одним звеном цепи (один – берет интервью, второй – обрабатывает материал, третий – пишет текст и т.д.), но за текстом не виден автор, выступающий в разных творческих ипостасях.

В телевизионной журналистике произошло разделение на «вещателей» и «производителей». Причем требования нового времени привели к совмещению должностных и профессиональных задач. Журналисты могут выступать в роли продюсеров. Изменились традиционные должностные обязанности руководителя продюсерской группы, редактора, сценариста, корреспондента, ведущего. Например, диктор, зачитывающий поставленным голосом информацию, не востребован сейчас: на смену ему пришел комментатор, осмысливающий эксплицитно информацию. Журналисты становятся сценаристами новых по форме и содержанию программ, в частности проблемных. Например, проблемный репортаж лидирует, а очерк исчез из сетки вещания. Телевизионные программы все реже монологичны: их вытеснил диалог. Усилена роль ведущего. Телевизионный день складывается из трех основных потоков вещания: информационных выпусков новостей, анализа событий и большого количества развлекательных программ.

В радиожурналистике передачи журнального типа сменились на программы клубного типа. Доминируют разговорные, диалоговые жанры. Известные люди: политики, ученые, артисты становятся гостями студии.

В подготовке публикации газетного текста журналист должен пройти несколько этапов. Во-первых, выбрать запланированную тему. Затем журналист приступает к сбору информации. Эмпирическая информация поступает в СМИ из трех источников: индивидуального (человек – интервью), коллективного (коллектив – опросы) и документального (официальные и личные документы, материалы СМИ, библиотечные источники, словари по праву, своды законов, статистические и информационные бюллетени, справочники, издаваемые администрацией, материалы, поступающие по каналам публичных отношений, внутриредакционные вспомогательные материалы). Публикация без привлечения мнений различных людей, спора с ними, составленная только на основании оценок автора, существенно проигрывает во мнении читателей. Источником информации служит и наблюдение. Для проведения наблюдения иногда журналисты на время меняют профессию (такое наблюдение называется включенным). Источники информации желательно дополнить документом (оригинал или копия деловой бумаги, магнитофонная пленка или видеокассета, фотография или публикация из подшивки газет). Когда документы отсутствуют, необходима информация, как правило, от трех разных независимых источников. После анализа информации и определения ценностных доминант журналист пишет текст, сам его редактирует, затем предоставляет руководителю отдела, потом – в секретариат. После работы над текстом в секретариате материал просматривают заместитель главного

редактора, главный редактор. Только после этого текст отправляется в типографию. Отметим, что на всех этапах текст продолжает оставаться авторским, другие лица осуществляют контролирующие и регулирующие функции.

Основные разновидности производительной деятельности в журналистике: ознакомление, исследование и расследование. Ознакомление первично и предполагает максимальное постижение темы. Исследование вопроса приравнивается к научному анализу. А расследование стоит особняком в журналистской деятельности. Его специфика и сложность исполнения позволила теоретикам журналистики выделить его в отдельное направление творческой деятельности. Цель журналистского жанра – выяснение причин, выявление виновников криминальных или скандальных событий, явлений. Журналист обнародует весь ход обнаружения скрываемых кем-либо фактов, стараясь в движении от частного к общему показать причины преступления, его развитие, участников, посвящает зрителей или читателей в тайную информацию.

2.1.2. Методы и приемы журналистского творчества.

Журналистское произведение как текст

Журналистский текст – это продукт социально направленной деятельности журналиста, результат познания им окружающего мира и самого себя, осознания своего места в социуме; кроме того, это процесс взаимодействия автора текста с аудиторией, особый акт коммуникации. Поэтому в журналистском тексте помимо основной информации есть избыточная эмоциональная информация текстового и внетекстового свойства.

Нужно помнить, что в таких текстах реализуются разные типы творчества. Научный тип творчества нужен для донесения до аудитории полученных научным путем и строго излагаемых сведений, которые формируют когнитивную картину мира читателя. Художественный тип творчества появляется в толстых журналах, в телевизионных постановках. Преобладающим, конечно, остается, публицистический тип творчества, где создается панорама современности, дается описание конкретных ситуаций, комментарии вбирают разные подходы к жизни, средства выражения синкретичны.

Журналистские тексты примитивнее литературных, так как фоном для них обязательно выступает действительность; время и пространство чаще всего реальные, а язык проще. Журналистская информация обнаруживает себя, объективируется, приобретая характер информационного продукта, пригодного к многократному использованию в определенных целях, при помощи «элементарных выразительных средств журналистики» (ЭВС)¹, сложившихся в ходе осмысления информационной природы журналистского

¹ Термин Е.И. Пронина.

творчества и его знакового инструментария. Первый ряд элементарных выразительных средств: фактологический. Здесь факты уже не только элемент действительности и сознания, но элемент текста. Второй ряд – слой оценочной информации (или рефлексивной). «Образный ряд ЭВС в журналистике складывается из прецедентов истории и деяний исторических лиц, из фрагментов художественных произведений и характеров их героев, из фольклорных сюжетов и притч, образных откровений науки, из перлов языковой сокровищницы»². Третий ряд элементарных выразительных средств – нормативы. Это смысловые единицы, в которых запечатлен социальный опыт, но, в отличие от образов, вызывающих у адресата информации конкретно-чувственные представления, нормативы представляют собой правовые этические, технологические суждения, в которых воплощены те или иные установления общества и которые воспринимаются как некая формула.

Ряды ЭВС определяют появление информационных слоев в журналистском тексте: описательной, предписательной, оценочной и нормативной информации (по Е.П. Прохорову).

При создании текста набор элементов, представленных в сознании журналиста, превращается в гармоничное целое, способное при возникновении коммуникативной ситуации не только сообщить «законсервированную» в нем информацию, но и вызвать комплекс определенных отношений к ней, в том числе отношение эстетическое. Средства организации журналистского текста – монтаж, композиция, метасвязи.

Необходимое и достаточное количество подтем в журналистском тексте должно соответствовать количеству стоящих перед автором задач по организации контакта текста с адресатом информации и быть принципиально сводимо к четырем: 1) ввод в ситуацию; 2) обозначение проблемы; 3) предъявление оценок и аргументов; 4) практическая постановка вопроса.

Последовательность «композиционных блоков» журналистского текста может меняться, но она должна быть согласована с жанровой спецификой материала (мотивирована жанром) и подкреплена (оправдана) соответствующими монтажными приемами.

Существует три типа заголовков: 1) прямое отражение темы («метка» темы); 2) прямое отражение идеи («метка» идеи); 3) опосредованное отражение идейно-тематического решения через журналистский образ («метка» сверхсмысла).

Методы предъявления информации, или методы предъявления элементарных выразительных средств, образуют два ряда: в одном объединены те, что служат воплощению фактов, в другом – те, с помощью которых предъявляется прошлый опыт человечества, зафиксированный в культуре.

1. Методы предъявления фактов.

² Г.В.Лазутина. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2001.

1) Констатация – указание на ту или иную реалию, обозначение ее бытия.

2) Описание – воспроизведение реалий в их предметно-чувственных проявлениях через отбор характерных видимых и слышимых деталей.

а) репортажное – картинки с натуры;

б) реконструктивное описание картина с опорой на источник положенных в её основу сведений.

3) Повествование – метод, рассчитанный на воспроизведение фактов через их внешнюю, видимую сторону.

а) репортажное – последовательность происходящего передается как свидетельство автора;

б) реконструктивное – последовательность происходящего восстанавливается на основании свидетельств других людей.

4) Характеристика – представление того или иного фрагмента действительности не через внешние проявления, а прямо со стороны сущности.

5) Объяснение – метод передачи сущности происходящего через обозначение его причинно-следственных связей (часто в проблемно-аналитических материалах).

6) Рассуждение – выявление сути той или иной реалии, ее значения, перспектив с актуализацией процесса мыслительной работы по выявлению этой сути.

7) Типизация – обобщенная подача сведений о действительности в виде неких условных картин, «суммарных фактов» или образов, близких к художественным.

2. Методы предъявления культурных образов и нормативов.

1) Словесная инкрустация – обозначение чувственно воспринимаемых образов, включаемых в новые связи, становящихся ключом к новым поворотам мысли.

2) Цитирование – дословное воспроизведение отдельных фрагментов из произведений науки, литературы, искусства, общественно-политических и государственных документов, афоризмов, пословиц, поговорок.

3) Ссылка (апеллирование) – указание на тот материал культуры, который автор имеет в виду, без подробного его раскрытия в силу общеизвестности.

4) Изложение – свободный авторский пересказ такого материала.

5) Переосмысление — новая, принадлежащая автору текста трактовка известных образов или нормативов.

На радио и телевидении возникают дополнительные возможности использования методов предъявления ЭВС. На радио существенна сила музыкальных и звуковых образов, а на телевидении видеоряд становится «полем» наглядного предъявления фактов и образов, а звукоряд «несет» в себе предъявление нормативов и фактов.

Для характеристики текста журналистики традиционно используют контент-анализ: определенные языковые единицы подвергаются

количественному описанию. Подробное описание контент-анализа предлагается в курсе смежной дисциплины, однако отметим, что его единицей может быть сегмент от слова абзаца. Такая процедура измерения, свойственная точным наукам, демонстрирует в конечном итоге структурно-семантическую специфику текста.

2.1.3. Жанры журналистики

Журналистская информация представлена в различных жанровых формах. Каждый жанр имеет свою содержательную и формальную специфику и сохраняет на протяжении долгого времени такие качества, как постоянность и устойчивость структурно-композиционных и стилистических признаков. Жанровая форма зависит от конкретной функции материала, объекта отображения, цели автора, характера освещаемого факта, специфики издания. Выделяют три группы жанров.

1. Информационные жанры строятся на фактах, отличаются оперативностью, «телеграфным стилем» в контексте реального времени. Новости – главные материалы в газете. Но обилие новостей может утомить читателя, заставляя по принципу пирамиды читать только инициальную часть материала.

1) Хроника (от греч. «время») – небольшое сообщение о фактах без подробностей, не имеющее заголовка и состоящее из нескольких фраз.

2) Короткая информация сообщает о факте с некоторыми подробностями, насчитывает 30-40 строк и объединяется с другими в подборки.

3) Расширенная информация имеет заголовок, насыщена подробностями, отчего её объем увеличивается до 40-150 строк; в материал могут включаться комментарии и справки, а композиция усложняется за счет вступления и концовки.

4) Интервью (от англ. «деловое свидание») подает информацию от имени интервьюируемого, обрабатываемую и структурируемую журналистом. По форме интервью бывают: интервью-монолог – вопрос-ответ; интервью-диалог — беседа в вопросах и ответах; интервью коллективное; интервью-зарисовка – когда журналист также высказывает свое мнение либо мнение своей аудитории по рассматриваемому вопросу. Лучше, чтобы журналист задавал своему герою такие вопросы, которые хотели бы задать читатели.

5) Анкетирование – форма конкретного социального исследования, позволяющая информировать о мнении большой аудитории.

6) Репортаж (от англ. «сообщать») – жанр, оперативно сообщающий для печати, радио, телевидения о каком-либо событии через призму непосредственного восприятия журналистом этого события. В репортажах часто используются исторические образы, исторические параллели. Значение имеют сенсационность, развлекательность. Особо выделен документальный репортаж на основе архивных документов.

Основные виды репортажа:

а) событийный, который оперативно рассказывает аудитории об общественно значимом событии;

б) тематический, в котором повествование строится не от события, а от темы, которую редакция или автор выбирают по своей инициативе. Журналист может составить любой план репортажа, вносить в него изменения;

в) информационный, который рассказывает о фактах, не делая при этом обобщающих выводов;

г) постановочный, который применяется для выдвижения проблемы, анализа фактов, но факты рассматриваются без их глубокого анализа, обращается внимание аудитории на тот или иной вопрос, требующий дальнейшего обсуждения.

7) Заметка — газетный жанр, краткое сообщение, в котором излагается какой-либо факт или ставится вопрос; это также может быть письмо читателя или слушателя, которое воспроизводится как отдельный самостоятельный материал. Имеется несколько разновидностей заметок: а) сообщение без комментариев; б) заметка-благодарность; в) заметка-отклик; г) заметка-вопрос (просьба).

8) Отчет — информационное сообщение о прошедшем событии или мероприятии, на котором присутствует определенная аудитория (прямой информационный отчет воспроизводит событие в хронологическом порядке; аналитический — снабжен оценочными комментариями; тематический — воспроизводит событие не хронологически, а выборочно).

Информационные радиосообщения делятся на следующие группы по жанровой принадлежности: а) сообщения — хроникальное информационное, радиовыступление, радиосообщение, дополненное кратким комментарием; б) радиointerview — диалог, протокольное, анкета, пресс-конференция; в) радиорепортаж — событийный, проблемный, познавательный, инсценированный.

Телевизионные информационные жанры характеризуются симультанностью, наглядностью, фактичностью, документальностью, невымысленностью материала. Разновидности жанров: а) телесообщения — сообщение (с фото или видеороликом), заметка (видеосюжет); б) телеinterview — телеinterview-диалог, телеinterview-факт, беседа за «круглым столом», пресс-конференция, телеinterview-сообщение, телеinterview-портрет, телеinterview-мнение, критическое интервью, интервью-зарисовка, «блиц-интервью»; в) телерепортаж — событийный, проблемный, инсценированный, иллюстрированный.

2. Аналитические жанры содержат в основе комментариев, отличаются детальной проработкой причинно-следственных связей, качественной аргументацией.

1) Корреспонденция (от лат. «отвечаю, осведомляю») — оперативный жанр, задачей которого является показать «кусочек жизни», а целью — проанализировать факт или группу фактов, какое-либо явление из

политической, экономической, социальной, культурной и других сторон жизни общества, опираясь на факты и примеры, сообщая подробности с места действия.

2) Обзор на внутреннюю тему знакомит с важными событиями за определенный период времени (неделю, месяц, год, век), в нем используются статистические данные (цифры, сводки, диаграммы). Обозреватель не должен оперировать одним фактом, а только их совокупностью. Обзор бывает общим, тематическим, международным.

3) Статья — газетно-журнальный жанр, в котором масштабно и глубоко осмысливается не ситуация, а более значительное явление, изучив которое, публицист приходит к выводам, идя от частного к общему.

Статьи бывают:

а) директивные, которые преследуют пропагандистские цели или освещают актуальные местные проблемы, а СМИ обозначают свою концепцию;

б) проблемные статьи, которые носят дискуссионный характер и освещают новые или не решенные вопросы, возникающие в обществе, регионе, городе.

в) Открытое письмо — форма публицистического выступления, в которой разговор ведется от первого лица, с прямым обращением к человеку или группе лиц с задачей поставить вопросы, привлечь внимание к проблеме.

г) Информационный обзор печати (дайджесты) призван раскрыть содержание наиболее заметных материалов других печатных изданий СМИ без их оценки.

д) Рецензии (от лат. «рассмотрение») — газетно-журнальный жанр, в котором автор дает оценку художественного или научного произведения; отзыв на научную работу перед их публикацией, защитой; отзыв на художественное произведение перед их публикацией, а также после публикации или постановки. Рецензии бывают нескольких видов:

а) критико-библиографические рецензии — своевременное ознакомление читателей с новинками литературы, дающее объективную оценку произведения;

б) анализирующие и оценивающие рецензии — рецензии на художественные произведения, постановки, фильмы, где используются элементы очерка, отчета, расширенной информации.

Тележурналистика характеризуется появлением следующих аналитических жанров а) телекорреспонденции — информирование о фактах и событиях, объяснение и оперативный анализ фактов, обобщения и рекомендации, расследование; б) телекомментарий; в) телеобзор; г) телевизионная беседа; д) телевизионная дискуссия; е) ток-шоу и реалити-шоу.

3. Художественно-публицистические жанры выполняют информационную и воздействующую функции, сочетая документальность,

официальность и объективность с императивностью, оценочностью, выразительностью, эмоциональностью.

1) Зарисовка – жанр, в котором рассказывается о конкретном событии, а журналист достаточно сжато и живо рассказывает о своих впечатлениях, описывает обстановку, передает свои наблюдения.

2) Очерк – литературно-художественное произведение, построенное на фактическом материале, а не на вымысле. Две основные формы очерков: сюжетный и описательный. Сюжетный очерк делят на проблемный – пишется для решения злободневных вопросов; и портретный – о каком-либо человеке, коллективе; б) описательный очерк – событийный, о каком-либо явлении, событии; путевой (наподобие путевых заметок), где приводятся не только факты, но и раскрывается их сущность.

3) Путевые заметки – литературно-художественное произведение, являющееся рассказом о достоверном, увиденном лично автором в той последовательности, в которой журналист это накапливал.

4) Фельетон – художественно-публицистический газетно-журнальный и телевизионный жанр, основная особенность которого – остро-критическое отношение к какому-либо явлению или лицу; материал, проникнутый духом критики, в котором используются элементы сатиры и юмора.

5) Памфлет – злободневное публицистическое сатирическое произведение, цель и пафос которого – иронично, саркастически выступить против лица или явления, возбудить у аудитории чувство презрения.

На телевидении и радио к художественно-публицистическим жанрам относят очерк, зарисовку, эссе, фельетон, памфлет.

Сегодня информационные жанры обогащаются комментарием – аналитическим материалом, система жанров находится в постоянном развитии.

Тема 2.2. Правовые и профессионально-этические ориентиры творческого поведения журналиста

2.2.1. Права аудитории СМИ на информацию Законодательство в сфере журналистики

В п.1 ст.5 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. закреплено, что любой акт федерального и республиканского законодательства о средствах массовой информации должен издаваться в соответствии с Законом о СМИ. Так Закон о СМИ играет роль структурообразующего фактора, интегрирующего различные правовые нормы в единую систему. Аналогичную роль в системе законодательства о выборах играет Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

Закон о СМИ обязывает законодателя принять законы об издательском деле, о телекоммуникационных сетях, о порядке формирования и деятельности Федеральной и территориальных комиссий по

телерадиовещанию, о дополнительных основаниях аннулирования лицензии на вещание, о государственной, коммерческой и иной специально охраняемой законом тайне, о случаях, когда журналист не вправе производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, о защите чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества журналиста в связи с осуществлением им профессиональной деятельности как лица, выполняющего общественный долг. Закон о СМИ предполагает внесение дополнений в Уголовный кодекс, Уголовно-процессуальный кодекс, Кодекс об административных правонарушениях для конкретизации мер ответственности за ущемление свободы массовой информации, за злоупотребление свободой массовой информации и за иные нарушения законодательства о СМИ. Закон о СМИ предусматривает также издание федеральным правительством актов, определяющих размер и порядок уплаты регистрационного сбора, потиражного сбора с продукции рекламных и эротических СМИ, платы за лицензию на вещание и т.д. Кроме того, Закон о СМИ предполагал издание органами местного самоуправления нормативных актов, касающихся порядка распространения продукции эротических СМИ.

Помимо законов, статус СМИ на федеральном уровне определяется также многочисленными указами Президента, постановлениями Правительства, нормативными актами Центризбиркома, а иногда и ведомственными инструкциями. А в УК РФ имеется отдельный состав (ст. 144), призванный защитить профессиональные права журналистов.

В статье 47 Закона «О средствах массовой информации» журналисту предоставлены права искать, запрашивать, получать и распространять информацию, получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную или коммерческую тайну; с соблюдением авторских прав копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы; вести записи, в том числе с использованием средств аудио-видеотехники, кинофотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом; проверять достоверность сообщаемой ему информации; излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью. Журналист имеет право отказаться от подготовки за своей подписью материала, противоречащего его убеждениям; снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия или характер использования данного сообщения; распространять материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи и т.д.

Обязанности журналиста перечислены в ст.49 этого Закона. Журналист обязан соблюдать устав редакции; перед передачей информации для аудитории убедиться в её достоверности; удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на её источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;

сохранять конфиденциальность информации и её источника; получать согласие (за исключением особых случаев) на распространение в СМИ сведений личного характера – о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей; при получении информации от граждан или должностных лиц ставить их в известность о проведении аудиовидеозаписи, кинофотосъемки; ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного материала; отказаться от выполнения редакционного задания, если оно связано с нарушением закона; предъявлять при выполнении профессионального задания редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста.

Свобода массовой информации является одной из важнейших гарантий информационной безопасности, поскольку она обеспечивает доступ граждан к полной, всесторонней и достоверной информации; защищает общественное и индивидуальное сознание от воздействия пропаганды и других форм манипулирования и стимулирует накопление, обновление и передачу информации внутри социальной системы. Однако российский Закон о СМИ не смог обеспечить цивилизованную свободу массовой информации. Зачастую свобода СМИ понимается как вседозволенность, конфиденциальностью источника прикрывается бездоказательный компромат, а ответственность СМИ перед обществом трансформируется в цензуру и диктат.

Социологические опросы показывают, что меньше 50% опрошенных считают, что журналисты правдиво рассказывают о событиях. Но редакционный коллектив, главный редактор, журналист не несут ответственности за распространение недостоверных и порочащих кого-либо сведений, если эти сведения:

- 1) присутствуют в обязательных сообщениях;
- 2) получены от информационных агентств;
- 3) содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресслужб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;
- 4) являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений депутатов разных уровней органов представительной власти, делегатов съездов и конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов и общественных объединений;
- 5) содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию;
- 6) являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенным другим средством массовой информации, которое может быть установлено и привлечено у ответственного за данное нарушение Закона (ст. 57 Закона «О средствах массовой информации»).

Герой газетной публикации может защитить свое доброе имя или деловую репутацию разными путями:

1) воспользоваться правом на ответ (реплику, комментарий), согласно ст. 46 Закона «О средствах массовой информации», если сведения в отношении гражданина, распространенные в СМИ, недостоверны либо ущемляют его права и законные интересы;

2) потребовать опровержения в СМИ, обратившись в гражданскую коллегия районного суда (по ст. 152 Гражданского кодекса), если сведения унизили честь и достоинство, причем можно добиваться выплаты материальной компенсации за причиненный моральный вред;

3) привлечь журналиста к уголовной ответственности по статье 129 (клевета – сообщение заведомо ложных сведений порочащего характера) и/или статье 130 (оскорбление – унижение чести и достоинства лица, выраженное в неприличной форме).

В практике судопроизводства, связанного с журналистскими выступлениями, под моральным вредом понимаются нравственные или физические страдания, причиненные действиями автора публикации (бездействиями), посягающими на принадлежащие гражданину от рождения нематериальные блага (жизнь, здоровье, достоинство личности, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна и т.п.) или нарушающие его личные неимущественные права (право на пользование своим именем, право авторства и другие неимущественные права в соответствии с законом об охране прав на результаты интеллектуальной деятельности), либо нарушающими имущественные права граждан. Что же касается организаций (юридических лиц), то в статье 152 Гражданского кодекса говорится о защите деловой репутации.

Следует заново возвысить понятие профессионального долга журналиста как служения прессы обществу. На этой основе будет формироваться новая журналистская деонтология – целостная система различных норм, обеспечивающих достойное выполнение всего объема обязанностей, рассматриваемых как профессиональный долг.

В современном Законе содержание свободы массовой информации сводится к отсутствию ограничений в отношении: а) поиска, получения, производства и распространения массовой информации; б) учреждения средств массовой информации, владения, пользования и распоряжения ими; в) изготовления, приобретения, хранения и эксплуатации технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции СМИ.

Понятие свободы массовой информации теснейшим образом связано с категорией информационного плюрализма СМИ, который предполагает множественность независимых и автономных средств массовой информации, имеющих доступ к достаточному числу разнообразных источников информации, средств производства и распространения продукции СМИ, а также отражение ими разнообразия политических, социальных, религиозных и культурных взглядов при соблюдении редакционной независимости и

уважении тех правил саморегулирования, которые могут быть самостоятельно выработаны работниками СМИ.

Конституция Российской Федерации 1993 г. закрепила свободу массовой информации в ч. 5 ст. 29: «Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается». Ч. 1 ст. 29. гарантирует каждому свободу мысли и слова, ч.4 – право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, ч.3 – недопустимость принуждения человека к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.

Важные нормы закреплены в Резолюции «Журналистские свободы и права человека», принятой в рамках 4-й Европейской конференции министров по политике в области средств массовой информации (Прага, 7—8 декабря 1994 года).

Тезис первый: поддержание и развитие подлинной демократии требует наличия и укрепления свободной, независимой, плюралистической и ответственной журналистики.

Тезис второй: для реализации *тезиса первого* журналисты должны:

а) информировать аудиторию о деятельности органов власти и структур частного сектора, давая ей таким образом возможность сформировать собственное мнение;

б) предоставлять гражданам и группам возможность предавать гласности свои мнения, давая таким образом возможность органам власти и структурам частного сектора, как и обществу в целом, ознакомиться с этими мнениями;

в) подвергать постоянному критическому рассмотрению деятельность различных органов власти.

Тезис третий: журналистская деятельность по реализации *тезиса второго* основывается на свободе слова, как она гарантирована ст. 10 Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод.

Тезис четвертый: чтобы журналисты могли реализовать *тезис второй*, им нужно гарантировать:

а) доступ без ограничений к профессии журналиста;

б) редакционную независимость;

в) доступ к информации в порядке обеспечения политики информационной открытости;

г) защиту конфиденциальности источников журналистской информации.

Тезис пятый: чтобы журналисты могли реализовать *тезис второй*, им нужно гарантировать также:

а) возможность профессиональной подготовки журналистов;

б) возможность диалога журналистов и функционеров СМИ с органами власти;

в) защиту журналистов, работающих в ситуациях напряженности;

г) прозрачность отношений собственности и контроля в сфере массовой информации.

Тезис шестой: вмешательство органов власти в деятельность журналистов по реализации *тезиса второго* путем ограничения гарантий, предусмотренных *тезисом четвертым*, может иметь место только в том случае, если ограничение соответствует всем перечисленным ниже условиям:

а) оно фигурирует в полном и исчерпывающем списке ограничений, предусмотренных ч. 2 ст. 10 Европейской Конвенции о защите прав человека и основных свобод;

б) оно необходимо в демократическом обществе и отвечает настоятельным общественным потребностям;

в) оно ясно и точно установлено законом;

г) оно ограничительно интерпретируется правоприменительной практикой;

д) оно пропорционально преследуемой цели.

Тезис седьмой: выполняя социальные функции, предусмотренные *тезисом вторым*, журналист должен занимать этичные и ответственные позиции, сохраняя прежде всего независимость и критический подход.

Тезис восьмой: выполняя социальные функции, предусмотренные *тезисом вторым*, журналист должен соблюдать следующие правила профессии:

а) уважать право аудитории получать точную информацию о фактах и событиях;

б) собирать информацию честными способами;

в) честно представлять информацию, комментарии и критику, избегая неоправданных покушений на частную жизнь, диффамации и необоснованных обвинений;

г) исправлять грубые ошибки, допущенные в распространенной информации;

д) сохранять в тайне источники информации;

е) воздерживаться от поощрения насилия, ненависти, нетерпимости или дискриминации.

Тезис девятый: органы власти, рассматривая соблюдение правил профессии, предусмотренных *тезисом восьмым*, должны проявлять сдержанность и признавать за журналистскими организациями право вырабатывать нормы саморегуляции».

Софийская декларация предлагает всем государствам Центральной и Восточной Европы «обеспечить или укрепить там, где они существуют, конституциональные и правовые гарантии свободы выражения убеждений и свободы печати и пересмотреть, изменить и/или отменить те законы, правила и меры, которые ограничивают эту основную свободу; «облегчать передвижение и предоставлять визы иностранным журналистам», не делать различий между иностранными и местными журналистами, признавать их право работать по своему выбору – как в местных, так и в иностранных СМИ» и пр.

Ст. 4 Закона о СМИ оговаривает три вида злоупотреблений свободой массовой информации:

- а) использование СМИ для совершения уголовно наказуемых деяний;
- в) использование в СМИ скрытых вставок, воздействующих на подсознание людей.

2.2.2. Профессионально-этические правила и нормы. Кодекс профессиональной этики российского журналиста

Из всех принципов журналистики прежде всего такие, как гуманизм, правдивость и объективность, являются базовыми для этических норм — регуляторов поведения журналиста в социальной среде. Их главное требование — писать только правду, не допускать неточностей и ошибок при исследовании и расследовании событий, ситуаций, конфликтов, явлений. Нарушение журналистом этого требования ведет не только к потере репутации СМИ, в котором он работает, но и к возникновению юридической ответственности.

Журналистскую мораль можно рассматривать и как форму общественного сознания, и как субъективное состояние личности, и как реальное общественное отношение.

Нравственная регуляция поведения журналиста осуществляется на уровне принципа и нормы. В.В. Ворошилов указывает, что их различие — в степени конкретности. Нравственный принцип имеет мировоззренческий характер, это ориентир на связь идеала с регулятором поведения. Нормы могут быть обязательными (к примеру, запрет плагиата), допустимыми (требование проверять сведения менее категорично), дискуссионными (нет единого мнения, например, о допустимости совмещения некоторых профессий или о пользовании диктофоном скрытно от собеседника).

Нормы профессиональной морали обладают различной степенью общности: одни только в пределах частной ситуации — «при правке не искажай смысл читательского письма», «завизируй интервью у собеседника», «прежде чем опубликовать документ, получи согласие владельца»; другие носят общий характер — это принципы профессиональной морали. «Систему требований к журналисту можно рассматривать как совокупность этих требований, как трехэтажную пирамиду³. На верхнем «этаже» размещаются такие категории, как профессиональный долг, ответственность, совесть, честь, достоинство. Второй уровень составляют производственно-этические принципы, в которых отражены уже более конкретные требования к поведению журналиста. К группе регуляторов третьего уровня относятся запреты или побуждения, регламентирующие все аспекты собственно поведения журналиста в конкретных производственных ситуациях, профессионально-этические нормы».

Требования этики становятся правилами в тех ситуациях, которые возникают в отношениях между журналистом и аудиторией, журналистом и источником информации, журналистом и персонажем произведения,

³ В.В.Ворошилов. Теория и практика массовой информации. СПб., 2006.

журналистом и автором, журналистом и редактором, журналистом и коллективом редакции, журналистом и его коллегами по работе.

Если источник информации — человек, надо действовать убеждением, мотивировать свою просьбу, понять причину, почему люди отказывают в предоставлении сведений для материалов. Условием успешного сбора информации являются способность чувствовать настроение, умение тактично развивать тему разговора. В ходе беседы этичность поведения журналиста проявляется в постановке вопросов, в замечаниях по поводу сообщаемых сведений, в оценке. Неуместны вопросы, на которые собеседник не может ответить или вынужден дать банальный ответ, и такие, которые провоцируют нескромный ответ героя, формируют у него неkritическую оценку своих успехов. Интимные данные редакция публикует с письменного согласия персонажа, часто с заменой его имени.

Собирая информацию из коллективных источников в условиях огласки, корреспондент учитывает, что сведения могут быть неверны в связи с присутствием других людей, соображениями престижного характера, давлением лидера и пр. Поэтому при использовании сведений из коллективного источника нужно соотнести их со сведениями из других источников.

Если журналист прибегает к документам, использование их возможно только с разрешения автора (или его наследников), которое надо отметить в публикации, необходимо дать разграничение между документом, его оценкой и журналистским текстом, уведомить, что в документе могут быть искажения, неточности и поблагодарить за предоставление документа.

Для положительного материала допустимо собирать сведения, не представляясь информирующим лицам. Для критической корреспонденции также возможен сбор сведений, при котором источники информации не догадываются о том, что стали объектом внимания журналиста. Такой прием порой сочетается со скрытым фиксированием информации — «лицедейством». Однако включение диктофона без ведома собеседника запрещено законодательством.

Этика журналиста как свод норм и правил профессиональной морали отражена в журналистских кодексах. Впервые «Этический кодекс журналиста» был документально оформлен в Швеции около 1900 г., но первым записанным кодексом считают «Хартию поведения», принятую в 1918 г. во Франции национальным синдикатом журналистов.

Союзом журналистов СССР в 1988 г. был создан Совет по профессиональной этике и праву. В декабре 1989 г. Совет одобрил Кодекс профессиональной этики советского журналиста. В республиках, краях и областях создавались Советы по профессиональной этике и праву, на которые возлагались функции апелляционной инстанции. 4 февраля 1994 г. группа сотрудников столичных редакций подписала Московскую Хартию журналистов, которая установила несовместимость статуса журналиста с занятием должности в органах власти и политических партиях, и прекращение статуса журналиста с момента, когда он берет в руки оружие.

Хартия подтолкнула руководителей Союза журналистов России к составлению Кодекса профессиональной этики, который 23 июня 1994 г. был одобрен Конгрессом журналистов России.

Назовем положения Кодекса.

1. Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе, принятие, одобрение и соблюдение которого является непременным условием для его членства в Союзе журналистов России.

2. Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было.

3. Журналист распространяет 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 общественного значения информации или распространением заведомо ложных сведений.

Журналист обязан четко проводить в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предложения, в то же время в своей профессиональной деятельности он не обязан быть нейтральным.

При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не представлять информацию и не отвечать на задаваемые им вопросы – за исключением случаев, когда обязанность предоставлять информацию оговорена законом.

Журналист рассматривает как тяжкие профессиональные преступления злонамеренное искажение фактов, клевету, получение при любых обстоятельствах платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации; журналист вообще не должен принимать ни прямо, ни косвенно никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера.

Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати.

Журналист отвечает своим именем 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. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было хотя бы частично искажено против его воли.

4. Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении

источника информации, полученной конфиденциальным путем. Никто не может принудить его к раскрытию этого источника. Право на анонимность может быть нарушено лишь в исключительных случаях, когда имеется подозрение, что источник сознательно искажил истину, а также когда упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей.

Журналист обязан уважать просьбу интервьюируемых им лиц не разглашать официально их высказывания.

5. Журналист полностью признает опасность ограничений, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. 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.

Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектом его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека. Он воздерживается от публикаций таких случаев, за исключением случаев, когда эти обстоятельства напрямую связаны с содержанием публикуемого сообщения. Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей.

Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное. В своих сообщениях он воздерживается называть по имени жертву преступления и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса. Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних.

Только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения.

6. Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности.

Журналист сознает, что его профессиональная деятельность прекращается в тот момент, когда он берет в руки оружие.

7. Журналист считает недостойным использовать свою репутацию,

свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения. Само сочетание журналистской и рекламной деятельности считается этически недопустимым.

Журналист не должен использовать в личных интересах или интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.

8. Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции. Журналист избегает ситуации, когда он мог бы нанести ущерб личным или профессиональным интересам своего коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на условиях заведомо менее благоприятных в социальном, материальном или моральном плане.

Журналист уважает и заставляет уважать авторские права, вытекающие из любой творческой деятельности. Плагиат недопустим. Используя каким-либо образом работу своего коллеги, журналист ссылается на имя автора.

9. Журналист отказывается от задания, если выполнение его связано с нарушением одного из упомянутых принципов.

10. Журналист пользуется и отстаивает свое право пользоваться всеми предусмотренными гражданским и уголовным законодательством гарантиями защиты в судебном и ином порядке от насилия или угрозы насилием, оскорблений, морального ущерба, диффамации».

Сегодня в этико-правовом пространстве журналистики существует ряд часто возникающих проблем.

1. Средства массовой информации включились в войну компроматов. Компроматы — главное оружие информационных войн, в которых вместе с журналистами участвуют политики и бизнесмены для манипулирования общественным мнением, переключения внимания аудитории с насущных экономических и социальных проблем на разного рода сенсации; при этом растет рейтинг издания.

2. Российская журналистика впервые столкнулась с заказными статьями, когда журналисты готовят хвалебные материалы для фирмы, получая оплату только на основании договоренности. Неточно называть заказные статьи скрытой рекламой: скрытая реклама по закону «О рекламе» — это та, что воздействует на подсознание человека с помощью 25-го кадра на телевидении или двойной записи на радио.

3. Журналист во время составления комментария, стремясь к убедительности, вынужден приводить достоверные факты, однако берет их на основе сомнительных источников, молвы и слухов.

4. Чтобы заботиться о своем имидже, журналисту следует реализовывать в своей практике теорию социальной ответственности — переводить конфликт в дискуссию. Следование этой теории станет преградой информационным войнам и борьбе компроматов.

