

УДК 070

**ДЕОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ АМЕРИКИ И РОССИИ:
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**

© 2010 г.

И.В. Куреева

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

vestnik@unn.ru

Поступила в редакцию 30.03.2010

Рассматриваются принципы журналистской этики, закреплённые в деонтологических документах США и России. Уровень этической культуры представителей отечественных СМИ не всегда соответствует требованиям общества.

Ключевые слова: Россия, США, журналистика, этика, саморегулирование.

В Америке накоплена значительная научная литература, посвященная профессиональной этике журналиста. Можно назвать в связи с этим труды Э. Дэнниса и Д. Мэррилла «Беседы о массмедиа» (1977), фундаментальную монографию Э.Б. Ламбета «Приверженность журналистскому долгу» (1998), работы американских теоретиков и журналистов-практиков Э. Эпштейна, К. Молленхоффа, К. Бернштейна и Б. Вудварда, Э. Бейкера, С. Хьюмана [1]. Подавляющее большинство американских исследователей считает наличие кодифицированных деонтологических документов делом не только полезным, но и необходимым. Точкой отсчета в создании современных принципов регулирования и саморегулирования СМИ в США можно считать два документа: «Акт о свободе информации» (1967) и «Этические принципы общества профессиональных журналистов США». Впервые этот кодекс был принят в 1926 году, пересматривался в 1973, 1984, 1995 гг. с учетом менявшихся социально-политических реалий и технического прогресса СМИ.

Основные принципы журналистской этики Общества профессиональных журналистов США сводятся к следующим советам, обращенным к членам журналистского сообщества: «Занимайтесь поиском правды и как можно более полно сообщайте о ней», «Действуйте независимо», «Не навредите другим». В первом разделе этого кодекса выделены две позиции: «Предоставляйте слово бесправным», «Строго спрашивайте с сильных мира сего». Во второй части авторы кодекса в качестве важнейшего средства предотвращения общественных конфликтов призывают журналистов заниматься «поиском и распространением альтернативных взглядов на развитие событий, с тем чтобы не

пасть жертвой скрытого влияния сильных или влиятельных противников общественных интересов». При решении сложных этических проблем авторы американского кодекса чести рекомендуют своим коллегам задавать себе следующие вопросы: «Что я знаю?», «Какова моя журналистская цель?», «Какую организационную тактику и профессиональные нормы можно применить к моей ситуации?», «Как можно вовлечь в принятие решений людей с различными убеждениями и мыслями?», «На кого повлияет мое решение?», «Что было бы, если бы я был на месте одного из тех, кого затронет мое решение?», «Каковы возможные последствия, как краткосрочные, так и долгосрочные, моих поступков?»¹ (с. 34–37).

«Кодекс этики «Общества профессиональных журналистов США», как видим, предельно приближен к повседневной журналистской практике, он технологичен в лучшем смысле этого слова. И, главное, он выполняет, что выгодно отличает его от «Этического кодекса российского журналиста».

Близким по своей концепции и декларируемым принципам к «Кодексу этики общества профессиональных журналистов США» является «Декларация принципов американского общества редакторов газет». Один из самых репрезентативных внутриредакционных кодексов разработан коллективом газеты «Вашингтон пост». Он носит весьма жесткий характер, но, может быть, именно в силу этого газета пользуется особым уважением со стороны читательской аудитории. Приведем основные положения этого кодекса, разделяемые всеми сотрудниками газеты. «Мы не принимаем подарков от источников информации», «Мы не ездим в командировки за чужой счет», «Мы никогда не поль-

зуемся привилегиями, которые могут предлагаться изданию нашего уровня», «Мы не работаем на другие организации без разрешения руководства», «Особенно нежелательны связи с правительством», «Во избежание реальных или мнимых столкновений интересов в освещении деловых и финансовых вопросов все сотрудники отдела финансов должны предоставлять информацию о своих финансовых сделках и капиталовложениях заместителю редактора, курирующему отдел». Предупреждение конфликтных ситуаций коллектив газеты также связывает с неучастием (активным) в политических акциях, общественных движениях, что может скомпрометировать репутацию «Вашингтон пост» как беспристрастного и справедливого издания. Завершает «Этические нормы газеты «Вашингтон пост» раздел «Вопросы вкуса». «Материалы, опубликованные в газете, – считают ее сотрудники и руководство, – должны быть пригодны для чтения как молодежи, так и старшего поколения»² (с. 218–221).

По содержанию и форме принципы саморегулирования в различных изданиях подчас существенно отличаются друг от друга, однако проводившиеся журналом «Джорнализм кво-терли» опросы как редакторов, так и журналистов показали приверженность подавляющего большинства редакторов и сотрудников американских газет прописанным в редакционных кодексах этическим принципам и нормам. Одна из важнейших этических проблем для любой страны, в том числе и для США, – проблема взаимоотношений СМИ и властных структур. В каждой информационно развитой стране отношения между СМИ и властью имеют свою специфику, связанную с особенностями законодательной системы и национальными традициями. Общим местом в работах, посвященных СМИ США, было признание за ними функций “сторожевого пса демократии”. В настоящее время все большую популярность приобретает иная точка зрения, сориентированная не на поддержание и тем более не на разжигание конфликтов между властью и СМИ, а на поиски консенсуса по всем принципиально важным для американского общества вопросам. «СМИ и правительство, – утверждает Д. Мэррил, – не должны быть противниками», т.к. противники «стремятся победить друг друга, и поэтому они не заинтересованы в распространении правдивой и точной информации» [2: 25].

В последние годы, в связи с неутешительными результатами социологических исследований американских СМИ, неоднократно вставал вопрос о введении законодательных огра-

ничений их деятельности, однако и сегодня подавляющее большинство американских журналистов считают основным условием качественной работы газеты или телеканала здоровую конкуренцию, преодоление конфликтов с аудиторией и властью исключительно с помощью саморегулирования: кодексов профессиональной этики, общественных организаций («Американское общество редакторов газет», Ассоциация издателей и пресс-менеджмента, Ассоциация журналистов электронных СМИ, «народная журналистика» и др.). В основу американских деонтологических документов положены «правила честной игры», важнейшим принципом которой является преодоление конфликтов.

Сопоставляя деонтологические документы Америки и России, мы не должны упускать из вида то обстоятельство, что истоки этого процесса в США относятся к 1942 году. Именно тогда владелец крупнейшего американского концерна Генри Люс предложил президенту Чикагского университета Хатчинсу «провести исследование текущих и будущих перспектив свободы прессы США». Хатчинс возглавил комитет, получивший название «Комиссия Хатчинса», целью которой было определение роли СМИ в формировании общественного мнения. Рекомендации комиссии Хатчинса о создании советов по информации, как контролирующей работу СМИ, в то время не были приняты. Лишь двадцать пять лет спустя, в 1973 году, в США был создан Национальный совет по информации. Так начинался процесс саморегуляции в американских СМИ. В России процесс кодификации СМИ стартовал лишь в 1994 году, с появлением «Кодекса профессиональной этики российского журналиста». Основные положения этого кодекса: «Действовать, исходя из профессиональной этики», «Соблюдать законы своей страны», «Проводить грань между фактами и мнениями», «Не искажать факты», «Сохранять профессиональные тайны в отношении источника информации», «Противодействовать экстремизму» и другие – совпадают по своей сути с основными этическими нормами «Кодекса этики общества профессиональных журналистов США», в том числе с пунктом шестым, рассматривающим статус журналиста «несовместимым с занятием должностей в органах управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах партий и других организаций политической направленности». Он, однако, не соответствует российским реалиям. Достаточно посмотреть на состав Государственной думы РФ. Не работает пункт

седьмой – о «несочетаемости журналистской и рекламной деятельности». Далекое не всегда соблюдается пункт четвертый, предусматривающий «сохранение профессиональной тайны в отношении источника информации». Сомнение вызывает и пункт первый, касающийся недопустимости членства в Союзе журналистов России тех, кто не соблюдает **все статьи** данного кодекса (выделено нами – *И.К.*).

В отличие от аналогичного американского кодекса, «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» ни разу не подвергался изменениям, связанным с реформой выборной системы, политики правительства и отдельных партий, с появлением частной собственности на СМИ и т.д. Вслед за первым российским кодексом появляются кодексы различных видов СМИ, территорий, городов и специализаций: декларация гильдии судебных репортеров «О принципах честной работы в жанрах судебного репортажа, а также журналистского расследования», одно из концептуальных положений которого гласит: «Чем выше должностное или имущественное положение конкретного лица, тем жестче требования, в которых мы вправе оценивать его деятельность». В 1998 году информационное агентство «Телевизионная служба новостей» опубликовало «Меморандум», посвященный своей этической составляющей, написанный живо и непринужденно. Прочитав начало этого кодекса: «Новости – ваше право!», «Наша обязанность: «...утверждать демократию», «Наш принцип – не врать!». Далее идет изложение программы, состоящей из семи пунктов: абсолютный приоритет общечеловеческих ценностей; непременная оппозиционность проявлению любых форм тоталитаризма и экстремизма; уважение ко всем выборным органам власти; доброжелательность друг к другу, к окружающим и зрителям. Кодекс этот сопоставим по своей технологичности с Кодексом «Вашингтон пост». Он один из немногих российских кодексов, уделяющих внимание языку и стилю телевизионных передач, утверждающий, что образность не должна достигаться «за счет дешевых словечек, пошлости, жаргона» (с. 409–418).

В «Кодексе этики татарского журналиста», к сожалению, никак не отражена национальная специфика. В «Кодексе чести кубанского журналиста» сформулированы «личные заповеди журналиста»: «Общественный интерес – все, личные амбиции – ничто», «Любое твоё слово несет в себе определенный заряд, будь осторожен со словом», «Избегай грубости, чванства», «Не торгуй своей профессиональной честью»,

«Защищай обиженных», «Не бойся бороться с сильными мира сего», «Не спеши с выводами, дай мысли созреть». Кодекс газеты «Деловой Петербург» декларирует тезис «Газета должна работать на развитие рыночной экономики и демократии» (с. 282–283).

Разговор о типологической близости деонтологических документов России и США можно было бы продолжить. Главное их различие – в отношении к ним журналистских сообществ двух стран. Ярко вспыхнувший интерес к созданию и выполнению кодексов профессиональной морали журналистов в России угас, причем не только у рядовых журналистов, но и у элиты наших печатных, электронных и сетевых СМИ. Триада, определяющая понятие саморегулирования СМИ, включает, наряду с кодексами, общественные советы и медиакритику. В этом отношении мы отстаем от Запада. Характерный пример – история создания и прекращения деятельности нижегородского совета по информационным спорам, в разработке программы которого принимали участие немецкие и английские специалисты. Успешно просуществовав один год, Совет, по неизвестным для его членов причинам, прекратил свое существование. Руководство Нижегородского союза журналистов отказалось от участия в работе Совета. О причине можно лишь догадываться. Недооцененной оказалась и титаническая работа Фонда защиты гласности, возглавляемого А. Симоновым, и работа Большого жюри СЖРФ. А ведь именно благодаря Фонду защиты гласности российские журналисты получили доступ к деонтологическим документам не только России и США, но и многих стран Западной Европы и других стран мира. На этом фоне тревожно прозвучало заключительное раздумье автора популярного учебника «Профессиональная этика журналиста», профессора МГУ Г.В. Лазутиной: «Что нам делать для того, чтобы в журналистской корпорации сложился достойный климат? Ответ есть: строить в стране цивилизованную жизнь, участвовать в этом по мере сил и возможностей. Пусть ваш Внутренний Голос не дает вам заблудиться в дебрях социальных неурядиц» [3: 182].

Ответ достойный, но рискнем добавить к сказанному экспертом, что «Внутренний Голос» – понятие сугубо индивидуальное. Нужны ли в таком случае регулирующие работу СМИ деонтологические документы – общественные советы, медиакритика? Да, нужны, но они должны идти в ногу со временем, оперативно реагируя на новации в политике, экономике, культуре, международной обстановке. Непре-

менным условием повышения этической культуры представителей российских СМИ является учет позитивного (и негативного тоже) опыта других стран, в том числе и США.

Д.С. Авраамов. Профессиональная этика журналиста. М., 1999.

Список литературы

Примечания

1. См.: «Этические принципы общества профессиональных журналистов США». Здесь и далее ссылки на кодексы чести журналистов Америки и России даются по книге «Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы». Фонд защиты гласности. М., Медея, 2003; В тексте номера страниц указаны в круглых скобках.

2. Выдержки из «Этических норм газеты «Вашингтон пост» приводятся в русском переводе по тексту, включенному в Приложение к книге:

1. Epshtein E.J. Between Fact and Fiction: The Problem of Journalism. N.Y., 1975; Mollenhoff C.R. . Investigative Reporting: From Court House to White House. N.-Y., 1986 Bernstein C., Woodward B. All the President's Men. N.Y., 1974; Baker E., Human C. Liberty and Freedom of Speech. N.-Y., 1989.

2. Дэннис Э. Мэррил Дж. Беседы о массмедиа. Пер. с англ. М., 1997.

3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. М., 1999.

4. «Среда». Русско-европейское журналистское издание. 1995. № 4. С. 57–59.

DEONTOLOGICAL DOCUMENTS OF RUSSIA AND AMERICA: A COMPARATIVE ANALYSIS

I.V. Kireeva

A comparative analysis of the main self-regulation principles of Russian and American mass media is presented. The level of ethical culture of some representatives of domestic media far from always meets the society's requirements.

Keywords: Russia, USA, journalism, professional ethics, self-regulation.