

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Ворошилов Валентин Васильевич

канд. филол. наук, доцент, профессор

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ЖУРНАЛИСТ. ЗАКОН И ЭТИКА

Аннотация: в данной статье рассматривается проблема соотношения закона РФ «О средствах массовой информации» и Кодекса этики российского журналиста. Автор отмечает, что каждый журналист, выполняя свой профессиональный долг, обязан отвечать требованиям, предъявляемым к журналистике, своим творчеством, достоверными, объективными публикациями, которые никто не смог бы опровергнуть.

Ключевые слова: этика, закон, кодекс, журналист, достоверность информации, конфиденциальность, фальсификация.

Результативность журналистики (эффективность воздействия на массовую аудиторию плюс действенность влияния на социальные институты) во многом зависит от соблюдения правовых и этических норм.

Основой функционирования СМИ в правовом государстве является свобода массовой информации. Но любая свобода никогда не бывает беспредельной, она должна сопрягаться с ответственностью – правовой и этической. Чем больше свободы действий, а значит и возможностей влиять на общественную жизнь предоставлено журналистике, тем выше мера ее ответственности за характер и последствия использования этой свободы. И каждый журналист, выполняя свой профессиональный долг, обязан отвечать на требования, предъявляемые к журналистике, своим творчеством, достоверными, объективными публикациями, которые никто не смог бы опровергнуть. То есть журналист обязан обладать высокой правовой и этической культурой.

Действующий сегодня закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» стартовал 27 декабря 1991 года. Он формулирует права и обязанности журналистов, регулирует взаимоотношения редакций с учредителями, издателями, массовой аудиторией, гражданами, источниками информации и т. д.

В нашей стране в 1988 г. в рамках Союза журналистов СССР был создан Совет по профессиональной этике и праву. В декабре 1989 г. Совет одобрил, а последний съезд СЖ СССР принял первый в отечественной истории свод деонтологических (этических) правил – Кодекс профессиональной этики советского журналиста. Приметой времени остались в этом документе слова о «социалистическом плюрализме мнений», «коренных интересах народа», «монополизации гласности», «новом информационном порядке» и т. п. Однако Кодекс содержал и чётко выписанные профессиональные принципы: социальная ответственность, правдивость, объективность, честность, уважение чести и достоинства личности, уважение общечеловеческих ценностей, профессиональная солидарность...

Вскоре данный Кодекс был забыт. Однако тема профессиональной этики продолжала волновать тех, кто понимал необходимость формирования нравственной, а не только правовой, основы свободного функционирования СМИ. И 4 февраля 1994 г. группа известных сотрудников столичных редакций подписала Московскую Хартию журналистов. Хартия побудила руководителей Союза журналистов России составить Кодекс профессиональной этики, который 23 июня 1994 г. был одобрен Конгрессом журналистов России.

Кодекс этики российского журналиста рассматривается как свод норм и правил профессиональной морали сотрудников СМИ.

Одной из причин создания официальных этических кодексов является стремление, с одной стороны, заполнить пробелы в структуре существующего законодательства, а с другой, рассматривать этические преступки, не являющиеся правонарушениями. Кодекс этики не учитывается в трудовом соглашении, в нем не определяется система наказаний за нарушение той или иной конкретной нормы – принятие или непринятие профессиональных принципов поведения является, прежде всего, личным делом каждого.

К сожалению, многие положения действующего Кодекса дублируют статьи закона «О средствах массовой информации».

Из приведённой ниже таблицы видно, что текстуально одни и те же нормы и обладают и не обладают административной силой, поскольку их можно рассматривать и как правовые, так и этические.

Таблица

	Закон «О средствах массовой информации»	Кодекс этики российского журналиста
	<i>Правовые нормы – обладают административной силой:</i>	<i>Этические нормы – не обладают административной силой:</i>
1.	Журналист обязан проверять <i>достоверность</i> сообщаемой им информации (ст. 49).	Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в <i>достоверности</i> которой он убеждён...
2.	Не допускается использование прав журналиста в целях <i>скрытия</i> или фальсификации общественно значимых сведений (ст. 51).	Журналист прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было намеренным <i>скрытием</i> общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений.
3.	Запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, <i>расовой или национальной</i> принадлежности, языка, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями (ст. 51).	Журналист воздерживается от любых пренебрежительных намёков или комментариев в отношении <i>расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола...</i> Журналист противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, <i>расы, языка, религии, политических убеждений или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения.</i>
4.	Если редакция СМИ не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана <i>опровергнуть</i> их в том же средстве массовой информации (ст. 43).	Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан <u>исправить</u> свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала.
5.	Журналист обязан сохранять <i>конфиденциальность</i> информации и (или) ее источника (ст. 49).	Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении источника информации, полученную <i>конфиденциальным</i> путем.
6.	Не допускается использование прав журналиста в целях сбора информации в пользу <i>постороннего лица</i> или организации, не являющейся средством массовой информации (ст. 51).	Журналист не должен использовать в личных интересах или <i>интересах близких ему людей</i> конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.

7.	<p>Журналист имеет право <i>снять свою подпись</i> под сообщением или материалом, содержание которого было искажено в процессе редакционной подготовки (ст. 47).</p>	<p>Никто не вправе запретить журналисту <i>снять свою подпись</i> под сообщением или суждением, которое хотя бы частично искажено против его воли.</p>
----	--	--

Кодекс этики, состоящий из десяти статей, содержит очень мало норм, которые отличались бы от правовых требований закона «О средствах массовой информации».

Так, декларируются несовместимость статуса журналиста с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также запрет журналисту заниматься рекламной деятельностью. Но здесь другая проблема: подобные декларации никогда не выполнялись и не выполняются. Разве журналисты, ставшими депутатами, не продолжают работать в редакциях СМИ? К примеру, член Совета Федерации Алексей Пиманов не только готовит телепередачи, но и назначен руководителем телеканала «Звезда». Разве мы не видим на телеэкране, как телеведущие рекламируют товары и услуги разных фирм?

В последнее время много говорят о необходимости принятия как нового закона «О средствах массовой информации», так и Кодекса этики российского журналиста. Участники дискуссий предлагают целый ряд положений, которых нет в действующем Законе. Многие из них связаны с экономическими проблемами: нужны правовые гарантии экономической самостоятельности изданий; независимости от местных властей, влияющих на редакционную политику через механизм дотаций; положения о финансовой базе СМИ, об экономических основах права при приватизации зданий, участков, дифференцированных налоговых льготах. Предлагается ввести ответственность СМИ за ложную информацию, особенно, если она чревата негативными последствиями; применять санкции к лицам, безосновательно затевающих по отношению к СМИ судебные тяжбы; установить статус неприкосновенности журналиста (подобно депутатской) и статус собственника СМИ (сейчас человек, вкладывающий в создание газеты не мало личных сбережений, по закону только учредитель).

А новый Кодекс этики российского журналиста необходимо избавить от положений, повторяющих нормы закона «О средствах массовой информации».

В кодексах прессы западных стран предусмотрены такие понятия, как честность и справедливость, обязанность знать мнение объекта любого критического материала перед публикацией и предоставить возможность ответить на нее, запрет на использование нечестных средств получения информации, на предрешение вины обвиняемого, необходимость публикации известий об оправдании того, о ком ранее сообщалось как о правонарушителе. Финский ученый Ларс Бруун в изданном еще в 1979 г. Международной организацией журналистов сборнике «Professional Codex in Journalism» опубликовал результаты анализа 59 журналистских кодексов. Вот некоторые данные из этого обзора:

- требование правдивого и честного распространения новостей имеется в 53 из 59 разобранных кодексов;
- использование журналистом своего общественного положения для извлечения личной выгоды осуждается в 37 кодексах;
- о недопустимости plagiarismа, клеветы, оскорблений говорится в 33 кодексах;
- ответственность за ущерб, который может быть нанесен престижу корпорации дурным поведением ее членов, декларируется в 27 кодексах;
- недопустимость скрытой рекламы осуждается в 26 кодексах;
- необходимость соблюдать различие между новостью и комментарием подчеркивается в 13 кодексах;
- заголовки должны строго соответствовать содержанию статей – это требование указывается в 9 кодексах [2, с. 283–284].

Анализ этих и других международных документов, рассмотрение правовых и этических коллизий в практике российских журналистов, учёт современных реалий в деятельности редакций отечественных СМИ помогли бы в разработке новых редакций закона «О средствах массовой информации» и Кодекса этики российского журналиста. Цель этого весьма актуальна: усилить ответственность

работников СМИ; побудить их всегда быть правдивыми и корректными в обращениях к массовой аудитории, энергичными в стремлении обеспечить духовную консолидацию людей; быть постоянно нацеленными на конструктивный диалог; уметь толково распорядиться неоценимым потенциалом печатной строки, телевизионного кадра, звучащего радиослова во имя здравого смысла во благо идеалов социальной справедливости, ориентации на подлинные нужды всех слоев населения.

Список литературы

1. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации. – М., 2004.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. 7-е изд. – М.: «КноРус», 2015. – 492 с.
3. Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации: Учебник, 2-е изд. – М.: «КноРус», 2014. – 464 с.
4. Ворошилов В.В. Право и этика в журналистике: Курс лекций. – СПб., 2004. – 160 с.
5. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учеб. пособ. – М., 2006.
6. Корконосенко С.Г. Право и этика СМИ: Учеб. пособ. – СПб., 1999.