

Ворошилов Валентин Васильевич

канд. филол. наук, доцент, профессор

Верченова Евгения Олеговна

магистрант

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ЖУРНАЛИСТ И ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ: ПРОБЛЕМЫ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация: в данной статье рассматривается проблема отношений между журналистом и пресс-секретарем организации (государственной, коммерческой, общественной), вызываемая попытками по-разному интерпретировать информацию, сообщаемую массовой аудитории.

Ключевые слова: аккредитация, аудитория, коммуникация, пресс-служба, редакция, этика, право на ответ, информационный пакет.

Два игрока на коммуникационном поле: журналист и пресс-секретарь как ключевая фигура пресс-службы организации (политической или общественной, коммерческой или некоммерческой). Пресс-секретарь своей работой реализует три функции: информационную (встречи с журналистами), общественно-политическую (искусство комментирования новостей) и управленческую (включенность в обратную связь общения руководства организации и общественности). Задачи журналиста – объективность, оперативность, достоверность, информационная достаточность (в освещении или комментировании события).

Пресс-секретарь должен уметь работать с журналистами, своевременно сообщать им точную, важную для общества информацию, быть корректным и открытым при общении с сотрудником СМИ.

Теоретически у всех общая цель – предоставлять массовой аудитории правдивую и объективную информацию. Но подходы к поиску информации, ее интерпретации, отбору фактов – разные. Пресс-секретарь во имя авторитета своей организации, роста ее имиджа заинтересован в том, чтобы просчеты и упущения

коллектива не стали достоянием гласности. А журналист стремится раскрыть проблемы и недостатки, полагая, что критика принесет организации больше пользы, чем информирование только об ее успехах. Не просто летописец, а аналитик, прежде всего – в этом видят свое призвание многие работники СМИ, полагая, что журналист-критик популярнее репортера.

Из-за несовпадения понимания тактических задач и возникают сложности между игроками. Журналист недоволен, что пресс-секретарь порой стремится приукрашивать происходящие события, пытается контролировать доступ сотрудника СМИ к новостям; намерен прямо и косвенно подкупить журналиста для публикации определенным образом представленных материалов; бесплатно под видом новостей давать рекламу. У пресс-секретаря свои претензии к журналистам: последние, дескать, воспринимают паблисити только как средство и возможность делать деньги; журналисты не желают воспринимать информацию без раскрытия её источника [1].

Общение обычно идет по трем направлениям: личные контакты (телефонные переговоры, встречи, интервью); использование информационного пакета (подготовка пресс-релизов и бэкграундеров, статей и комментариев, медиа-китов и кейс-историй – всего 34 жанра); пресс-конференции и брифинги.

Трения возникают порой уже на ранней стадии знакомства – при аккредитации. Организация часто разрабатывает положение об аккредитации, ограничивая представительство двумя журналистами от одной редакции, а Закон «О средствах массовой информации» таких ограничений не устанавливает. Тот же закон (ст. 48) не позволяет лишать журналиста аккредитации не иначе, как по решению суда, вступившего в законную силу. Но можно привести немало примеров, когда эта правовая норма игнорируется [2]. Нарушается порой и алгоритм ответа пресс-секретаря на запрос редакции СМИ об информации. Отвечать следует в течение семи дней, а ответ об отказе или отсрочке в предоставлении информации редакция должна получить не позднее трех дней после запроса.

С другой стороны, и редакция часто не торопиться опубликовать комментарий или реплику пресс-секретаря, если в статье об организации в чем-то ущемлены её интересы. Это предписано статьёй 46 «Право на ответ» закона «О средствах массовой информации». Отказ редакции опубликовать ответ вынуждает пресс-секретаря обратиться в Гражданский суд по статье 150 («Нематериальные блага» – деловая репутация, честь и достоинство) с требованием опровержения и выплаты материальной компенсации за причинение морального вреда.

Отношения осложняет отсутствие (до сих пор!) правовых документов, регламентирующих работу пресс-служб и пресс-секретаря в связке с журналистом. Закон «О средствах массовой информации» определяет права и обязанности журналиста, особенности его взаимосвязей с социальными институтами. Однако в нём нет раздела, посвященного public relations. Правда, в другом – федеральном – законе «О порядке освещения деятельности государственных органов власти в государственных СМИ» упоминается об одной из граней работы пресс-службы высших властных структур: каждое мероприятие с участием Президента России должно записываться на видео и аудио, записи следует хранить без ограничения времени и предоставлять журналисту для использования с целью получения дохода (при этом ссылаясь на пресс-секретаря или пресс-службу не нужно).

Но есть Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, принятая Российской ассоциацией PR в 1994 году. Основой для ее разработки послужили этические кодексы международных сообществ PR: ИПРА (1959 г.), Афинский (1965 г.), Лиссабонский (1978 г.), Римская хартия (1991 г.). К сожалению, все эти документы не обладают административной силой, принятие или непринятие профессиональных принципов поведения является, прежде всего, личным делом каждого.

... Два игрока на коммуникационном поле. Ради общего дела они призваны быть единомышленниками, работать в унисон. Добиться эффективности их отношений будет легче с помощью правовой базы, которую следует разработать.

Список литературы

1. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба: Учебник. – М.: КноРус, 2016. – С. 99–109.
2. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. – 7-е изд. – М.: КноРус, 2015. – С. 297–301.
3. Четвериков Н.В. Современная пресс-служба: Учеб. пособ. – М.: Аспект-Пресс, 2010.