

**Борис
Лозовский**

**ЖУРНАЛИСТИКА:
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
СТАНДАРТЫ**

ББК 76
Л 724

Л 724 Лозовский Борис Николаевич

Журналистика : профессиональные стандарты. —
Екатеринбург, 2007. — 93 с.

ББК 76

Журналист — земледелец, садовник, винодел, мореход.

*Журналист — проповедник, звонарь, плакальщик,
столоначальник и поэт.*

*Журналист — прожектор, художник, сборщик
благотворительных пожертвований, друг человечества,
нянька, посредник и швейцар мира.*

*Журналист — общественный контролер, дипломат,
адвокат, судья, «отец города», депутат, оратор.*

*Он — врач, сиделка, спаситель, санитар, гипнотизер,
аптекарь, повар.*

*Журналист — полицейский, общественный обвинитель,
страж целомудрия, цензор нравов, спортсмен, атлет,
велосипедист, охотник, корреспондент, справочное
бюро, артист, музыкант в теории и практике.*

*При всем том журналист — писатель, даже ученый,
биограф, профессор и домашний учитель. Часто
журналист представляет собой храброго солдата,
так как он, хотя и не револьвером и мечом, но не менее
слабым орудием — талантливым пером отстаивает
принципы правды и истины.*

*Журналист — алхимик, который из бумаги делает
золото, а из золота бумагу.*

Лемке М. Думы журналиста.

СПб.: Изд-во М. В. Пирожкова, 1903. С. 68–69.

ЖУРНАЛИСТИКА КАК ТАКОВАЯ

Разговоры об идентификации журналистики как профессии, ее очищении от всего того, что журналистикой не является, о «вымывании» ее из текущей практики средств массовой информации, об ее «эрозии» и, естественно, далее — о необходимости «спасения» этого замечательного ремесла, — уже изрядно набили оскомину исследовательской части профессионального цеха, а работающих в отрасли, похоже, не занимают по умолчанию.

Нельзя, однако, не признать того факта, что новые информационные технологии, оказавшиеся в арсенале медиатружеников, иные методы сбора, обработки и обмена сведениями, идеями, мнениями с практически безмерной аудиторией (хочет этого кто-то или нет), меняют цели средств массовой информации. К тому же повсеместно растущая экономическая и политическая зависимость медиа-менеджмента добавляет аргументов в пользу пересмотра роли СМИ в общественно-политических практиках. Но меняется ли при этом журналистика или исчезает вовсе? — вопрос пока остается без внятного ответа. Хочется вслед за Дэвидом Рэндалом повторить: есть только *хорошая* и *плохая* журналистика, но

подобная типология требует более пространной рефлексии. Да и потом, тут же немедленно появляется иная проблема: кто будет выполнять роль арбитров? Современные медиа-менеджеры, забота которых только в том, чтобы продать информационный продукт повыгоднее? Авторы типа Максима Соколова, раз в неделю высказывающегося по любому поводу — от транспорта газа через Украину, до журналистского образования? Преподаватели журфаков, среди которых согласия нет по многим принципиальным вопросам бытия журналистики и средств массовой информации? Депутаты Государственной Думы, чьи потоги на ниве контроля за прессой уже ничего, кроме сарказма не вызывают? Специфика цеха, помимо прочего, в том и состоит, что авторитетов почти не стало. Впрочем, важно не *кто*, а *что* и *как* судится.

Сколько журналистики в современных СМИ

На фестивале в Дагомысе «Вся Россия — 2005» прозвучала, но почему-то оказалась не отрефлексированной собравшимся праздным сообществом цифра: в сегодняшних российских СМИ осталось лишь *четыре процента* настоящей, профессиональной журналистики. Остальные девяносто шесть процентов содержания, стало быть, к таковой не относится. Правда, ответов на вопросы: кто подсчитывал, по какой методике, с какой выборкой? — найти не удалось. А задача понять — действительно ли журналистика «выталкивается» из масс-медиа, и как этот процесс может выглядеть в количественном выражении, — отнюдь и далеко не из тривиальных. Причем главная трудность заключается, как ни странно, в простом, непротиворечивом, конвенциональном определении того, что, собственно, являет собой *журналистика* как таковая.

На реплику автора по поводу передачи «Окна»: «Это ведь не журналистика!» — Олег Ракович, генеральный директор телекомпании АТН в Екатеринбурге ответил:

— Да. Но подается так, как будто это журналистский материал, т. е. действуют реальные герои, говорят правду, представляют разные точки зрения, минимум вмешательства ведущего в оценочную канву... При этом все срежиссировано от начала до конца.

В этом, собственно, и главная неприятность от такого рода передач. Под видом журналистского материала проталкивается entertainment-заготовка, равно как с маркой того же публике предлагается реклама, пропаганда и прочая, прочая...

Положение усугубляется еще и тем обстоятельством, что понятие «журналистика» получает все большие расширения. На сегодняшний день преимущественно, правда, на Западе, и, точнее, в США так называемая «общественная» журналистика оснащается монографическими обоснованиями. В сетях активно обсуждается *гражданская* или «*блогерская*» журналистика, когда владелец персонального компьютера с помощью нехитрых манипуляций запускает свою информацию в мировую паутину (о качестве и достоверности — другая тема). Эпитет «*корпоративная*», при кажущейся его уместности в обозначении определенного типа СМИ, радикально меняет суть определяемого существительного. Точно так же, как и запущенный в оборот Виталием Третьяковым такой, прости, Господи, симулякр, как «*играющая*» журналистика. В ходу «*потребительская*», «*женская*», «*деловая*» etc. Да чего там, понятие «*ангажированная*» журналистика постепенно теряет свои отрицательные коннотации в сознании медийного сообщества. В том же октябрьском 2005-го Дагомьсе журналист из Нижнего Тагила Свердловской области, выступая на

Конгрессе под романтическим названием «От нравственности профессии — к нравственности общества», произнес фразу, которая привела в ступор наиболее здравую часть собравшихся. Он сказал: «Власти и олигархи делают Родину богаче, поэтому с ними нужно отлаживать коммуникации». Полчища фактов свидетельствуют о несоответствии действительности первой части умозаключения, и потому делают чрезвычайно сомнительной вторую. Заявление вызвало шум в зале, но по его регистру трудно было разобрать: осуждение это, недоумение или одобрение.

На июльской конференции 2004-го «Проблемы образования в области журналистики» в подмосковном Голицыно, где был затеян Круглый стол «Практики contra Ученые», Президент «Автордио» Александр Варин выразился так, что было понятно: в штатном расписании у них слова *журналист* нет, однако список требуемых работников был готов представить. Слышать это было почти прискорбно, но на фоне многочисленных терминологических замещений, проистекающих в современной медийной практике, это уже не кажется бредом. Достаточно сказать, что привычный термин *аудитория* начинает исчезать в лексике медийных менеджеров, вместо него появляется... *клиентская база*.

Все подобные эрзацы, как и количественный рост изданий, каналов и станций в России, выступают (позволительно сделать осторожное предположение) следствием мутаций, происходящих с журналистикой в СМИ конца двадцатого и начала двадцать первого столетий.

Круглый стол «Место журналистики в современных средствах массовой информации», проведенный на факультете журналистики Уральского университета в марте 2005-го, не вполне справился с задачей — отыскать и определить нынеш-

ний статус ремесла, в сравнении со всем тем, на что тратят рабочее время служители медийной музыки. Богатая мысль о «смерти» журналистики вызвала, конечно, специальные эмоции диспутантов, но не получила подтверждения.

В то же время сама проблема отделения журналистики от смежных практик не становится от этого менее актуальной. Более того, квалифицированное решение этой непростой научно-практической задачи полезно всем: медийным менеджерам, работникам СМИ, аналитикам, преподавателям журфаков, студентам и даже, не побоюсь этого слова, — политтехнологам. Последние весьма ловко используют в своих целях профессиональную неопределенность и функциональную неразбериху в журналистском цехе. Достаточно прочесть непомерно большое предисловие одного из них — Сергея Маркова — к книге Виталия Третьякова «Как стать знаменитым журналистом» (М., 2004). Там журналистика просто вычеркивается из контекста общественно-политической жизни, «благодаря» батыйскому нашествию пиара, политической рекламы и различных технологий воздействия на сознание публики.

Появление и развитие журналистики — следствие общественного разделения труда, что наделяет ее специфическими функциями и целями. Однако под журналистикой сегодня подразумевают что угодно. Неоправданная синонимизация, когда средства массовой информации, масс-медиа, массовая коммуникация, журналистика — одно и то же, приводит к нескольким озадачивающим и досадным следствиям.

Во-первых, все, что в СМИ не обозначено специальным маркером, указывающим на рекламный характер текста, а также за минусом объявлений и прогноза погоды, несправедливо считается журналистикой. А именно: тексты, подготовленные

пресс-службами, заказные публикации и сюжеты, рекламные материалы под видом журналистских, советы по засолке огурцов и подготовке автомобиля к зиме, рассказы о внутреннем убранстве жилищ знаменитостей и сильных мира сего, информационное сопровождение мероприятий, список не имеет окончания.

Во-вторых, теряет свою профессиональную эксклюзивность само это занятие. «Мы, представители средств массовой информации, специалисты по PR и политическому консультированию Уральского федерального округа, поддерживая усилия Президента Российской Федерации, его полномочного представителя в Уральском федеральном округе по обеспечению верховенства закона во всех сферах жизни...» — цитата из текста под названием «Хартия честной журналистики», принятой группой названных специалистов. Почему-то «честной» обязывается быть только журналистика, тогда как среди подписавших документ есть и другие мастера.

В-третьих, смешение понятий облегчает поиск ответственного за дисфункциональные последствия опубликованного, показанного и произнесенного в эфире. «Общественный совет при Палате Представителей Законодательного Собрания Свердловской области по рассмотрению обращений граждан, связанных с негативным воздействием средств массовой информации на психическое здоровье детей и подростков» на одном из заседаний все же изъял из своего названия «средства массовой информации», приняв замечание от журналистского цеха о том, что отнюдь не только СМИ дурно влияют на детей. Шоу-бизнес, тексты группы «Ленинград», компьютерные игры, видеофильмы, наружная реклама — список можно продолжать до бесконечности — вносят свой вклад, говоря депутатским языком, в «растление» малолетних.

Наконец, в-четвертых, выпускник факультета журналистики получает довольно-таки эклектичное представление о функциях журналистики, основанное на опыте общения с разными СМИ, а не точное и дифференцированное знание.

Правила виноделов

Поэтому одна из нетривиальных задач для преподавателей профессиональных журналистских дисциплин сводится к терминологической «зачистке». Хотя, на самом деле, важны не слова и не термины сами по себе, а опыт и практика, которые они отражают, выражают, обобщают.

Цельный отряд исследователей СМИ и журналистики уже проделал значительную часть этой работы¹. Однако остались еще не вполне обработанные участки, главный из них — журналистика как таковая. Последняя понимается как часть *социальной системы, особый социальный институт, система видов деятельности, совокупность профессий, система произведений, комплекс каналов передачи информации*. И все, так сказать, в одной корзине.

Справедливости ради следует вспомнить не единичные попытки отделить, например, информационный материал от рекламного, что само по себе означало бы обретение журналистикой самостоятельного профессионального статуса. Так для рабочей группы Свердловской областной избирательной комиссии был подготовлен несколько лет назад набор критериев, позволяющих отличать журналистские тексты от агита-

¹ Свитич Л. Г. Феномен журнализма. М., 2000; Казаков Ю. В. На пути к профессионально правильному. Российский медиа-этнос на пути к профессионально правильному. М., 2001; Корконосенко С. Г. Преподаем журналистику. СПб., 2004; Прохоров Е. П. Исследуя журналистику. М., 2005; Современная журналистика. Дискурс профессиональной культуры / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2005; Шостак М. И. Репортер. Профессионализм и этика. М., 1999 и др.

ционных². А в Свердловском территориальном антимонопольном управлении до сих пор используются методические указания, подготовленные автором совместно с И. Мишиным и Г. Щепиловой, о том, как отделить журналистский материал от рекламного.

Владимир Тулупов пошел дальше и разработал схему, где развел журналистские, «пиаровские» и рекламные материалы по функциям, целям, формам и т. п.³

Американцы Билл Ковач и Том Розенстил, озаботившись дрейфом журналистики в сторону «пиара» и рекламы, провели огромную по объему использованного эмпирического материала работу. Они решили определить, что такое журналистика, не штудирова монбланы монографий и учебников, а исследуя все, что происходит на самом деле внутри профессионального цеха, что сами журналисты вкладывают в понятие *журналистика*, чем отличается это занятие от других, рядом положенных. «Мы, — пишут они, — провели 21 публичный форум, которые посетили 3 000 людей, и на которых выступили более 300 журналистов. Мы сотрудничали с группой университетских исследователей, которые провели более ста интервью с журналистами, каждое длилось три с половиной часа, на тему их принципов. Мы провели два опроса журналистов на тему их принципов, с полдюжины обследований процесса сбора и подачи новостей. Мы изучали биографии тех журналистов, с которыми имели дело»⁴. В результате были сформулированы девять принципов журналистики:

² См.: Лозовский Б. Н. Журналистика : техника безопасности. Тюмень, 2004.

³ Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты. Воронеж, 2000. С. 159–160.

⁴ Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. М., 2004. С. 7–8.

1. Первое обязательство журналистики — это говорить правду.
2. Самый главный союзник журналистики — это граждане, которым она служит.
3. Сущность журналистики заключается в тщательной проверке фактов.
4. Журналисты должны сохранять независимость от тех, чью деятельность они освещают.
5. Журналистика должна выступать в качестве независимого наблюдателя за властью.
6. Она должна стать дискуссионной площадкой для общественной критики и достижения компромисса.
7. Она должна стараться сделать важное интересным и значимым.
8. Новости должны быть понятными и соразмерными.
9. Журналисты должны иметь право действовать так, как подсказывает им совесть⁵.

Другой способ определения составляющих профессию основных элементов презентовала финская аспирантка Тина Лайтила. Она подвергла анализу 31 кодекс, принятый или ассоциациями журналистов, или другими медиа-организациями европейских стран. В результате на первом месте по частоте повторяемости (из шести десятков базовых положений) оказались вопросы ответственности журналистов перед общественностью, а также перед источниками информации. Таким образом, условный «всеевропейский» кодекс включал бы в себя:

1. Правдивость в сборе и передаче информации.
2. Свободу выражения и комментариев; защиту этих прав.

⁵ Ковач Б., Розенстил Т. Элементы журналистики. М., 2004. С. 8–9.

3. Равенство, подразумевающее отсутствие какой-либо дискриминации кого-либо на основе расовых или этнических соображений, религиозных взглядов, пола, социальной принадлежности, профессии, физических или каких-либо других особенностей.
4. Честность в методах сбора информации.
5. Уважение к источникам информации, авторскому праву и цитируемому тексту.
6. Независимость и право противостоять нажиму (включая взятки); право следовать велению совести⁶.

«Правила сочиняет тот, кто здесь не живет» — было написано на листке бумаги в бараке, где жили сборщики фруктов в известном американском фильме «Правила виноделов». В составлении кодексов, разумеется, принимают участие далеко не все представители цеха той или иной страны. Более того, сформулированные положения, как правило, становятся внутренними установками отнюдь не всех журналистов. Тем не менее, следует сделать вполне приемлемое допущение: составители исходили из точного представления о формирующихся в профессиональном цехе той или иной страны тенденций.

На факультете журналистики УрГУ студенты первых курсов, готовя рефераты по «Введению в специальность», взяли более тысячи интервью у журналистов, редакторов, медиаменеджеров. Наиболее часто повторявшийся вопрос: *что является собой современная журналистика, каковы ее место и роль в общественной жизни?* Содержание ответов опрошенных в Среднеуральском регионе России поразительно сходно с выводами американских и финской исследователей.

⁶ Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. М. : Стратегия, 2004. С. 27–28.

Правда, есть некоторые особенности. В интервью, не предназначенных к публикации (об этом источники заранее предупреждались), собеседники оказывались более раскованными перед студентами, многие ощущали себя педагогами, мэтрами, в их суждениях сквозили нередко наставительность, менторство, желание учить профессии. А это обстоятельство заставляло говорить о ее высоких ценностях, эксклюзивности, ориентации на интересы аудитории и общественности. Интервьюируемые говорили об идеальных (желаемых) вариантах поведения журналистов, т. к. при этом осознавали, что экономическое положение большинства СМИ не позволяют реализовать их в полной мере.

— Да, журналистика должна рассказывать правду, но вы же понимаете, что она не всех устраивает, — одно из типичных суждений. В разряд «не всех» попадают отнюдь не только собственники и власть, но и аудитория, заложниками которой оказываются некоторые СМИ.

Потому, вероятно, в российской профессиональной среде набор ценностей и принципов, существующих в сознании журналистов, бывает, не вполне совпадает с ценностями, адресуемыми аудитории. Это есть своего рода медийный вариант тезиса «среда заела», тот случай, когда практика побеждает идеологию. Этот даже не лицемерие, а не обсуждаемые публично правила игры на информационном поле. Именно игры, а не общественно значимого занятия — журналистики. Чего стоит только суждение одного редактора из интервью студенту: «Мастерство журналиста – так вкусно подать материал, чтобы никто и не заметил его заказной характер». Однако журналистика здесь не при чем. Хотя персону, выполняющую такое задание, ни на минуту не перестает осознавать себя

журналистом. А вот в этом-то и заключается самая вредная для существования профессии «многогранность».

В самом конце XX века главные редакторы региональных газет, Большое жюри Союза журналистов России, Фонд защиты гласности и Гильдия судебных репортеров, сознавая опасность вовлечения СМИ в процессы коррупции, обязались стремиться к соблюдению определенных журналистских стандартов. Договорились о шести:

1) информационное сообщение о конкретном событии может основываться на личном участии или информации отдельного журналиста;

2) сообщение об отдельном факте, если журналист не был свидетелем, не может основываться на «источнике, пожелавшем остаться неизвестным», такая информация допускается в более широком контексте статьи, если она в целом основывается на иных убедительных доказательствах;

3) любое интервью, в том числе как фрагмент более широкого текста, должно быть согласовано с давшим его лицом;

4) публикация в жанре (или под рубрикой) журналистского расследования не могут основываться на единственном источнике информации;

5) при работе в острых критических жанрах точка зрения «второй стороны» должна быть представлена обязательно;

6) политики, бизнесмены и другие публичные лица, которые становятся объектом критики, должны ставиться в известность о подготовке публикации, как правило, заранее, если это не ставит под непосредственную угрозу сам выход публикации в свет⁷.

Таким образом, в профессиональной среде существуют вполне устойчивые представления о должном в *журналистском* ремесле.

⁷ Профессиональная этика журналиста : док. и справ. материалы / сост. Ю. В. Казаков. — М., 2002. С. 229–230.

В то же время тексты средств массовой информации, говоря математическим языком, есть производное функций ряда субъектов. Другими словами, продукт СМИ (именно так любят называть публикации и программы современные медиаменеджеры) есть результат учета (выражения, защиты, продвижения, обозначения, анализа, прогнозирования, реализации) взаимодействия интересов (требований):

- 1) учредителя, собственника;
- 2) средства массовой информации как предприятия, занимающегося извлечением прибыли;
- 3) рекламодателя (спонсора);
- 4) государственных структур, политических организаций, общественных объединений;
- 5) редакционного менеджмента;
- 6) профессиональной корпорации;
- 7) аудитории;
- 8) журналиста.

Все из этого списка могут предъявлять к работе журналиста или отдельным его материалам свои прямые или опосредованные требования. Поэтому один из уральских редакторов вывел формулу: работа современного журналиста представляет собой **«свободный выбор несвободы»**.

Свобода — это глупость. Свободны от чего? От зарплаты, журналистской этики, внутриредакционных принципов, дружеских отношений, в том числе и с героями своих текстов? Все это наши кандалы. Но родные кандалы. Мы научились с ними жить настолько, насколько человек умеет жить с собственным носом, руками, мозгом. Это все естественно. Абсолютно свободным человек может быть на унитазе. Да и тут, если быть до конца честным, его кое-что ограничивает. Вопрос ставить надо о профессионализме, а не о свободе, мой юный друг.

Из интервью руководителя информационного агентства.

Игнорирование любого из обозначенных субъектов рано или поздно приводят к коллизиям различной степени остроты. Преимущественное представление интересов одного из них ущемляет других. Разумное и сбалансированное удовлетворение всех (что является собой едва ли не разрешимую задачу) способно привести к удовлетворению *общего* интереса, т. е. всех участвующих в потреблении СМИ. При этом, пожалуй, возможно синонимировать используемый в теории и практике журналистики термин *общественный интерес* именно *общим*. Иными словами, темы, события, явления, факты, вопросы, о которых пишет журналист, заботят, раздражают, беспокоят, радуют, интересуют *большинство* населения данного региона, где распространяется конкретное СМИ.

Редактор газеты из Нефтеюганска так и сказала: «*Журналист обязан всегда помнить, что он работает на общественный интерес*». Иной вариант в ответе еще одного редактора: «*Я работаю для того, чтобы жизнь горожан сегодня была хотя бы немного лучше, чем вчера*».

Существует список универсальных ценностей и норм Вермелена⁸, где представлен набор тем и вопросов, имеющих общечеловеческий характер, а именно: *правовая защита, демократия, честность, участие, прозрачность и открытость работы государственного сектора, правовая и политическая подотчетность, участие в хозяйственной и политической деятельности, укрепление внутренней и внешней безопасности, равенство перед законом, непрерывность законов, социальная справедливость, равное отношение, качество, эластичность в приспособлении к изменениям в потребностях и условиях, доверие, пропорциональность, плюрализм, конкуренция, общий (общественный) интерес*.

⁸ Политико-административные отношения. Кто стоит у власти? М., 2001. С. 469.

Не трудно придти к выводу: все перечисленное представляет собой список постоянных тем для журналистских разработок в виде газетных статей, теле- или радиопрограмм.

Борис Киршин против Карла Маркса

Предприятие в поселке Вишневогорск Челябинской области производит шпат, продукт пользуется широким и стабильным спросом в стекольной промышленности России и зарубежья. Работа фабрики обеспечивает доходы (удовлетворяет интересы собственников), а также занятых в производстве рабочих, т. к. они получают заработную плату. Но производство сопровождается выбросом в атмосферу огромного количества белесоватой пыли, дурно воздействующей на окружающую природу, здоровье населения поселка, его внешний вид. Следовательно, работа предприятия удовлетворяет небольшую группу людей — владельцев и занятых на нем рабочих. Тогда как интересы оставшегося большинства населения ущемлены. Возможно ли согласование интересов? Вероятно, да. С установлением пылепоглощающего оборудования. В результате чего доходы и прибыль уменьшатся, т. к. процедура фильтрования потребует дополнительных вложений, а установленные фильтры, в свою очередь, снизят производительность и далее — рентабельность. Стало быть, достижение общего интереса — нормальной экологической обстановки — потребует ущемления интересов одной стороны и удовлетворения другой. Речь идет, таким образом, о *балансе интересов*.

Современная практика подтверждает тот факт, что соблюдение баланса информационных интересов в конкретной статье, редакционной политике в целом и есть специфика журналистской профессии.

Пятиразовая газета «Тюменские известия» учреждена тремя представительными органами: Ямало-Ненецкой, Ханты-Мансийской окружными и Тюменской областной думами. Значительная часть рабочего времени главного редактора Владимира Кузнецова уходит на приведение содержания издания в соответствие с информационными потребностями нескольких учредителей плюс с уже известным (см. выше) списком субъектов влияния на контент.

В 2003 году газета «Челябинский рабочий» подробно рассказывала о конфликте акционеров ОАО «Карабашский медеплавильный комбинат» — Кыштымского медеэлектролитного завода (КМЭЗ) и Уральской горно-металлургической компании (УГМК) — Екатеринбург. При этом авторы публикаций стремились к максимальной объективности, не поддерживая ни одну из конфликтующих сторон. Тем не менее, у читателей сложилось впечатление, что издание отстаивает интересы карабашцев. «Произошло это потому, — объясняет главный редактор Борис Киршин, — что руководители УГМК были менее доступны для челябинских журналистов, а кыштымцы, наоборот, демонстрировали готовность к сотрудничеству с прессой и максимальную открытость. Естественно, их точка зрения была шире представлена на страницах газеты. Стремясь добиться *баланса* (курсив мой — *Б. Л.*) позиций, «Челябинский рабочий» опубликовал полосный материал «Лица УГМК», подробно и объективно представляющий аргументы руководителей этой компании. На вопросы газеты ответил президент УГМК И. Махмудов, который обычно не дает интервью российской прессе. И все равно ей не удалось уберечься от подозрений в односторонности. Вывод: тактика, при которой газета сегодня дает одну точку зрения на актуальную проблематику, а завтра другую, для

независимого издания непродуктивна. Принципиально важно, особенно при освещении конфликтов, обеспечить баланс различных позиций в рамках каждой публикации»⁹.

Примечательно, что еще в середине XIX века один из отцов-основателей коммунизма Карл Маркс, защищая мозельского корреспондента от обвинений в извращении фактов и клевете на правительство, обнаружил эту специфическую сторону журналистского дела. «...Газетный корреспондент...вовсе не обязан в любое время быть готовым к тому, чтобы дать исчерпывающее и мотивированное изложение, касающееся всех обстоятельств дела, всех поводов и источников. Не говоря уже о том, что такая работа потребовала бы много времени и средств...»¹⁰. К счастью, жизнь правит классические максимы. В том же «Челябинском рабочем» уже несколько лет культивируется «командный» стиль работы репортеров, когда группа журналистов собирает сведения из разных источников, затем коллективно «сколачивается» материал, отвечающий на все в данный момент важные для аудитории вопросы.

С другой стороны, а разве цитаты из решений ЦК КПСС по экономическим проблемам в блистательных статьях Анатолия Аграновского не есть в одно и то же время учет интересов собственника, сбалансированное представление темы с разных сторон, но и условие выхода материала в свет? Чего только стоит одна из его ремарок: «Вновь мы подтвердили сегодня старую истину: то, что противоречит идее социализма, то, что идет вразрез с линией партии, — то и практически вредно»¹¹.

⁹ Кишин Б. Н. Новый профессионализм независимой прессы // Современная журналистика. Дискурс профессиональной культуры / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2005. С. 110–111.

¹⁰ Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 1. М., 1955. С. 188.

¹¹ Аграновский А. А. Своего дела мастер : заметки писателя. М., 1980. С. 215.

А разве не потребность в сбалансированной подаче информации объясняет заявление главного редактора радиостанции «Эхо Москвы» Алексея Венедиктова о том, что журналист при подготовке материала должен быть абсолютно свободен, его задача — принести все факты, имеющие отношение к событию. Дело редактора — определить: в каком виде этот сюжет пойдет в эфир.

А разве официальный отказ руководства еженедельника Newsweek от опубликованной статьи по поводу нарушений прав заключенных на базе Гуантанамо (там, со ссылкой на анонимный источник, был описан случай, когда тюремщики, издеваясь над пленными мусльманами, выбросили в унитаз Коран, что вызвало волнения в ряде стран и привело к гибели более полутора десятков людей) не выступает признанием того, что в материале был нарушен баланс между потребностями издания и интересами внешней политики США?¹²

Поэтому учет информационных потребностей всех, кто связан с медиа, их *баланс* в конкретном материале, в позиции редакции в целом представляется специфическим, профессиональным отличием журналистики. Сумма приведенных в равной мере мнений, точек зрения, интересов в публикации, передаче, программе, в конечном итоге, и обслуживает *общественный* (общий) интерес.

Известный газетчик и столь же знакомый телеведущий Александр Архангельский: «На телевидении я говорю лично от себя гораздо меньше, чем в газетах, журналах, книгах. В качестве ведущего ток-шоу «Тем временем» я стараюсь больше слушать, потому что зрителю важнее услышать не меня, а гостей передачи. Хотя за смысл программы отвечаю, естест-

¹² <http://vip.lenta.ru/news/2005/05/17/newsweek/>

венно, я: подбираю темы, приглашаю людей... Стараюсь, чтобы в студии были представлены различные точки зрения, но чтобы в конечном итоге никто не побеждал...»¹³.

Вот это «чтобы никто не побеждал» ну просто не влезает в господствующий набор ценностей. У нас всегда уважали победителей. Но дело как раз в том и состоит, чтобы победило общее мнение, другими словами, — *общественный* интерес.

Поэтому в устоявшееся определение *журналистики как деятельности, связанной со сбором, обработкой и распространением информации*, — следовало бы добавить причастный оборот, — *представляющей общественный интерес*. А информация представляет общественный интерес тогда, когда ее распространение может повлечь существенные последствия для аудитории периодического издания, телеканала, радиостанции, а именно, когда действия кого-либо (в том числе в сфере частной жизни), способствовать (способны навредить) *благополучию, благосостоянию, безопасности большинства* аудитории конкретного СМИ. К таковой с необходимостью следует отнести: нарушения законов, перед которыми все равны; опасные для населения действия организаций и лиц; советы и рекомендации от граждан и организаций неопределенному кругу людей; деятельность должностных лиц; решения органов управления, от которых одни теряют, другие приобретают; природные процессы; массовые движения людей и др. Свидетельством того, что опубликованная информация вызвала общественный интерес, как правило, становятся отклики читателей, слушателей, зрителей в форме писем, звонков, посещений редакций; организационные последствия в виде принятых управленческими структурами

¹³ Головкин О. «Тем временем»... поговорим за жизнь // Российская газета. 2005. 25 нояб.

решений; возврат журналистов к теме, вызванной потребностями аудитории в более полной информации.

Понятие *общественного интереса* — принципиальное и необходимое условие для профессионального самоопределения журналистики. Но достаточно ли этого? Очевидно, что не хватает еще одного не менее принципиального обстоятельства.

«Чего ради?»

У врача — конечная цель — вылечить. У инженера — построить и сдать объект «под ключ». У попа — обратиться в свою веру. У рекламиста — продать¹⁴. У политтехнолога — провести «клиента» во власть или пролоббировать нужное решение. А что у журналистов? «Прокукарекать, а там хоть не рассветай»? Проинформировать, чтобы люди принимали самостоятельные решения («кто информирован, тот вооружен»)? Сообщать соответствующие действительности сведения, чтобы способствовать общественному самоуправлению? Или по классику: «Писать историю современности, и стараться писать ее так, чтобы приносить пользу там, на месте действия...», и далее: «Поменьше пышных фраз, побольше заботы о пуде угля...»? Проще всего сказать: и то, и другое, и третье, и последующее.

Нельзя сказать, что журналистская диаспора в российском обществе не озабочена поиском удовлетворительных оправданий своим усилиям на ниве информирования. Тем многочисленные интервью с работниками СМИ, проведенные студентами журфака, показывают, что хотя бы на уровне осознания, практически каждый интервьюируемый понимает необходи-

¹⁴ «Они хотят свести все ваши немотивированные действия к одному в высшей степени мотивированному — к акту покупки». См.: Бегбедер Ф. 99 франков. М., 2004. С. 52–53.

мость предвосхищения конечных результатов своего труда. Мало того, многие чувствуют: если исчезает цель, то отпадает необходимость ответа на вопрос, вынесенный в подзаголовок.

В прямом эфире, в разговоре, посвященном очередному журналистскому празднику¹⁵, интервьюер спрашивает автора:

— А что такое сегодня журналистика, по-вашему?

— Да вот такая штука, т.е. работа, которая помогает сделать жизнь людей хотя бы немного лучше, чем она была вчера.

— Ну, знаете, у вас устаревшее понятие об этом ремесле, — подытожил хозяин передачи, да тут и время окончания эфира подоспело. Как часто случается на телевидении, последнее слово осталось за ведущим, хотя правота его чрезвычайно сомнительна. Но для несогласия времени уже не было.

В то же время тенденция последних лет такова: периодические издания, например, в борьбе за сохранение и приумножение аудитории стремятся быть максимально полезными своим читателям. Поэтому сопровождают журналистские материалы справками, телефонами и адресами, куда следует обратиться за решением возникших проблем, дают советы и рекомендации (чего только стоила «кремлевская диета» от «Комсомольской правды», после ее опубликования обеды в огромном количестве учреждений на всем географическом пространстве России превращались в обмен опытом похудения). Опыт тульской «Слободы», «Челябинского рабочего» и других газет, показывает, что таким образом достигается не только цель — помочь людям, но решаются и задачи маркетинга.

А вспомним лозунг доперестроечной журналистики: «критика должна быть конструктивной». За ним скрывался от-

¹⁵ Как известно, в России пять дней в году, почти все они отмечены в календаре, так или иначе связаны с журналистикой. А именно: 13 января — День российской печати, 3 мая — Всемирный день свободы печати, 5 мая — старый День печати, 7 мая — День радио и теле-видения, 8 сентября — День международной солидарности журналистов.

нюдь не только политический заказ, но и профессиональная творческая установка: разрешить проблему, помочь, восстановить справедливость, сделать жизнь немного лучше. Екатеринбургская бесплатная «Наша газета» (тираж — 415 000 экземпляров) вынесла тезис «Жить лучше!» на отлет первой полосы, где в советских газетах размещался знаменитый императив: «Пролетарии всех стран соединяйтесь!».

Руперт Мэрдок уже предупредил, что СМИ вскоре будут похожи на фаст-фуд: люди будут на ходу смотреть новости, спортивные программы, фильмы, благодаря мобильным телефонам и портативным компьютерам. По его мнению те медиа, которые сумеют правильно выбрать новый способ доставки своего контента, достойно примут этот технологический вызов. Те же, кто будет уповать лишь на свое славное прошлое, — исчезнут¹⁶. «Комсомольская правда» уже продвигает свой «мобильный вариант», распространяя плакаты, где терпеливо объясняет, что следует предпринять для получения скидок, подарков, призов, кроссвордов и гороскопов на персональный мобильный телефон. Если не купил, конечно, газету в киоске.

Апокалиптические предсказания австралийского медиамагната, совпадающие с аналогичными предупреждениями и других медиа-экспертов, практика наиболее продвинутых изданий заставляют еще раз более пристально взглянуть на существо журналистского труда. Основное содержание последнего смещается в сторону обслуживания многочисленных интересов и потребностей аудитории. «Сервисный» удел для СМИ еще смущает, но если не расширять набор услуг и не делать их более качественными, чем у конкурентов, потребитель обратится к последним. Эта закономерность, к сожалению

¹⁶ Lenta.Ru. 15.03.2006.

нию и одновременно к счастью, универсальна. Всякий, кто ее игнорирует, рано или поздно сталкивается с неприятными последствиями в виде падения тиража и рейтинга.

Да, но ведь интересы и потребности публики читающей, слушающей и смотрящей чудовищно разнообразны, скажет оппонент, и будет прав. Тогда какие из них «обслуживать», а какие игнорировать? Чуть раньше мы уже ввели в оборот понятие *общественного интереса*, другими словами, когда определенные интересы и потребности становятся общими для значительной части аудитории, тогда они становятся предметом внимания журналистов. А появление их и актуализация происходят в момент существенных *изменений* в жизни населения. В этот момент и появляется необходимость в журналистике, которая *информирует, разъясняет (просвещает), предупреждает*, в конечном итоге помогает аудитории *адаптироваться* к этим изменениям.

А что же СМИ, коль скоро мы решили, что журналистика не равна им, а является лишь одним из их «продуктов»? А средство массовой информации, в то же время, занимается своим: изучает спрос, *информирует, развлекает, продает*, дабы обеспечить достойную жизнь всем работающим в нем гражданам.

Особо следует подчеркнуть: СМИ, как предприятие, как форма распространения информации со своими принципами и методами ее сбора, обработки и обнародования, определяет свои, специфические аспекты предлагаемого аудитории содержания в соответствии с принятым форматом.

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ

Выбор темы. Прежде чем приступить к поиску и сбору информации, журналист выбирает *тему*. Необходимость выбора ее всегда зависит, определяется и объясняется общественными потребностями, жизненными перипетиями, событиями, конфликтами, которые требуют «вмешательства» журналистов для привлечения к ним внимания общественности. «Где взять тэму? — спрашивал отнюдь не праздно редактор газеты Манасевич-Мануйлов в книге Валентина Пикуля «У последней черты». От точного определения общественно значимой (или представляющей общественный интерес) темы зависит не только профессиональный успех отдельного журналиста, но и газеты (канала) в целом. *Своя* тематика формирует и свою *аудиторию*.

Тема (от греч. $\theta\eta\mu\alpha$ — то, что положено в основу) — круг событий, образующих основу литературного произведения. С одной стороны, тема есть то, что отражено в материале, т. е. совокупность фактов, отобранных журналистом для описания, оценки, анализа. С другой стороны, тема есть то, что выражено, т. е. основная идея, мысль, объясняющая собранный и представленный в тексте

фактический материал. Темой может оказаться также: причина, по которой журналист принялся готовить публикацию; точка зрения, которую следует заявить и отстаивать; смысл публикации; центр, ядро, душа произведения. Часто тема обозначается в заголовках: «Киселев снова стал шестеркой» — об очередном решении суда по поводу московского канала TV-6; «Они сражались за родственников» — о выборах в Карачаево-Черкессии.

Что влияет на отбор фактического материала, предназначенного для осмысления и опубликования?

1. Концепция средства массовой информации, общественная миссия или представления о ней, имеющиеся в редакции.
2. Модель, формат (издания, канала, станции).
3. Специализация средства массовой информации.
4. Интересы и потребности аудитории.
5. Редакционный план работы.
6. Персональные наблюдения, вкусы, предпочтения журналиста.

Но главным образом отбор мотивируется *событиями*, которые могут вызвать *изменения* в жизни, поведении, взглядах, знаниях, информированности, опыте значительной части аудитории газеты, телеканала, радиостанции, и потому сведения о них попадают на газетные полосы и в эфир.

События, влекущие подобные изменения, и определяют *информационный повод*, т. е. обосновывают необходимость обращения к этой, а не иной теме. Например, повышение цен на бензин летом 2006 года, вызвало целый ряд аналитических публикаций в прессе по поводу места и роли нефтяных монополий в экономике страны. Введение в действие закона о монетизации льгот стало причиной появления огромного количества заметок, статей, программ в средствах массовой информации.

Источники тем:

- а) конфликты и противоречия в любой области (общественной, политической, экономической, культурной, социальной) жизни;
- б) существенные изменения в этих же сферах;
- в) персоны «на слуху», «на виду», т. е., чтобы они не делали и не говорили, они выступают в роли «нюсмейкеров», другими словами, «производящими новости»;
- г) все выделяющееся из обыденного ряда, уникальное, эксклюзивное;
- д) все, что «открывает глаза» читателям, слушателям, зрителям на доселе им неведомое или не понимаемое;
- е) календарь.

Поиск темы — одна из наиболее творческих и специфических особенностей профессии.

Анатолий Рубинов: «У журналистов есть счастливый способ постичь многие тайны окружающей действительности — писать репортажи. Но молодые коллеги нередко сетуют на то, что у них нет интересной темы, в то время как вокруг простираются неизведанные джунгли, целые материки, где таятся, ждут, когда ими заинтересуются, прекрасные истории, где живут, действуют люди, у которых еще никто не спросил, что у них новенького».

Для подготовки газетной публикации группа студентов факультета журналистики выбрала тему: «Броневая защита горожан». При этом исходили из следующего:

- а) по материалам криминальной хроники в Екатеринбурге количество квартирных краж велико;
- б) раскрываемость их весьма невысока;
- в) это обстоятельство заставляет жителей города не надеяться на правоохранительные органы, а заботиться о себе самим, в первую очередь, — устанавливать железные двери

и решетки на окна. Студенты посчитали убедительным такой информационный повод, поскольку преступность беспокоит значительное количество населения города.

После того, как тема выбрана, журналист приступает к ее *разработке*, что включает в себя: отбор источников информации и способов ее получения. Для материала по теме «Броневая защита горожан» студенты методом «мозговой атаки» посчитали нужным добраться до таких источников сведений:

владельцы квартир, поставивших и намеревающихся ставить железные двери;

организации и конторы, занимающиеся изготовлением и установкой металлических дверей;

сотрудники районных отделов внутренних дел, занимающиеся квартирными кражами;

публикации на эту и смежные темы в периодике;

магазины, где продаются различные защитные устройства, в том числе и для квартир;

«специалисты» по квартирным кражам, «домушники», правда, отыскать таких людей было признано весьма затруднительным.

Предполагаемые вопросы для выяснения: количество квартирных краж и их динамика; спасают ли от них железные двери; сколько дефицитных металлических листа и уголка в год уходит на обустройство жилья горожан; сколько денег тратит население на свою защиту; наблюдения и советы работников милиции, расследующих кражи из квартир, где были установлены железные двери. Количество вопросов для выяснения и сбора материала в действительности оказалось значительно больше.

Следует помнить о том, что, приступая к разработке выбранной темы, необходимо провести «инвентаризацию» ресурсов, а именно, ответить на вопросы:

поддержит ли замысел руководство редакции;
достаточно ли времени и возможностей у журналиста и редакции;
хватит ли опыта, умений. Но главное, — знаний предмета, потому
что «быть в теме», означает ни что иное, как:
не приходиться «пустым» к должностным лицам и функционерам,
предварительно собрав информацию из общедоступных источ-
ников;
максимально четко представлять себе цели, задачи, структуру
организаций, у представителей которых предполагается полу-
чить информацию;
знать имена, отчества, фамилии их ключевых фигур (руководите-
лей);
представлять (по возможности) текущее состояние дел в организа-
ции, одним словом, все то, что поможет сформулировать компе-
тентные вопросы к источникам.

Работа с источниками информации. Приступая к ней, журналист решает три главные проблемы:

как выбрать самые надежные источники необходимых сведений;

как обеспечить доступ к ним;

как проверить полученные сведения.

Почему *выбор источника* становится проблемой? Одна из причин заключается в том, что довольно многие люди хотели бы дать информацию журналисту с готовностью, однако из-за отсутствия у них известных полномочий и компетенции сведения, полученные от них не могут считаться *достоверными, т. е. не вызывающими сомнений, надежными*.

Следовательно, работая с различными организациями, журналист, прежде всего, отвечает на вопросы: какая организация (департамент, отдел, комитет, «контора») в действительности занимается вопросами, которые интересуют журналиста? Как она организована? Кто является ключевыми

фигурами (руководителями)? Кто может дать исчерпывающую и точную информацию?

Лучшей «шпаргалкой» для определения компетентных и полномочных персон — телефонные справочники для внутреннего пользования, из них можно узнать не только фамилии, имена, отчества функционеров, но и названия отделов, департаментов, служб. Некоторые журналисты заводят собственные досье на работников организаций, с которыми им приходится иметь дело, поддерживают контакты и тогда, когда это не требуется для подготовки материала, следят за продвижением их по службе, вовремя узнают о преемниках при переводе на другое место работы. Все для того, чтобы «законсервированный» на время «информатор» в соответствующий момент мог быть использован незамедлительно. Поддерживать рабочие отношения и регулярные контакты — одно из важнейших условий в приобретении и сохранении источников.

Открытые источники: информационные агентства; СМИ; пресс-релизы и иные материалы, распространяемые соответствующими пресс-службами; книги; справочники; отчеты; сайты органов управления и общественных организаций; базы данных в Интернете, форумы, чаты, блоги и т. п. В бесплатных рекламных изданиях студенты подсчитали, например, сколько контор предлагают установку металлических дверей и решеток. Доступ к ним не представляет особого труда.

Благодаря блогеру Андрею средства массовой информации Екатеринбурга донесли до своих аудиторий дикую выходку известного композитора, исполнителя песен Александра Новикова. Андрей ехал по городу и видел, как разгневанный бард проколол ножом колесо «шестерки» жигулей, ее хозяин неловко припарковался и, тем самым,

загородил проезжую часть. Информация была тут же выставлена в дневнике, затем появилась в эфире и периодических изданиях. После чего со стороны «прокалывающего» последовали совершенно непотребные оценки журналистов, а последние объявили обидчику информационный бойкот.

Официальные источники: руководители органов власти, силовых структур, общественных организаций, предприятий, учреждений; пресс-службы и пресс-секретари; уполномоченные по связям с общественностью и работе с журналистами лица. Доступ к ним сопровождается соблюдением ряда процедур, в частности, аккредитации, когда представители средств массовой информации вносятся в список журналистов, которым будет представляться информация по существующим в организации правилам. Иногда аккредитация становится способом экранирования «неудобных» журналистов.

В любом случае необходимо внимательно ознакомиться с *порядком получения информации:*

- в органах власти;
- в силовых ведомствах;
- в научных и медицинских учреждениях;
- в архивах;
- финансовых органах.

Потребность и обязанность в этом объясняется тем, что информация, там имеющаяся, ее обнародование в соответствующем виде и объемах, определяются действующим законодательством. Законы РФ «О государственной тайне», «Об информации, информационных технологиях и защите информации», «Об оперативно-розыскной деятельности», «О банках и банковской деятельности» и другие регламентируют порядок получения определенных сведений.

Конфиденциальные источники: на американский манер их часто обозначают «инсайдерами». Голливуд выпустил фильм под таким названием с Аль Пачино и Расселом Кроу в главных ролях, где один из ведущих инженеров табачной компании рассказал тележурналисту о том, что в табак некоторых сортов сигарет добавлялся легкий наркотик, позволявший добиться привыкания и, следовательно, увеличения продаж. Такие источники часто используются для получения эксклюзивной информации, а также для проверки имеющихся сведений, в том числе и слухов.

Вот свидетельство журналиста, часто работающего с конфиденциантами: «Обычно правду не произносят официально. Если это и делается, то в большинстве случаев тут что-то нечисто. Поэтому все, с кем я разговариваю, веду беседу без диктофона. Беру на себя страх и ответственность за то, что мне могут наврать. Более того, созваниваюсь с ними, не называя имен, встречаюсь поздним вечером, в темном переулке, в машине. Иначе сразу же начнутся репрессии по отношению к информатору».

Подготовка вопросов. В умении точно, уместно, своевременно сформулировать вопросы по поводу общественно значимых событий, явлений, фактов и задать их именно тем, кто в силу своих полномочий и компетентности знает (должен знать) ответы — вся суть и прелесть профессии журналиста.

На семинаре в Пермской области редактор городской газеты задала вопрос эксперту:

— Что мы сделали не так? — и показала первую полосу, где были помещены: репортаж о митинге в защиту бюджетников, не получающих зарплату; фотография с мероприятия; колонка суждений врача, учителя, работницы детского сада

по поводу отсутствия зарплат; в репортаже было сказано и о том, что глава города выступил на митинге в поддержку собравшихся. Однако главный вопрос поставлен не был и, естественно, читатели так и не узнали ответа на него: *где деньги?* Куда они делись, ведь в бюджете они предусмотрены? Каков путь их прохождения? На каком этапе они пропали? Если нет ответов на эти *принципиальные* вопросы, то существенно снижается значение проделанной журналистами работы. В данном случае газетчики не искали ответ, представлявший несомненный *общественный интерес*, а он был архиважен для значительного количества жителей города.

В мировой профессиональной практике существует так называемое правило 5W. Оно означает не что иное, как поиск ответов на вопросы: ***What? Who? Where? When? Why? — Что? Кто? Где? Когда? Почему?*** В некоторых газетах краткие ответы на них выносятся в *лид*, затем в основном тексте материала раскрываются более подробно. Нередко к этой классической пятерке вопросов добавляется шестой: ***How? — Как?***

ЛИД (англ. lead) — преамбула, вводная часть информационного сообщения. Обычно выделяется различными средствами в печати и электронных СМИ.

Обеспечение доступа. Полезно изучить организационную структуру учреждений, где предполагается получить необходимые сведения, а также режим работы с журналистами и порядок предоставления информации. При необходимости аккредитоваться, поскольку аккредитация и есть одна из форм получения доступа к источникам информации.

Доступ к информации — конституционное право гражданина свободно искать и получать информацию любым законным способом; возможность получения журналистом информации, представляющей общественный интерес. Ограничения доступа могут быть только в соответствии с действующим законодательством.

Самые распространенные источники информации для журналистов — чиновники из **органов власти**. По данным исследований Комиссии по доступу к информации около 80 процентов журналистов систематически обращаются за разнообразными сведениями к представителям различных ветвей власти, преимущество здесь — у исполнительной.

Государственные органы и организации, общественные объединения, их должностные лица предоставляют сведения о своей деятельности средствам массовой информации по запросам редакций, а также путем проведения пресс-конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах.

ЗРФ «О средствах массовой информации», ст. 38.

Особенность работы журналистов с органами управления заключается в том, что между средствами массовой информации и руководителями федерального, регионального и местного уровней есть посредники — пресс-секретари и пресс-службы. Они организуют брифинги и пресс-конференции, встречи с руководством для интервью, отвечают на запросы, проводят аккредитацию, приглашают журналистов на мероприятия, готовят информацию в виде пресс-релизов, справок, отчетов. Специфика получаемой таким образом информации часто — в ее односторонности, поскольку задачи пресс-службы не всегда совпадают с целями журналистов. В первом случае —

сделать образ руководства и организации положительным в общественном мнении, во втором — сообщить аудитории представляющие общественный интерес сведения. Подобная практика отношений пресс-служб с журналистами — повсеместна и за некоторыми мало существенными отличиями характерна для всех организаций, в том числе и общественных. Поэтому опытные журналисты обзаводятся собственными информаторами, которые находятся «в недрах», внутри правительства, администрации, департамента, для проверки уже имеющихся фактов, или получения эксклюзивных сведений.

Силовые структуры. *Органы внутренних дел* представляют собой непростой объект журналистского интереса в зависимости от иерархического уровня. В частности, в областном управлении внутренних дел журналистам, чтобы получить информацию, необходимо аккредитоваться. В некоторых управлениях существует негласный закон, запрещающий давать интервью рядовому составу милиции, ГИБДД без согласования с вышестоящим начальником. Практически вся информация проходит через пресс-службу, с которой приходится «налаживать контакт», дабы не попасть в немилость, влекущую к отлучению от источника. Личные связи — далеко не бесполезный профессиональный атрибут журналистов.

Еще сложнее обстоит дело с *Федеральной Службой Безопасности*. Вся информация проходит через группу по связям с прессой (общественностью), в большинстве случаев — по запросам. Многое зависит от степени доверия к данному СМИ и конкретному журналисту.

Прокуратуры во взаимодействии с журналистами исходят из приказа Генерального прокурора, где обязанность сотрудничать со средствами массовой информации возлага-

ется на старших помощников прокуроров. Они «сортируют» и дозируют информацию, предлагаемую журналистам, в соответствии с законами и положениями, по которым действует прокуратура. По наблюдениям журналистов случается, что прокуратура пытается навязать свое мнение журналисту, поскольку прокуроры обвиняют. Целесообразно при этом найти противовес в виде защитника. Принцип: «выслушать противоположную сторону» должен срабатывать и здесь. Объективность публикаций от этого только выиграет.

Суды. Отношение «третьей» ветви власти с «четвертой» регламентируются Уголовно-процессуальным и Гражданско-процессуальным Кодексами. Они определяют пределы информирования журналистов в части находящихся в производстве дел; устанавливают ограничения по объемам сведений, предназначенных журналистам; оговаривают условия, при которых журналисту разрешается и запрещается присутствовать на заседаниях суда. Информацию можно получить не только от судьи, но и от пресс-секретаря суда, специфика работы которого практически ни чем не отличается от подобной работы в других организациях.

Правила работы с источниками. Обычно визирование материалов у представителей всех трех ветвей власти и прочих информаторов не требуется, и «Закон о средствах массовой информации РФ» в ст. 3 не допускает предварительного согласования содержания сообщений и материалов *«кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым»*. Однако многие журналисты дают источникам прочитать материал целиком или зачитывают по телефону его фрагменты, чтобы уточнить правильность цитирования, цифры, фактические сведения, суждения и таким образом страхуют себя от ошибок.

Любое интервью, в том числе как фрагмент более широкого текста, должно быть согласовано с давшим его лицом.

Пакт о жанрах и журналистских стандартах.

Однако если органы власти, государственные предприятия и организации все же, несмотря на известные трудности, более или менее доступны, то предприятия и организации с частной формой собственности практически наглухо закрыты для журналистов. Здесь срабатывают связи, возможности журналистов и редакторов, благоприятное стечение обстоятельств, профессиональный опыт. На одном из семинаров, где обсуждался вопрос: «Как получить информацию о работе закрытого акционерного общества?», один из участников предложил выход: «Надо найти обиженного акционера и расспросить его». Другой заметил: «Вспомнить бы хорошо забытое старое: рабоче-крестьянских корреспондентов, внештатных авторов и вернуться к этой практике, тогда проблемы с информацией не будет». Выход — в изобретательной работе руководства редакции и журналистов.

Довольно часто собеседники журналиста предупреждают: *«Это не для печати»*. Я рассказал вам для того, чтобы вы знали общую картину, но говорить об этом не нужно». Как поступать в таких случаях? Практика обнаруживает несколько подходов. *«Жесткий»* — репортер представляется, убеждается в том, что собеседник идентифицировал его как журналиста, после этого сотрудник газеты (канала) использует полученную информацию по своему усмотрению: «Он знает, с кем разговаривает, — пусть и выбирает выражения».

«Прежде, чем кто-то принимает участие в моем репортаже как источник, — делится опытом американская журналистка Сюзан Келлер, — я объясняю свой метод работы. Я говорю им, что они должны

будут говорить официально от своего имени. Что я буду наводить справки о них у других людей. Что как бы они мне не нравились как люди, я все равно их буду проверять... Я говорю им: «Когда вы со мной соглашаетесь говорить, это все — у вас нет над этим контроля. Но вы можете контролировать степень своего участия. Если вы мне что-то не хотите говорить официально, то не надо вообще этого говорить, потому что я буду использовать все записи».

«Мягкий» — сотрудник масс медиа уговаривает источник оставить в материале информацию, которую последний не желал бы распространять: «без этого материал потеряет остроту», «Ваша точка зрения будет плохо аргументирована», «о Вас будут думать, что Вы лукавите». Если собеседник поддается на уговоры — прекрасно. Если нет, и журналист дал обещание не публиковать «неудобные» для источника сведения, следует поступать в соответствии с данными обязательствами.

Когда материал появляется на газетной полосе или в эфире, требуется снабдить его еще одним атрибутом достоверности: обязательной ссылкой на источник. Отсутствие таковой свидетельствует только о непрофессионализме репортера. В других случаях, когда информация дается без указания на ее происхождение, мы сталкиваемся либо с вне-профессиональными мотивами поведения журналиста (руководства редакции, канала, студии), что часто встречается во время «информационных войн» и предвыборной борьбы, либо делается это для обеспечения конфиденциальности сообщившего.

Разумеется, лучший вариант, когда все информаторы не возражают против обнародования их имен. И вместо оборотов:

«Известно, что...» — сказать прямо кому известно;

«Говорят, что...» — произнести имя того, кто говорит;

- «Ожидается, что...» — объяснить, кем ожидается;
- «Как мне сказали...» — указать на того, кто сказал.

Нередко собеседники журналиста боятся «репрессий» начальства, озабочены карьерой, не хотят общественной огласки, стесняются. И эти обстоятельства следует учитывать с необходимостью. Статья 41 «Закона о средствах массовой информации РФ» обязывает нас «сохранять в тайне источник информации» и не «называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени». Если не удалось уговорить собеседника назвать имя, то поступать следует только по закону, т. е. не называть источник информации в публикации (передаче).

Ссылки могут делаться по-разному, начиная от конкретного — «как нам сообщил имярек», и заканчивая — «по сведениям, поступившим от лиц, заслуживающих доверия». В последнем случае редакции и журналисту, если возникают неприятности, приходится защищать конфиденциальность своих источников.

Отдельного подхода требуют *слухи*, («*молва, известие обычно еще ни чем не подтвержденное*»), как источник информации. Журналисты могут пользоваться такого рода сведениями, предварительно обезопасив себя необходимыми процедурами. А именно:

- 1) полезно найти источник такого рода информации;
- 2) переспросить у него, так ли было или есть на самом деле;
- 3) в случае отказа подтвердить, продолжить попытки поиска других, способных подтвердить;
- 4) при удачном поиске и полученном подтверждении договориться с источниками (а их должно быть не менее двух) о том, что в случае появления после опубликования материала искомого заявления в суд, они придут и подтвердят изложенные сведения в процессе;
- 5) не лишней будет и консультация с юристом.

Те же самые действия возможны и тогда, когда журналист сообщает информацию, предваряя ее сочетаниями типа «по сведениям из источников, заслуживающих доверия», «как нам стало известно». Один из способов проверки слухов — официальный запрос редакции.

В любой другой ситуации, если не удалось найти и подтвердить сведения, следует обязательно маркировать их в качестве слухов или не подтвержденных/не проверенных. При этом редакция и журналист берут на себя всю возможную ответственность. Иногда слухи становятся поводом для журналистского расследования и в конечном итоге перестают быть таковыми.

А как быть с *анонимными источниками*? Когда, например, звонят в редакцию, излагают некоторые факты и тут же, не называясь, кладут трубку? Или по почте приходит конверт с известного свойства материалами, на нем ни адреса пославшего, ни его фамилии нет. Одно из существующих правил: *избегать использования анонимных источников*. Второе: публиковать можно, но после предварительной проверки. Другие считают, что информация от неизвестного осведомителя может быть использована, если, по меньшей мере, хотя бы один (другой) свидетель подтвердит информацию. При этом использование безымянного источника должно быть кратко объяснено в материале.

Широко известен случай использования репортеру Washington Post (Вудворт и Бернстайн) анонимного источника из администрации президента США во время знаменитого «уотергейтского скандала». Журналисты и редакция не раскрывали его имя в течение более чем тридцати лет, пока в 2005-м он не сделал этого сам.

*В 2005-м после скандала по поводу публикации в еженедельнике Newsweek репортажа о порядках на базе-тюрьме Гуантанамо военный чин из Пентагона, пожелавший остаться неизвестным (впоследствии он не мог вспомнить, откуда узнал об этом факте), сообщил репортеру, что тюремщики, издеваясь над пленными талибами, выбросили в унитаз Коран. Ситуация оказалась настолько острой (в результате волнений в Афганистане погибли несколько американских граждан), что журналистов дважды одернула госсекретарь США Кондолиза Райс. После чего руководство издания официально отказалось от публикации и приняло внутриведомственное решение: **не работать с анонимными источниками.***

Выбрав и обеспечив доступ к источнику, собирая необходимые сведения, журналист проверяет полученную информацию. Причем проверку следует проводить при всяком удобном случае, не жалея для этого времени.

Если вам ваша мама сказала, что любит вас, проверьте это!
Профессорская шутка.

Успешный в этом отношении журналист отличается только лишь тем, что делает на несколько звонков или встреч (для уточнения) больше, чем другой.

Существует несколько способов проверки получаемых журналистом сведений, а именно:

повторная встреча (интервью, разговор по телефону) с источником с целью уточнения ответов, фактов, цифр, оценок и т. п.;

визирование подготовленного материала (интервью или его фрагментов);

сопоставление полученных сведений с имеющимися на этот счет документами;

*поиск дополнительных свидетелей или очевидцев (не менее двух);
обсуждение материала с более опытными коллегами в редакции;
просмотр подготовленного текста редакционным юристом.*

Нередко для проверки фактических данных используется процедура запроса, предусмотренная ЗРФ «О СМИ».

*Журналист имеет право и обязан проверять достоверность
сообщаемой ему/им информации.*

Ст. 47 и 49 ЗРФ «О средствах массовой информации».

Способы получения информации. К ним относятся: интервью, наблюдение, изучение документов, запрос информации, пресс-конференция, специальные методы.

Журналист, приступающий к сбору информации из определенных заранее источников, сталкивается с тремя главными проблемами:

выбор самого надежного способа получения информации;

фиксирование полученных сведений с достаточной степенью надежности;

обеспечение «техники безопасности».

Обычно используются: *интервью, наблюдение, изучение документов.* Среди них наименее надежные интервью и наблюдение, т. к. субъективность журналиста и «объектов» его интереса здесь часто имеет большое значение и бывает трудно преодолима. Однако большинство материалов готовится на основании именно бесед с людьми.

Интервью. Успешное интервью зависит от многих условий. В первую очередь от хорошо выполненной предварительно «домашней» работы. Она включает в себя максимально подробное знакомство с интервьюируемым с помощью различных источников и способов:

опрос тех, кто его хорошо знает, в том числе коллег в редакции, имевших дело с ним;

изучение материалов прессы, если только он уже становился предметом интереса журналистов;

знакомство с результатами его профессиональных занятий; «образование», т. е. приобретение достаточной компетенции в той области, где собеседник — специалист;

поиск биографических сведений;

определение его пристрастий, привычек, круга друзей и интересов.

Студентка журфака, готовя дипломную работу о творчестве известного публициста и писателя Леонида Жуховицкого, перечитала все, что им написано, что написано о нем, все его интервью, опросила людей, которые знали его в той или иной мере. В результате общение оказалось весьма продуктивным, собеседник разговорчивым, и только потому, что интервьюируемый был «подкуплен» осведомленностью молодой журналистки.

Итог «домашней» работы в том, чтобы убедиться в важности темы предполагаемого разговора для собеседника и составить перечень вопросов. Продумывать список вопросов следует всегда, в этом случае журналист застраховывает себя от банальных, много раз уже задававшихся, не компетентных, неуместных вопросов. К тому же многие люди не очень любят, когда с ними говорят «с кондачка», без подготовки, они рассматривают это как неуважение к ним. А наиболее квалифицированные «ответчики» не преминут воспользоваться оплошностью интервьюера и, в лучшем случае, высмеют, но в худшем... может быть всякое.

Знаменитый испанский поэт Федерико Гарсиа Лорка согласился на интервью юной газетчице. Он охотно отвечал на ее вопросы и несколько раз упомянул имя своего друга, тоже весьма известного ком-

позитора Калья. «А кто такой Калья?» — переспросила журналистка. Поэт помолчал, потом встал и открыл дверь, предлагая гостье покинуть комнату. На глазах девушки выступили слезы. Она поняла свою ошибку. Но было уже поздно.

После выполнения «домашней работы» остается условиться о встрече, иногда при этом проговариваются основные направления разговора. Профессиональные журналисты, как правило, пытаются предусмотреть уединенность во время беседы. Потому что при наличии других людей, его коллег собеседник становится более предусмотрительным и сдержанным в своих суждениях. А искренность ответов есть едва ли не самое главное в интервью.

Одна из серьезных проблем для всякого журналиста — установить *доверительные отношения* с интервьюируемым. Добиваются этого по-разному. Однако существуют общепринятые и отработанные в психологии общения приемы.

Анатолий Аграновский часто вспоминал совет отца: *идешь на первое интервью, — говори сам, на второе — слушай.*

В чем здесь суть? В том, что собеседнику нужно знать, кто его расспрашивает, каковы его намерения и на этом основании определить: доверять ему или нет, говорить обо всем или о чем-то умолчать? Поэтому «демонстрация», «самопредъявление» журналиста помогают добиться расположения и желания рассказывать. «Шесть правил, соблюдение которых позволяет понравиться людям» известного манипулятора Дейла Карнеги может стать методическим пособием для начинающих в деле интервьюирования.

Однако советы Уолтера Бингхэма и Брюса Мура более уместны: *находите и используйте приятные ассоциации; позволяйте интервьюируемому чувствовать себя непринуж-*

денным и готовым рассказывать; не задавайте вопросов прямо до тех пор, пока вы не убедитесь, что интервьюируемый готов дать желаемую информацию и дать ее точно; слушайте; дайте собеседнику рассказать полностью свою историю, затем помогите дополнить ее; будьте честны и искренни, что значительно лучше, чем быть хитрым и искусным; избегайте роли учителя; не дерзите.

Важная часть интервью — собственно вопросы и их предъявление. Рекомендации тех же авторов: *старайтесь выражать ваши вопросы так, чтобы они были легко поняты; не подсказывайте ответов на свои вопросы; если вы предлагаете альтернативные вопросы, выражайте их так, чтобы ни тот, ни другой не был приемлем интервьюируемому; помогайте интервьюируемому осознавать ответственность за его утверждения; держите важные вопросы в уме до тех пор, пока не будет получена адекватная информация на каждый; постигайте смысл каждого утверждения; проверяйте ответы при любой возможности; отделяйте факты от выводов; записывайте все данные тут же или как можно быстрее по окончании интервью, поскольку обычно люди не представляют с какой скоростью происходит забывание. И последнее: по окончании интервью следите за дополнительной информацией или новыми направлениями в случайных замечаниях интервьюируемого.*

В конце разговора собеседники обычно расслабляются и нередко проговаривают то, чего тщательно избегали во время беседы. Случается, что самое интересное для журналиста — именно в этих ремарках, характеризующих человека с неожиданных сторон. Поэтому особо внимательным следует быть тогда, когда разговор заканчивается. Кстати, интервью — прекрасный способ для наблюдения, фиксирования деталей поведения героя, персонажа, интервьюируемого, которые

впоследствии могут быть использованы или обыграны в материале.

Не действуйте как прокурор. Избегайте неприятных вопросов. Если вам нужно задать тяжелые (жесткие) вопросы, попытайтесь отложить их на конец интервью.

Выражайте симпатию и понимание, это не означает, однако, что вы должны быть на стороне источника.

Искренне попытайтесь понять позицию собеседника. Попытайтесь отыскать разумное объяснение для обвинений против него.

Задавайте вопросы так, как будто вы осведомлены. Дайте знать собеседнику, что вы сделали свою домашнюю работу.

Если вы узнали какие-то дискредитирующее собеседника обстоятельства, повторите некоторые из них. Часто собеседники открываются, реагируя на обвинения против них.

Продолжайте задавать вопросы. Пока собеседник не вешает трубку или не просит покинуть его офис, вы можете продолжать задавать вопросы.

Из книги Contemporary News Reporting

Работа на пресс-конференции. Подготовка к пресс-конференции требует примерно такой же домашней работы, как и для интервью:

из доступных источников узнать все, что собой представляет дающий пресс-конференцию;

подготовить список вопросов;

если заранее раздают пресс-релизы и другие документы, то позаботиться о том, чтобы они достались вам;

зайти на соответствующие сайты (блоги и т. п.).

На самой пресс-конференции следует:

задавать вопросы первым, т. к. времени отведенного журналистам может не хватить;

естественно, прежде чем спросить, необходимо поднять руку, когда ведущий обратит внимание и предложит задать

вопрос, следует встать, назвать имя, фамилию, представляемое средство массовой информации и только затем сформулировать вопрос;

быть внимательным, т. к. важная информация выдается часто между строк, в подтексте;

слушать вопросы коллег и ответы на них, т. к. товарищи по цеху могут оказаться более изобретательными и искусными.

И в интервью, и на пресс-конференции внимательное выслушивание — едва ли не самый главный признак профессионализма. Причем из всего того, что произносится собеседником, журналисту, — рекомендует Г. Лазутина, — важно зафиксировать:

- а) фактические данные;
- б) мнения;
- в) объяснения;
- г) предложения и прогнозы;
- д) речевые приметы собеседника (характерные особенности языка).

Наблюдение представляет собой так же, как интервью, — наиболее распространенный способ получения информации. Оно позволяет:

сбирать образные детали о людях, местах и событиях, которые становятся частью материала;

проверять информацию или впечатления, полученные другими способами;

получать доказательства (свидетельства), которые невозможно найти иначе;

восстановить событие для читателей, слушателей, зрителей;
более глубоко и подробно ознакомиться с предметом.

С помощью наблюдения собирается материал для огромного количества журналистских выступлений. Юрий Гейко вместе с напарником сели в авто «КИА-Спектра», произведенное на ижевском заводе, и поехали вокруг света за 80 дней. Почти в каждом номере «Новой газеты» публиковались его заметки, основанные в большей части на его собственных наблюдениях за увиденным на дороге и по обе стороны от нее.

Журналист из кремлевского пула Андрей Колесников (Коммерсантъ) все свои газетные материалы, впоследствии собранные в книгах «Я видел Путина», «Путин видел меня» и других, строит на собственных наблюдениях за тем, что подельничает Президент Российской Федерации в тех или иных ситуациях.

Существуют издания, большая часть содержания которых строится на персональных наблюдениях авторов, например, «ГЕО», «Вокруг света», «Ридерс дайджест» и многие другие.

Видеокамера и фотоаппарат — весьма полезные инструменты для точного фиксирования происходящего. Некоторые журналисты, находясь в эпицентре события, наговаривают собственные впечатления об увиденном на магнитофон, затем текст расшифровывают и обрабатывают.

Помимо прямого наблюдения журналисты нередко используют и так называемое *включенное (участвующее)* наблюдение, когда сотрудник редакции на время меняет свое основное занятие на иное. Делается это для того, чтобы глубже вникнуть в суть происходящего в той или иной области общественной жизни.

Журналисты «меняют профессию» с давних времен. Репортажи Михаила Кольцова «Три дня в такси», бытовые зарисовки «молочницы» Ларисы Рейснер — только два примера такой «смены» в российской журналистике. С тех пор кем только не становились журналисты: униформистом в цир-

ке, продавцом рыбного отдела гастронома, бомжом, заключенным, список стремится к бесконечности.

Две журналистки из «Комсомольской правды» решили попеть нецензурные частушки, присланные в газету читателями, в подземном переходе. «Концерт» продолжался лишь полчаса. Люди в «штатском» помешали. Но и то успели «заработать» 25 рублей, огурец и две конфеты. Репортаж был опубликован под рубрикой «Испытано на себе».

Корреспондент газеты попросил знакомого прокурора «устроить» его в камеру предварительного заключения на несколько суток, дабы познакомиться с нравами пенитенциарного заведения изнутри. После «отсидки» опубликовал серию репортажей. Прокурора сняли с работы. Этот случай стал поводом для продолжительной дискуссии о пределах использования подобного метода сбора информации.

Поэтому, прежде чем использовать метод «смены профессии» (включенного наблюдения), следует:

согласовать возможность его применения с руководством редакции;

обеспечить безопасность источникам информации или тем, кто оказывал помощь;

позаботиться о собственной безопасности;

проконсультироваться с юристом.

Но и при этом журналисты часто работают на грани фола, а то и прямо нарушают законы, тогда как Конституция Российской Федерации провозглашает право каждого (в том числе и журналиста) «искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным (выделено мной — Б. Л.) способом».

Журналистка из «Кубанских новостей» Галина Симкина однажды намеревалась вылететь в Москву из Краснодара, одевшись под шахидку, чтобы таким образом проверить бдительность правоохранительных органов. Это ей вполне удалось. Она была остановлена службой охраны аэропорта, и удерживалась в местном отделении милиции восемь часов. В конечном итоге газетчица подала жалобу на незаконное задержание прокурору края.

Этот случай показывает, что использование метода включенного наблюдения чревато неприятными последствиями тогда, когда журналист работает за гранью допустимого.

«Диверсионная» методика получения информации Александра Невзорова, когда он, будучи еще автором и ведущим программы «600 секунд» на Санкт-Петербургском телевидении, разгонял (по его словам) автомобиль со съемочной группой до ста километров в час, врвался на территорию предприятия и снимал до тех пор, пока не опомнятся охранники, — может оказаться привлекательным для жаждущих репортерской славы. Только для этого нужна специальная подготовка не на факультетах журналистики. Ответственность в данном случае журналист несет в полном объеме.

Изучение документов. *Документ, т. е. информация, зафиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, фотопленке или видеокассете, — едва ли не самый важный инструмент в работе журналиста. С их помощью проверяются сведения, полученные в ходе интервью и наблюдения. Они становятся аргументом, когда журналисту нужно доказать свою правоту где бы то ни было, в том числе и в суде. Опора на документы делает публикацию основательной и защищенной. Профессиональный журналист использует любую возможность, чтобы обеспечить себя копиями документов, с которыми ему приходится работать.*

Существуют *официальные*, т. е. полученные с помощью установленных процедур документы от компетентных и уполномоченных лиц и *не официальные*, полученные от других информаторов (в том числе конфиденциальных). Каждый из них может быть *достоверным* или *не достоверным*.

Достоверная информация: 1) не вызывающая сомнений, подлинная, реальная; 2) в ст. 57 ЗРФ «О СМИ» речь идет о сведениях, соответствующих действительности, т. е. о фактах, наличие которых при необходимости можно подтвердить юридически корректными процедурами (с использованием документов, свидетелей, экспертных заключений и т.п.); 3) в практике журналистов достоверными считаются также сведения, публикуемые с обязательной ссылкой на источник.

Одна из главных задач, которую решают журналисты при этом — удостовериться в подлинности документа. Для этого следует определить:

подготовлен ли документ компетентным (в силу своего положения) и уполномоченным для этой цели лицом;

не повлияла ли обстановка, в которой составлялся документ на его содержание;

дату появления документа, его номер;

не искажены ли фамилии должностных лиц;

соответствует ли содержание документа тексту оттиска печати (углового штампа), фирменному бланку;

подписан ли документ уполномоченным для этих целей лицом.

Рассказывают, что в эпоху отсутствия такого количества множительной техники, какое имеем сегодня, Анатолий Аграновский, изучая документы, срисовывал оттиски печати в свой блокнот, чтобы при необходимости подтвердить: я видел этот текст.

Кроме того, профессиональный подход требует проверки изложенных в документе сведений по другим источникам (опрос работников соответствующего департамента, экспертов, иных, причастных к содержанию документа людей). Важно также, знакомясь с текстом, четко разделять события, о которых в нем идет речь, от их оценок, факты от мнений. Используя отдельные фрагменты документа в публикации, следует учитывать общий контекст, в котором этот документ функционирует.

Опытный журналист, работающий в жанре расследований, Лариса Кислинская опубликовала материал «Кто «заказал» Отарика» в «Совершенно секретно», который построила на извлечениях из показаний Ю. Воронцова. Последний говорил, что к убийству известного предпринимателя Квантришвили причастен бывший вице-премьер Правительства России А. Н. Шохин. Однако, как писал в журнале «Журналист» заместитель председателя Судебной палаты по информационным спорам при Президенте РФ Игорь Еремин, из пояснений прокуратуры г. Москвы, которая вела это дело, следовало, что Воронцов признан судебно-психиатрической экспертизой невменяемым, уголовных дел в отношении лиц, фигурирующих в показаниях Воронцова, возбуждено не было. Таким образом, вырванный из общего контекста событий документ — показания Воронцова — привел в правовом отношении к искажению существа дела.

Делая извлечения из документа, напоминает Г. В. Лазутина, профессиональный журналист всегда:

фиксирует точное название документа, его автора, дату и место издания;

закавычивает изъятые фрагменты текста документа и указывает страницы;

помечает специальными знаками собственные мысли и оценки, возникшие во время изучения документа;

при завершении работы специально проверяет все цитаты, названия, цифры, фамилии, имена и прочие сведения.

Перечисленные правила уместны при использовании любых типов документов. Однако существует специфика работы с личными документами, к коим относятся дневники, письма, завещания и другие. Главное требование: все виды личных документов могут быть использованы только с разрешения их автора или владельца. Лишь письма, поступающие в редакцию «самотеком», не требуют согласия авторов, поэтому журналисты могут использовать их полностью либо в сокращенном виде. Если, правда, в письме нет специальной просьбы не публиковать или не называть фамилию и имя корреспондента. При этом факты, излагаемые в таких письмах, требуют дополнительной проверки. Когда это не делается, ответственность за опубликование не соответствующих действительности сведений ложится на журналиста и редакцию.

На журфаке УрГУ, на первом курсе, во время изучения «Основ творческой деятельности журналиста» студенты участвуют в игре под названием «Прокурор и журналист». Предлагается три ситуации, в каждой из которых следует ответить на один и тот же вопрос.

Ситуация первая. Журналист берет интервью у прокурора по предварительной договоренности. После того, как диктофонная запись расшифрована, текст интервью готов, он согласовывает содержание ответов с представителем надзорного органа. Последний визирует текст, после чего интервью публикуется в газете. Но оказывается, что в ответах содержатся сведения не соответствующие действительности.

Ситуация вторая. Журналист заказывает прокурору авторский материал. Когда текст готов, тот и другой совместно правят, редактируют текст, затем автор его подписывает,

после чего статью ставят в номер. И в этом случае оказывается, что автор распространил сведения, не соответствующие действительности.

Ситуация третья. Журналист подготовил и направил официальный запрос тому же самому прокурору о необходимой для редакции информации. Получив в соответствии с известной процедурой официальный ответ, газета публикует материал, но и в нем обнаруживаются сведения, не соответствующие действительности.

Итак, кто же, и в каком случае, несет ответственность? Журналист (редакция) или прокурор?

Надо сказать, что первокурсники, не изучив еще ЗРФ «О СМИ», как правило, теряются, и говорят наугад. В профессиональной журналистской среде ситуация лучше, вероятнее всего потому, что в их редакциях были случаи привлечения журналистов к ответственности, например, по ст. 152 Гражданского Кодекса. Но и среди практиков (на семинарах с работающими журналистами) однозначно правильных ответов было не так много. Исчерпывающий ответ содержится в статье 57 ЗРФ «О СМИ», где среди шести случаев освобождения от ответственности журналиста и редакции за распространение сведений, не соответствующих действительности, есть третий — «если они (сведения — *Б. Л.*) содержатся в ответе на запрос информации». Другими словами, в первых двух случаях отвечать придется журналисту и редакции, и только в третьем — прокурору. Кстати сказать, не все работающие журналисты принимают безоговорочно такой вывод.

По мнению доктора юридических наук, соавтора ЗРФ «О СМИ» Михаила Федотова интервью представляет собой жанр *разделенной* ответственности. А именно: оно может

рассматриваться как устный запрос редакции, так и «официальное выступление» должностного лица. В этих случаях 57 статья Закона предусматривает освобождение журналиста от ответственности. Особенно смущало «играющих» журналистов то обстоятельство, что даже в авторском (прокурорском) материале журналист косвенно обязывается проверять фактические сведения. Но что поделать, таков Закон. Хотя и здесь мы можем воспользоваться подсказкой Федотова и считать авторский материал прокурора «официальным выступлением» должностного лица.

Специальные способы получения информации. В журналистской практике иногда применяется методика, заимствованная из социологии. В частности, *анкетирование* используется для изучения: мнений о газете, канале; представлений аудитории по значимым общественным проблемам; для сбора дополнительного статистического материала журналистом. Важно при этом грамотное (с методической точки зрения) составление анкеты. В противном случае результаты опроса могут быть не соответствующими действительности.

Социологами был открыт «эффект картошки», суть которого заключается в следующем. Население опрашивали по поводу частоты употребления в пищу разных продуктов питания, но в список продуктов забыли включить картофель. В результате анкетного опроса оказалось, что никто из опрашиваемых не употреблял этот продукт вообще.

Контент-анализ — анализ содержания, цель его — получить количественные характеристики, например, частоту появлений на газетной полосе или в эфире имени одного из кандидатов в сравнении с другим; определить степень повторяемости той или иной темы. Существенную пользу этот метод прино-

сит при изучении читательской (слушательской, зрительской) почты, что позволяет понять тематические предпочтения аудитории, ее претензии к редакции и пожелания. Методика проведения контент-анализа требует четкого выделения единиц счета, без чего результаты анализа могут оказаться не вполне корректными.

Социальный эксперимент. Суть этого приема заключается в том, что журналист создает ситуацию, заставляющую людей проявлять свои «законсервированные» до эксперимента качества. Этот прием позволяет также обнаружить неочевидные процессы, закономерности в работе учреждений и предприятий. Анатолий Рубинов, признанный изобретатель в этом деле, осуществил много подобных «постановок», называя их по-своему «операциями». Так он отправил в один день собственным корреспондентам «Литературной газеты» сто пронумерованных писем из разных почтовых отделений Москвы, предполагая понять, почему письма идут так долго и от чего зависит скорость доставки. Эксперимент был организован искусно, а опубликованные материалы оказались не только познавательными, но и весьма действенными: почтовое ведомство внесло некоторые изменения в технологию работы, в частности, конверты со стилизованными цифрами — один из итогов «операций» репортера.

Сбор материала. Приступая к делу, профессиональные журналисты:

1) сначала знакомятся с информацией из доступных источников: периодика, справочники, базы данных, официальные сайты, блоги, чаты, форумы, пресс-релизы, справки и т. п.;

2) затем составляют список организаций, которые следует посетить, а также персон, которых следует интервьюировать

(в последний необходимо включать людей, придерживающихся разных точек зрения на разрабатываемую тему);

3) обеспечивают доступ к источникам, договариваются об интервью; при этом предупреждают собеседников о том, что обращение за комментарием (интервью) — официальное, от имени СМИ; получают согласие на диктофонную запись в случае, если беседа будет проходить «под запись» (on the record); если собеседник согласен на встречу и разговор «не под запись» (off the record), то в таком случае любая запись, в том числе на диктофон, не допускается;

4) предпочитают использовать только законные способы получения информации (к незаконным следует отнести: кражу документов или нарушение установленных процедур их получения, проникновение на специально охраняемую территорию, скрытую запись, представление себя другим — следователем, инспектором и т. п., исключение составляет метод включенного наблюдения — «журналист меняет профессию», когда этот прием получения сведений используется осознанно, с соблюдением известных условий его применения);

5) запасаются необходимым количеством документов или их копий, свидетельствами очевидцев (не менее двух) по поводу тех или иных фрагментов события, проблемы, темы;

6) проводят разговоры с источниками информации наедине, без присутствия третьих лиц (стараются освободиться от гида, которым нередко «снабжают» журналиста на предприятиях и в организациях);

7) наносят «визит вежливости» к начальству, чтобы потом не быть обвиненным в том, что с руководством корреспондент не встречался;

8) действуют по методу «открытого забрала» (В. Аграновский), который обеспечивает право «противника» на защиту и рождает ощущение справедливости (в случае, когда персонаж или герой материала будут представлены в негативном контексте).

Существует несколько не общепринятых (по причине разного отношения журналистов к профессиональной этике) правил. В частности, не следует:

«прикидываться», т. е. представляться работником другой профессии, предположим, водопроводчиком, почтальоном, прохожим и т. п.;

запугивать собеседника;

советовать, давать рекомендации;

обещать «разобраться» и «принять меры» (это не входит в компетенцию журналистов);

допускать поступки, которые могут вызвать моральное осуждение окружающих;

не идти на сближение ни с «положительными», ни с «отрицательными» персонажами;

не принимать подарков и услуг, поскольку могут возникнуть отношения зависимости журналиста от источника информации;

производить запись разговора на диктофон без ведома собеседника (напротив, необходимо убедить его в том, что диктофон не позволит исказить его мысли и суждения); в то же время не лишним окажется дублирование диктофона записями в блокнот принципиально важных заявлений и суждений, т. к. техника, бывает, отказывает);

в любом случае, с человеком, о котором журналист намерен сообщить нелицеприятные факты, нужен еще один последний разговор, где автор знакомит «героя» с полученной информацией.

Корреспондент программы «Чрезвычайное происшествие» канала НТВ Павел Романов получил редакционное задание: выяснить у вице-спикера Государственной Думы Российской Федерации Любови Слиски происхождение украденных у нее накануне ценностей. Молодой человек подошел к заданию творчески. Позвонив депутату, он представился следователем, ведущим дело. Слиска ответила на все его вопросы. После чего журналист открыл карты и спросил

собеседницу: «А не хотите ли вы дать интервью?». Возмущенная женщина выгнала вон журналиста, тут же позвонила министру внутренних дел и попросила принять меры. Подоспевшие сотрудники МВД задержали телевизионщика уже на выходе. Его обвинили по ст. 20.1 ч.1 Кодекса об административных правонарушениях РФ за мелкое хулиганство.

И последнее. **Не наследуи!** После тебя здесь будут другие журналисты, и в соответствии с впечатлением, которое ты оставил у людей, они попросту могут отказаться с ними разговаривать.

Подготовка текста. Как правило, абсолютное большинство информационных материалов выстраивается по методу «перевернутой пирамиды», что означает вынесение в лид главной информации, чаще всего содержащейся в ответах на уже известные вопросы *Кто? Что? Где? Когда? Почему?* Затем помещаются сведения меньшей важности, потом еще менее существенные и так далее. Делается это не только для того, чтобы привлечь внимание читателя к публикации (что само по себе самоценно), но и для последующей простоты сокращения, если только такая необходимость появится.

Материал следует выстраивать на основании нескольких источников. Исключения, когда текст основан только на одном — редки. Например, журналист в «горячих точках» может получать сведения только на официальных брифингах, т. к. самостоятельный сбор информации запрещен или существенно ограничен.

Несколько советов¹ от профессионалов о том, как готовить информационные материалы.

1. Писать короткими предложениями и небольшими абзацами.
2. Правильнее чередовать длинные и короткие абзацы, чтобы избежать монотонности.
3. Хорошо, когда слова не повторяются, поэтому искать синонимы — чрезвычайно важно. Идеальный вариант, когда на одной странице нет повторяющихся слов.
4. Начала абзацев также следует варьировать.
5. Активный залог предпочтительнее, не «кто-то был назначен», а «некто стал руководителем».
6. Изложение от третьего лица помогает снять субъективность в суждениях, поэтому местоимение «Я» и его производные лучше опускать.
7. Конкретность и основательность обеспечивается переводом процентов и частей целого — в абсолютное число.
8. Проверять все факты, сверять написание имен и фамилий — требования, не подлежащие обсуждению.
9. Комментарии и оценки, как правило, следует оставлять за пределами материала.
10. Неопределенные слова: «многие», «различные», «многочисленные», «приятный», «несколько», «много», «мало», «некоторые», «интересный», «скорее», «до некоторой степени» или «слегка», «немного», а также «является», «уделять внимание», относительное местоимение «который» в большинстве случаев подлежат изъятию из текста. Причастные и деепричастные обороты следует употреблять лишь в необходимых случаях. Прилагательные и наречия делать определенными, говорить «высокий» не означа-

¹ Список советов составлен на основе рекомендаций из многих источников и скорректирован в соответствии с замечаниями, полученными от опытных журналистов.

ет ничего, но сказать о баскетболисте, что его рост метр девяносто пять — точно и наглядно для читателя.

11. Снабжать ссылками все прямые и не прямые цитаты.
12. Избегать использования фразы «когда спросили», очевидно, что кто-то ответил, когда его спрашивали. Это обстоятельство особенно важно в отчетах с пресс-конференций.
13. Называть все персоны, которые упоминаются первый раз.
14. Не довольствоваться очевидными фактами, проверять их вопросами «почему?» и «как?».
15. Хронологический порядок изложения часто делает прозрачным сам процесс описания события, сложившейся ситуации.
16. Время в публикации важно, когда пишешь материал, событие может еще и не случиться, но в момент выхода газеты, свершившееся может быть уже в прошлом.
17. Следует избегать выводов, оценок события, тем более — проповедовать.
18. Избегать жаргона и непонятных слов, используя повседневный язык.
19. Осторожнее с излишней пунктуацией. Первые слова — наиболее важные, надо сделать их интересными.
20. Последовательность абзацев от одного к другому выстраивать без повторения слов, использованных в предыдущем, с помощью синонимов, возвращения к идее предыдущего абзаца, использования промежуточных слов для связи их вместе.
21. Избегать начала с открытой цитаты. Такой лид часто отталкивает читателя.
22. Переписывать, затем переписывать снова. Всегда есть возможность для улучшения. Когда перечитываешь написанное, отбрасываешь все ненужное.
23. Полезно читать профессиональные ежедневные газеты, чтение хороших материалов улучшает собственные.

24. Еще лучше — читать свои материалы вслух. Восприятие на слух более практично, и позволяет обнаружить слабости в композиции и стиле.

Несколько советов² от профессионалов по поводу того, как писать аналитические материалы.

1. Исследовать, интервьюировать людей, читать книги или статьи по выбранной теме.
2. Фокусироваться, что означает — остановиться на одном аспекте. Следует определиться с целью статьи, прежде чем начать писать, такая цель и может стать фокусом.
3. Читать подобные материалы в профессиональной прессе, пытаясь понять технику, используемую профессиональными журналистами. Все, кто хорошо пишет, — хорошие читатели.
4. Хорошая статья рисует наглядную картину для читателя, он должен почувствовать себя действительно свидетелем описываемой сцены. Яркие детали существенны. У читателя должны работать все его чувства: зрение, осязание, вкус, обоняние и слух. Описывать людей — в их специфическом обличье, один из способов такого описания — связать характерные черты персоны с цитатой из его слов или пересказом их.
5. Использовать прямые цитаты, позволяя интервьюируемому рассказывать свою историю, сохраняя любую персональную ссылку вне материала.
6. Мнения представлять преимущественно в прямых цитатах. Необходимость сбалансировать цитаты появляется тогда, когда есть две стороны в спорной ситуации.
7. Использование статистических данных может вызывать дополнительный интерес к статье.
8. Копать глубже, собирать больше материала, чем можно использовать, отбирать факты, но раскрывать ситуацию полностью.

¹ См. комментарий на странице 63.

9. Риторические фигуры, гиперболы, сравнения и метафоры делают материал значительно интереснее.
10. Правильнее — локализовать материал в статье, т. е. приспособить его к своим читателям. Если, предположим, речь идет о детской беспризорности, то в тексте должна быть информация об ее проявлениях там, где проживает основная часть аудитории. Всегда важно добавлять свежую информацию, интервьюируя новых собеседников.
11. Уместно играть на человеческих эмоциях, заставляя читателя проливать слезы или смеяться.
12. Не оставлять ни одного вопроса без ответа, заботиться о том, чтобы все точки зрения были представлены.
13. Лучше выбирать темы хорошо известные читателям. Помнить, что каждое событие содержит поводы для написания нескольких статей.
14. Чтобы писать хорошие статьи, важно иметь живой интерес к жизни.
15. Обычно многие интересные статьи эмоционально приподняты, а лучшими материалами становятся те, которые освещают уникальные переживания.
16. Думать о том, что не о чем писать, — не продуктивно, всегда есть возможность найти новый угол зрения уже известной теме.
17. Краткость предпочтительна, поскольку непомерно длинные статьи повергают в скуку читателей.
18. Ясность и точность уменьшают нагрузку на читателя, не заставляя его додумывать за автора.
19. Рассказывать следует так, как будто это делается для своего друга.
20. Многие авторы думают, что они должны суммировать свой материал. Этого обычно не требуется, как не обязательно поздравлять или предлагать наилучшие пожелания в концовке. Большинство материалов заканчивается естественно,

ничего специального не нужно. Когда история рассказана, время остановиться. Один из эффективных способов — связать концовку с началом, например, выбрать некоторые фразы из лида и поместить их в последний абзац. Хорошая, сильная цитата может так же работать, как и солидное заключение.

21. Как и в информационных материалах, полезно переписывать, не удовлетворяясь первым вариантом, текст от этого может стать только лучше. Хорошо писать — это мучение.

Контрольная матрица. Когда текст готов, не лишним окажется еще одна читка. Материал не может считаться корректным в части соответствия профессиональным стандартам, если в нем:

- 1) используются сведения, не соответствующие действительности;
- 2) есть только *один* источник информации (исключений, когда материал может основываться на одном источнике сведений не так много);
- 3) нет *ссылок* на источники;
- 4) отсутствуют *конкурирующие* точки зрения;
- 5) не представлены *все стороны* и участники события;
- 6) не дано слово объекту критики (если таковой присутствует в публикации);
- 7) в негативном контексте обозначаются пол, возраст, раса, национальность, язык, профессия, место жительства, отношение к религии (персонажа, героя), а также его физические и психические недостатки, фамилия, имя, отчество;
- 8) персонаж называется *виновным* или *преступником*;
- 9) заголовок, комментарии, оценки *логически* не вытекают из предъявленных фактических сведений.

Хотя в практике часто следуют правилу топ-медиа-магната Руперта Мэрдока: «Заголовок не должен отражать тему. Он должен привлекать внимание».

Большинство из предложенных характеристик текста в ряде стран перешли в разряд действительно профессиональных стандартов качественной журналистики. Наложение этой матрицы на подготовленные к опубликованию тексты может, при известной мотивации, выполнить роль самоаудита. А также стать способом предохранения от манипулятивного воздействия кого бы то ни было, будь то субъект от избирательного объединения, принесший материал в порядке бесплатного опубликования, или «политтехнолог», желающий пролоббировать нужное «клиенту» решение.

Этот набор критериев не всем представляется безупречным. Однажды на семинаре новосибирский журналист вызвался написать сугубо пропагандистский материал, пользуясь предложенной методой идентификации журналистских текстов. Логика его рассуждений такова.

1. Ссылки на источники? Нет вопросов:

- а) только на лояльные, т. е. поддерживающие позицию журналиста;
- б) на созданные самим же автором (имитация писем в редакцию, вброс нужных сведений в Интернет, а затем — ссылка на него и т. п.)

2. Материал, основанный *на одном источнике*, — плох?

- а) см. п. 1«а»
- б) количество источников можно мультиплицировать (умножать) до бесконечности.

3. Конкурирующие точки зрения? — Пожалуйста!

- а) «наша» будет изложена полностью, более конкретно; займет больший объем; будут использованы сильнейшие аргументы;
- б) «другая» будет представлена частично, в меньшем объеме; декларативно и голословно; будут применены слабейшие аргументы.

4,5. Слово объекту критики будет представлено. Даже целых два... самых неудачных и/или маловразумительных. Журналист и средство массовой информации не обязаны публиковать все...

6. Указанные характеристики можно представлять без негативного контекста, но в явно негативной конструкции, например: «Провинциал за 40, подпортивший зрение атеист-натурал» («это я о себе», — сделал ремарку журналист — *Б. Л.*).

7. Зачем так уж в лоб!? Есть формулировки типа: «признаки нарушения законодательства», «вина пока еще не доказана», «формально вне подозрений» etc, etc.

8. Напротив, заголовок может быть гротескно-комплиментарным: «На таких равняется молодежь!», «Гвозди бы делать из этих людей!» etc.

Скоротечная дискуссия показала, что всякая критика чего бы то ни было, базируется на обобщении собственного опыта. Молодой человек, похоже, изрядно поднаторел в диффамационных технологиях. В то же время согласился с возражением о том, что квалифицированный читатель в большинстве случаев идентифицирует тенденциозность отбора источников и их недостоверность, несбалансированность противоположных точек зрения и аргументов, негативный контекст и «негативную конструкцию», нарочитую иронию заголовка. Другое дело, что подавляющая часть аудитории не имеет соответствующей подготовки в распознавании манипулятивных приемов. Каким образом обеспечить всеобщее образование в этой части — задача не из тривиальных, поскольку в результате оно, с одной стороны, позволяло бы журналисту не только опознавать, но и предохраняться от целенаправленных внешних воздействий на содержание его выступлений. С другой стороны, при наличии соответствующей мотивации,

не становится самому субъектом манипулятивного обращения с аудиторией. Что же касается последней, то об укреплении иммунитета ее к рекламным, пропагандистским, «пиаровским» инфекциям пока можно только прекраснодушно рефлексировать. И строить прожекты о поголовных антима­нипулятивных прививках населению. Осталось за малым — произвести достаточное количество вакцины. Но это — другая тема.

«Разбор полетов». В одной из городских газет Челябинской области под рубрикой «Это мы, Господи!» был опубликован материал под заголовком:

У нас беспризорником трудно жить, но легко им стать

Еще лет пятнадцать назад любой нищий на улицах нашего города вызывал содрогание, а сейчас уже нет — привыкли. Привыкли к пропитым опухшим лицам взрослых людей, и к детским мордашкам зверенышей-попрошаек, и к пестрому тряпью усталых многодетных мам из Средней Азии (интересно, где их мужья-кормильцы?). Примелькались и те, и другие, и третьи... Для нас, рядовых обывателей, стало нормой жизни бросать звенящую мелочь в протянутые грязные руки нищих. А затем, быстро отдернув свои чистые, бежать прочь, не задумываясь о происходящем вокруг.

Оставим взрослых — у них свои грехи, оставим азиатов — у них свои проблемы. Поговорим о детях. Тех самых, которые словно подвешены вниз головой к дереву жизни. О тех, которых каждый день встречаем на улицах города, которые хитрят, лгут, изворачиваются перед нами, чистыми и сытыми, вызывая раздражение. А вы не замечали, что они всегда прячут свои глаза, в которых сокрыты ненависть и страх одновременно? Сейчас они всего лишь жалкие, беспомощные комочки жизни. А вырастут — кем они будут? Преступ-

никами? Скорее всего. И тогда уже мы будем прятать от них свои глаза, полные страха и ненависти.

Проходя по улицам, я вижу знакомые лица. Вот две девчушки. Они из той же касты «подвешенных». Одной лет десять-одиннадцать, другой семь-восемь: старенькие пальтишки, рваные шапочки, замедленная речь. Та, что постарше, проявляет больше признаков активности. Быстро ориентируясь в лицах прохожих, то радостно хлопает в ладоши и громко выкрикивает: «С праздником!» (благо, у нас их предостаточно), то, торопливо рисуя на пуговицах полукруг, означающий, вероятно, крест, жалобно протягивает: «Подайте хста ради...». Вторая держится немного поодаль и молчит. Вечером их действия и причитания меняются на деловые предложения. Прохожих становится меньше, магазины полупусты. Возле ларька толпится группа молодых людей, решивших сходить за «Клинским». Не теряя времени даром, девчушки подходят к парням и, очаровательно улыбаясь, просят угостить сигареткой, пивом, предлагая взамен себя на вечер. Невольно став свидетелем этого торга, я испугалась собственной догадки: «Эти девочки — проститутки». Рассказав о своих наблюдениях знакомым, я выслушала целый букет мнений: «Ужас!», «Ну и что?», «Уже ничего не поделаешь...», «Родители виноваты», «Власть до этого довела»...

Мне не дает покоя мысль, что это все же... маленькие дети. Еще пока маленькие. Но они уже никогда не узнают, что означают слова «любовь», «доброта», «нежность»... Как не узнаем мы, что привело их на улицу, — вряд ли эти отверженные захотят говорить с кем-то по душам. Они презирают нас ничуть не меньше, чем мы их.

Я ни к чему не призываю, просто прошу немного снисхождения и жалости к этим, уже, вероятно, с омертвевшими

душами девочкам. Ведь опоганили и унизили их мы — своим равнодушием и невниманием. А мы, все вместе взятые, — и есть общество, которое, как принято считать с моральной точки зрения, за все в ответе. Интересно, какая душа у нашего общества?..

Попробуем препарировать текст с помощью «контрольной матрицы», другими словами, попытаемся определить его изъяны.

Изъян первый. Судя по тексту, материал основан на одном источнике, это сама автор, с ее наблюдениями, мыслями, рассуждениями. Правда, она ссылается еще и на круг знакомых, реакцию которых она заковычила в несколько фраз.

Изъян второй. Автором называются «виновники», т. е. те субъекты, действия или бездействия которых являются причиной беспризорности детей, а именно: родители, «власть до этого довела», «их порождает само наше общество». Очевидно, что все названные имеют к этому отношение, хотя степень их «участия» требует более точной и квалифицированной оценки (этого в материале также нет). В жизни, как правило, решение каждой проблемы зависит от организации с конкретным названием и местонахождением, а также от лиц с вполне определенными именами отчествами, фамилиями и должностями.

Изъян третий. По ходу повествования автор ставит несколько вопросов. Но в контексте они носят исключительно риторический характер. В то же время тема требует хотя бы каких-то ответов. Здесь требуется добросовестное исследование фактов, а не манипулирование расхожими стереотипами. Без этого подобные материалы только тиражируют проблему, умножают горе, и далее вызывают раздражение квалифицированного читателя самой безысходностью постановки во-

проса. С тезисом «уже ничего не поделаешь...» нельзя согласиться по умолчанию. Как всякая социальная проблема, детская беспризорность требует своего разрешения. Нельзя этого требовать от журналиста, он — не семи пядей во лбу, но его задача представить всех, имеющих отношение к поставленной проблеме, с их мнениями, оценками и, главное, конструктивными предложениями.

Изъян четвертый. Здесь мы снова возвращаемся к первому — отсутствию необходимого и достаточного количества источников. А среди них вполне уместны: комиссия по делам несовершеннолетних, милиция, места, где «кучкуются» беспризорники, они сами с их судьбами, родители, педагоги, эксперты, да мало ли еще кто может выступить в качестве источника информации для подготовки публикации.

Изъян пятый. Заголовок заявляет сразу две темы: 1) как живут беспризорники, и 2) как ими становятся. Однако при внимательном знакомстве с текстом получается, что ни та, ни другая в контексте не раскрываются. Обещание оказалось не выполненным.

Поэтому следует не только возмущаться, горевать, унывать, раздражаться, разочаровываться и ужасаться. Но и учить, атаковать, защищать, рекомендовать, задавать вопросы и находить ответы, «указывать пальцем», интерпретировать, разоблачать, развлекать, усиливать осознание проблемы, объяснять, аргументировать, хвалить, предлагать. И опять-таки с помощью людей, которые могли бы стать источниками ценнейших мнений, сведений, фактов, конструктивных предложений.

Вряд ли этот материал был выставлен на открытие дискуссии, для начала большого разговора, поскольку тема детской беспризорности имеет длительную мотивацию в новейшей истории страны и регионов.

ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

Однажды факультет журналистики пригласил для преподавания одного из руководителей средств массовой информации. Процедура приема на работу предусматривала на заявлении поступающего визу инженера по... технике безопасности. Однако эту разрешительную подпись можно было получить только после соответствующего инструктажа. Инженер оказался заядлым буквоедом и долго не поддавался на уговоры подписать документ без встречи с заявителем и необходимых наставлений. После многократных уговоров бывший офицер, а они часто занимают подобные должности, скрепя сердце, расписался.

Что говорить о других профессиях, где без экзамена по технике безопасности к работе не допускают вовсе. «Не включай! Работают люди!» — табличка на рубильнике предупреждает электрика. «Не стой под стрелой!» — напоминание стропалью. «Изолируй себя от изделия, на котором работаешь!» — электросварщику. Сдавший экзамен, получает письменное разрешение профессионально работать. Человеку с улицы, не имеющему специальной подготовки, исполнять обязанности в очень многих отраслях человеческой деятельности запрещается.

Иное дело — журналистика. Ею занимаются отнюдь не только выпускники факультетов журналистики, прошедшие обучение в соответствии с государственными образовательными стандартами. Но и любой человек, имеющий некоторое образование, литературные способности, претензии на готовность «сеять разумное доброе, вечное» с газетных полос или в эфире, а также амбиции по части реализации собственных представлений о профессии. Это приводит к все более вызывающему непрофессионализму в работе многих средств массовой информации, что проявляется, прежде всего, в игнорировании либо по неведению, либо по халатности, либо по осознанному решению — правовых и этических норм профессии. Одно из следствий — не снижающееся количество судебных исков к журналистам и средствам массовой информации.

«Исковая активность» вызвана рядом причин.

Во-первых, аудитория средств массовой информации не собирается больше спускать работникам пера, микрофона и телекамеры фактические ошибки, несправедливые оценки, касающиеся репутации всех, кто становится объектом журналистского внимания, будь это домохозяйка или председатель правительства.

Во-вторых, невозможностью людей «дать сдачи» иным путем. «Право на ответ», предусмотренное «Законом о средствах массовой информации РФ», как правило, реализуется не часто. Доступ к «рулю» четвертой власти хорошо охраняется в прямом и переносном смысле.

В-третьих, самонадеянностью и самомнением части журналистов, считающих себя мессией, и потому судящих всех и вся без существенных для того оснований.

В-четвертых, представлениями о том, что скандальность, цинизм, эпатаж публики заголовками, подзаголовками, агрес-

сивным стилем подачи материалов, повышают рейтинг передачи и увеличивают тираж издания.

Наконец, юридической беспомощностью журналистов, о чем свидетельствуют многочисленные примеры грубых правовых и этических ошибок.

Есть еще два объяснения роста количества привлечений журналистов к судебной ответственности. Одно из них — низкий порог взимаемой с истца пошлины. Она составляет 100 рублей с физического лица и 2 000 с юридического (данные января 2007 г.). Попытки Фонда защиты гласности поднять этот порог, связать в процентном отношении ее размер с суммой требуемого возмещения морального вреда, оказались безуспешными, т. к. существенное повышение пошлины, по мнению юристов, не позволит большинству граждан воспользоваться правом на судебную защиту.

Другое объяснение связано с тем обстоятельством, что начальники, управленцы, представители властей (по подсчетам специалистов) подают иски значительно чаще, нежели иные граждане. Многие из них применяют 152-ю статью Гражданского Кодекса РФ как законное средство расправы с неугодным журналистом или средством массовой информации. И не без успеха.

Однако задача состоит в том, чтобы минимизировать ошибки самих журналистов. Понять и зафиксировать самые типичные из них, значит облегчить поиск правил техники безопасности работников средств массовой информации.

Типичные оплошности и упущения

Пренебрежение правом и обязанностью журналиста «проверить достоверность сообщаемой ему/им информации». Это наиболее часто встречающийся изъян во время сбора фактов и сведений для материала.

Молодой журналист побывал в Уктусском доме-интернате для престарелых и инвалидов, спросил обитателей и персонал о жизни-бытии, узнал о том, что в заведении находится мать известного уральского композитора Евгения Родыгина, и в опубликованном материале привел такую фразу: «По словам врачей, ее знаменитый сын никогда к ней не ходит и ничем матери не помогает». Возмущение автора «Уральской рябинушки» и угроза судом последовали незамедлительно.

Попутно говоря, все слова и обороты с частицей «не» и «ни» требуют осмотрительного применения. Если хотя бы один раз заботливый сын побывал у матери, то сведение в изложении автора статьи не будет считаться соответствующим действительности. Впоследствии газетчику пришлось снова опрашивать врачей и оформлять письменно их свидетельства.

Главный юридический консультант «Известий» Макс Хазин рассказывал: «Газета опубликовала письмо читателя об армейских буднях Макашова. В частности, там говорилось, что он заставлял избивать солдат. Выйдя из тюрьмы (после событий 3-4 октября 1993-го — *ред.*), генерал предъявил судебный иск и выиграл его, т. к. в доказательство своей правоты автор не смог предъявить ничего, кроме рассказа случайного вагонного попутчика».

Суть здесь в том, что Гражданский Кодекс РФ в части статьи 152 «Защита чести, достоинства и деловой репутации» предполагает презумпцию ответственности журналиста, как и всякого другого гражданина, за распространенные им сведения.

Гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности.

Гражданский Кодекс РФ, ст. 152.

Журналист по определению заранее вынужден готовиться обеспечить юридически надлежащими способами защиту используемых в публикации или передаче сведений. В уголовном процессе определение виновности или невиновности возлагается на суд, в гражданском наоборот, «невиновность» доказывается самим распространившим сведения, ответчиком.

Известно, что в Законе о средствах массовой информации РФ одна и та же норма зафиксирована в двух статьях: 47 «Права журналиста» и 49 «Обязанности журналиста» — проверять достоверность сообщаемой ему и им информации. Правила для этого весьма непритязательны (см. «Правила работы с источниками». с. 44–45).

Проверять достоверность сведений крайне важно еще и потому, что судьи, как правило, усматривают умысел в действиях журналиста, пренебрегшего требованиями проверки информации, а это обстоятельство значительно осложняет положение и редакции, и автора опубликованного материала.

Языковая, стилистическая приблизительность и небрежность, неумеренное и неосмотрительное использование нелестных эпитетов.

Судя по проистекающим в судопроизводстве делам, одна из основных причин заключается в... «великом и могучем», когда журналисты становятся жертвами вольного обращения с родным языком.

В статье «Холостой выстрел», опубликованной в «Уральском рабочем», одно из действующих лиц — Зырянов — был назван браконьером, что послужило поводом для искового заявления. Ответчица иска не признала. Называя его браконьером, считала, что выражает свое личное мнение. Однако согласно Уголовному Кодексу РФ никто не может быть признан виновным иначе, как по приговору суда. В соответствии

с «Правилам охоты на территории Свердловской области» браконьерством считается: охота без охотничьего билета, на запрещенные виды животных, в запрещенных местах, на диких копытных, бурого медведя без лицензий... Ни одно из этих положений Зыряновым нарушено не было. В этой части иск был удовлетворен, газета обязывалась опубликовать опровержение и принести извинения.

Известный московский журналист Александр Минкин в статье, опубликованной в «Московском комсомольце», употребил по отношению к вождю ЛДПР следующее суждение: «Жириновский притворяется идиотом. А может, не притворяется». Судья отказался назначить экспертизу, чтобы выяснить, подходит ли г-н Жириновский под третью степень слабоумия (дебил-имбецил-идиот). В результате Минкин не смог доказать свою правоту и избежать ответственности.

Подчеркнем, речь идет не о запрете использования эпитетов. Более того, без этой части речи газетные статьи кажутся пресными, а ведущие передач — занудами. Известное в Екатеринбурге дело «СГТРК против И. В. Шеремета» стало прецедентным по своему решению. Поводом для иска о защите чести, достоинства и деловой репутации стали «резкие и недостаточно корректные высказывания в адрес СГТРК» ведущим программы «9¹/₂». Арбитражный суд Свердловской области пришел к выводу: «Эти высказывания носят оценочный характер, выражают позицию и отношение ответчика к работе СГТРК, конкретных фактов или сведений, порочащих деловую репутацию истца, в их текстах не усматривается, т. е. содержание этих передач не подпадает под признаки распространения сведений, не соответствующих действительности».

Однако практика подсказывает: значительно безопаснее не пригвождать человека хлестким эпитетом, например, назы-

вать его «скудоумным», а продемонстрировать набор фактов, который сам приведет аудиторию к той же оценке.

Особым раздражителем часто становятся заголовки. «Кровавая мэрия» — так озаглавила материал о работе администрации г. Екатеринбурга газета «На смену!». «Окалambu-рование» названия известного коктейля привело к длительным судебным тяжбам редакции с администрацией.

Использование предположений без доказательств и свидетельств. В статье «Группа риска», опубликованной в газете «Тагильский рабочий», было сказано, что в своем выступлении на слете «Союза борьбы за народную трезвость» некто Бестужев «не удержался от внедрения своих явно непоследовательных и шовинистических идей в сознание малокомпетентных слушателей». Забавность случая в том, что корреспондент на слете не присутствовал, но вложил в уста Бестужева слова, которые тот часто произносил в лекциях и на митингах, но не на том слете, о котором шла речь в материале! Правда, автор процитировал письмо, подписанное 21-м членом общества «Мемориал». Показания свидетелей, исследование магнитофонной записи подтвердили то обстоятельство, что Бестужев не «высказывал шовинистические и антисемитские призывы». По решению суда газета должна была опубликовать опровержение и извинения.

Формула Анатолия Аграновского: «Видел сам, рассказывали, предполагаю» означает необходимость четкого разграничения и обозначения способов получения информации журналистом. Все «рассказы», в том числе изложенный в письме активистов «Мемориала», следует проверять дополнительно. Как предположения и слухи.

Отказ выслушать другую сторону и представить конкурирующие точки зрения. Опытнейший редактор, более

двадцати лет руководивший разными изданиями, на семинаре, где обсуждались этические проблемы журналистики, предложил: «Пора нам записать в своде правил поведения журналистов норму — обязательно выслушивать другую сторону». Энтузиазм, с которым он это произнес, заслуживает отдельной иронии. Мировой журнализм давно уже пришел к выводу: если по той или иной проблеме существуют разные точки зрения, обязательно предъявляются все. Причины игнорирования этого простого правила: многодесятилетняя история воспитания в моноидеологическом режиме, а также излишняя внушаемость и впечатлительность, когда репортер поддается обаянию одного рассказчика и забывает о многих других. А в начале текущего тысячелетия сами журналисты «глушат» другие голоса еще и по иным соображениям: *эта* точка зрения более прибыльна в политическом или экономическом отношении.

Некорректное применение монтажа (верстки) материалов. Известно, что монтаж, т. е. стыковка двух самостоятельных по содержанию фактов, сюжетов, фотографий и пр. либо усиливает и тот, и другой, либо создает иной смысл, некое третье значение.

В районной газете Пермской области опубликовали репортаж «Праздник удался» с выпускного вечера одной из специализированных школ. Но под ним подверстали басню с названием... «Ученый осел». Ничем иным, как желанием ответственного секретаря позабавиться, это вряд ли объяснишь. Но не всегда такие «забавы» безобидны.

В газете «Диалог» г. Полевского Свердловской области поместили отчет с пресс-конференции председателя комитета по управлению имуществом. В тексте не раз появлялась фамилия бывшего мэра города, — кандидата на тот же пост.

Рядом с отчетом заверстали рисунок, на нем был изображен босой, с винтовкой в руках, буденовкой на голове, с перекрестными лентами с патронами на груди человек неопределенного возраста. Под рисунком подпись «Он еще повоюет». Такими же словами, кстати, заканчивался и текст отчета. В результате: исковое заявление кандидата в мэры, многочисленные экспертизы, судебное разбирательство.

Обобщения и выводы, основанные на ограниченном материале. Выражая свою оценку или формулируя собственную позицию в ходе подготовки материала, журналист всегда основывается на необходимом и достаточном количестве фактов, которые привели его именно к этим обобщениям. Часто случается, однако, что исходных материалов для заявленных выводов явно не хватает.

Журналистка опубликовала статью, где описывалась неблагоприятная обстановка, сложившаяся в одном из научно-исследовательских учреждений. В тексте оказалась фраза, послужившая поводом для искового заявления, суда и проигрыша газеты. «За время руководства институтом (имярек — *ред.*) половина сотрудников разбежалась». Простой подсчет уволившихся и уволенных показал совсем иную картину. Не случайно знающие толк в общении советуют: всегда переводите проценты и части целого, о которых говорят собеседники, — в абсолютное число. Ошибок при воспроизведении будет значительно меньше.

Пересказ своими словами заявлений должностных лиц. Журналист опубликовал в газете отчет с брифинга губернатора Свердловской области А. Страхова под названием «Вместе тесно, — а врозь?». В нем было сказано: «Кстати, А. Страхов выразил на брифинге и удивление действиями депутатов (названы фамилии — *ред.*), которые, если верить письму

руководства АО «Уралмаш» вмешиваются в дела коллектива, подстрекая его к бунту в связи с ситуацией вокруг «Спецтехники». Один из депутатов подал иск и потребовал возмещения причиненного морального вреда.

Дело закончилось вполне миролюбиво, народный избранник отозвал заявление, но факт примечателен. Сам губернатор не точно процитировал письмо гендиректора завода, в котором не упоминалось слово «бунт», т. е. одна ошибка уже была сделана руководителем области. Опубликовав эту информацию, журналист не только растиражировал ее, но и взял ответственность за соответствие действительности изложенных сведений на себя. Тогда как требовалось сделать иначе: завычитать высказывание губернатора и, тем самым, «переложить» ответственность на должностное лицо. Тогда, согласно ст. 57 Закона о средствах массовой информации РФ, журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.

Итак, примерные правила техники безопасности.

Проверять достоверность получаемых и сообщаемых сведений.

Избегать использования неподтвержденных сведений и слухов (см. «Правила работы с источниками». С. 42).

Хранить в надежном месте все материалы, включая записные книжки, кассеты, свидетельские показания, копии документов, фотографии. Все это может понадобиться в суде. Журналистка в связи с переходом из одной газеты в другую оставила, а затем и утерья подготовительные материалы к статье, где разбирался конфликт между родителями и их родной дочерью. Через год после публикации они понадобились, родители подали исковое заявление в суд по статье 152 Гражданского Кодекса РФ. Потребовалось очень много времени и работы, чтобы восстановить утерянное.

Знать условия, при которых журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.

Согласно ст. 57 Закона РФ о средствах массовой информации такое «освобождение» возможно лишь в шести случаях:

- 1) если эти сведения присутствуют в обязательных сообщениях (ст. 35 «Обязательные сообщения» того же закона);
- 2) если они получены от информационных агентств;
- 3) если они содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;
- 4) если они являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений народных депутатов на съездах и сессиях, делегатов съездов, конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений.

Следует подчеркнуть термин дословным, поскольку небрежность в цитировании, отсутствие кавычек, изложение своими словами заставляют суды не считать «воспроизведение фрагментов» дословным, и, следовательно, журналисту и редакции приходится отвечать, а нередко и возмещать моральный вред.

- 5) если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с Законом РФ о СМИ;
- 6) если они являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации.

В последнем случае всякая редактура, включая расстановку знаков препинания в материале другого СМИ, может привести к решению суда о недословном воспроизведении со всеми вытекающими из этого последствиями.

Знать точное толкование терминов:

клевета — распространение заведомо ложных, позорящих другое лицо измышлений;

оскорбление — умышленное унижение чести и достоинства личности, выраженное в неприличной форме;

честь — общественная оценка личности, мера духовных, социальных качеств гражданина;

достоинство — внутренняя самооценка собственных качеств, способностей, своего общественного значения;

деловая репутация — профессиональная, служебная оценка предприимчивости, конкурентноспособности, состоятельности, надежности, стабильности и т. п. гражданина или юридического лица;

диффамация — оглашение в средствах массовой информации сведений (действительных или мнимых), позорящих кого-либо;

моральный вред — нравственные или физические страдания, причиненные гражданину действиями (бездействием), посягающими на принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона нематериальные блага (жизнь, здоровье, достоинство личности, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна и т. п.);

частная жизнь — сфера жизни гражданина вне исполнения им производственных и общественных обязанностей, составляющая его личную или семейную тайну;

слухи — известия, сведения, достоверность которых не установлена;

право на ответ — возможность любого гражданина предложить СМИ свою версию относительно опубликованных фактов, с журналистской оценкой которых он не согласен;

опровержение — доказательство ложности, неверности чьих-либо утверждений, каких-либо слухов и т. п.

Корреспондент газеты «Подобности» Виктор Белимов, получивший премию Свердловского Союза журналистов за расследовательскую статью «Сколько стоит клятва Гиппократа» и проигравший в районном суде начальнику департамента здравоохранения г. Екатеринбурга, перед опубликованием материала проделал следующее: зачитал фрагменты текста тем источникам, которых цитировал, при этом разговор записал на диктофон; готовый текст дал прочесть специалистам областного управления здравоохранения. Его выводы:

«если человеку (источнику информации) грозят, если его открытость журналистам повлияет на карьеру, то он имеет право отказаться от своих слов;

акт контрольно-ревизионного управления освобождает журналиста от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности согласно 57-й статье Закона о СМИ РФ, но только в том случае, если документ получен официально, если акт не подписан проверяющими, он юридически не достоверен;

есть необходимость проверять даже сведения, изложенные в акте КРУ;

когда пишешь, снижай пыл разоблачительства (вспомним Анатолия Аграновского: «Чем острее проблема, тем спокойнее должен быть тон»);

в любом случае необходима последняя встреча с «виновником», нельзя загонять человека в угол, следует дать ему возможность высказаться».

Кстати, для подготовки статьи потребовалось 30 интервью и 40 официальных запросов.

Тогдашний редактор «Подобностей» Сергей Панасенко, принимавший непосредственное участие в подготовке статьи, уточнил:

«приступая к расследованию, следует исходить из принципа: наша публикация будет иметь последствия, и к ним нужно готовиться;

сбирать материал следует « в открытую», т. е. персонаж должен знать о действиях редакции и журналиста».

Поэтому с руководителем здравоохранения города редактор встретился в самом начале работы над статьей, и после того, когда она была готова. На последней встрече чиновник прочитал текст, в результате чего несколько фактов были изъяты, т. к. последний доказал несоответствие их действительности.

Методика самозащиты

Нередко бывает так, что к журналистам и редакциям предъявляют претензии по поводу обнародованной информации. Речь идет о требующих ответа, опровержения, возмещения морального вреда, реже — уголовного наказания. Часть «недовольных» журналистами, хотела бы «рассчитаться» с ними за критику, в том числе и через суды. Подобные действия требуют специфического метода защиты, доказывания собственной правоты и необходимости опубликования вызвавшего протесты материала. А это можно сделать если утвердительно ответить на пять вопросов.

Первый: *соответствуют ли действительности фактические сведения, изложенные в материале (сюжете, программе)?* При этом соответствие действительности изложенных фактов определяется наличием: не менее двух свидетелей произошедшего (сказанного, увиденного); надлежащим образом оформленных документов, аудио, фото, кино, видео записей; официальных ответов на запросы редакции. Кроме того, если соблюдена профессиональная процедура проверки полученных сведений: повторное обращение к источникам, наличие заключений эксперта, юриста. Наконец, если соблюдены все

шесть условий (согласно ст. 57 ЗРФ «О средствах массовой информации»), при которых журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.

Второй: получены ли эти сведения *законными способами*?

«Законные» способы: официальный запрос информации; исчерпывающее исполнение прав и обязанностей журналиста (согласно ст. 47, 49 ЗРФ «О СМИ»); соблюдение требований ст. 50 «Скрытая запись» ЗРФ «О СМИ»; визирование интервью должностного лица (ст. 3 ЗРФ «О СМИ»); исполнение требований ЗРФ «О государственной тайне», а также отсутствие признаков нарушения авторских и смежных прав (ст. 145 УК РФ). Помимо этого, информация считается полученной законным способом, если соблюдены все предусмотренные процедуры и режимы получения документов в государственных и общественных организациях. В Кодексе профессиональной этики российского журналиста также подчеркивается: «При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации». К незаконным способам получения информации следует с необходимостью отнести: кражу документов и материалов, проникновение на специально охраняемую территорию, скрытую запись, прослушивание телефонных разговоров, перлюстрацию и некоторые другие.

Третий: представляют ли опубликованные сведения *общественный интерес*?

Информация представляет общественный интерес в том случае, когда ее распространение способствует *благополучию, благосостоянию, безопасности большинства* аудитории данного средства массовой информации и/или третьих лиц. Акт нарушения законных прав и интересов отдельного гражданина

в большинстве случаев есть событие, представляющее общественную значимость. Конкретизацию этого «правила четырех «Б» легко найти в существующем российском законодательстве. Например, согласно Указу Президента РФ «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию», где информацией, представляющей общественный интерес, маркируются сведения о деятельности государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц и принимаемых ими решениях, связанных с соблюдением, охраной и защитой прав и законных интересов граждан. Сведения, не подлежащие засекречиванию и отмеченные в ст. 7 ЗРФ «О государственной тайне», также являют собой ни что иное, как общественно значимую информацию.

Своеобразную трактовку общественного интереса предложил Алексей Венедиктов: «Я, например, считаю, что воровать плохо, но когда журналист приносит мне украденный документ, что по идее вступает в противоречие с моей внутренней этикой, я все равно обнародую его, так как я на службе у своих слушателей, а для них это важно. И это этично. Два года назад мой журналист действительно украл информацию о введении в школах начальной военной подготовки. Этот проект был физически украден — журналист взял листок со стола заместителя министра. Мы обнародовали проект, поставив вопрос, и общество его обсуждало до принятия решения. Таким образом, журналист украл, что абсолютно не этично по всем заповедям, но тем самым обществу он принес пользу».

Четвертый: *минимизируется ли вред персонажу (источнику) в тексте публикации (передачи)?*

Минимизация вреда достигается: обеспечением конфиденциальности источника информации (ст. 41 ЗРФ «О СМИ»), соблюдением права на ответ и опровержение (ст. 43, 46 ЗРФ

«О СМИ»); отсутствием злоупотреблений правами журналиста (ст. 51 ЗРФ «О СМИ»); изъятием признаков нарушения равноправия граждан по принципу расы, национальности или отношения к религии (ст. 74 УК РФ); отсутствием признаков клеветы и оскорбления (ст. 129, 130 УК РФ); сохранением тайны переписки, телефонных переговоров и телеграфных сообщений (ст. 135 УК РФ); отсутствием нарушений неприкосновенности жилища граждан (ст. 136 УК РФ); отсутствием признаков нарушения ст. 152 ГК РФ «Защита чести, достоинства и деловой репутации». К минимизации вреда следует с необходимостью отнести также и норму из Кодекса профессиональной этики российского журналиста, которая предлагает журналисту воздерживаться «называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы». С особой строгостью это соблюдается, «когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних». Многочисленные приемы минимизации можно отыскать в профессионально-этических кодексах журналистов других стран. Шведские коллеги, например, считают нормой, и записали в свой «Этический кодекс для работников прессы, радио и телевидения» следующее: «Дайте возможность человеку, в чей адрес были высказаны критические замечания, ответить на них». А российская Гильдия судебных репортеров руководствуется таким правилом: «Любое лицо, которое становится объектом нашей критики, имеет право изложить свою точку зрения, как правило, до передачи материала в печать или в эфир».

Пятый: способствует опубликование материала (передачи) *максимизации блага* для большинства аудитории?

Максимизация блага обеспечивается: подчеркиванием пользы, которую принесет публикация, предупреждением об опасности, советами экспертов.

В «Международных принципах журналистской этики» записано: «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления (в другом переводе — «не как удобство» — Б. Л.). Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответственен не только перед теми, кто контролирует средства массовой информации, но, прежде всего, перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы».

Минимизация вреда и максимизация блага от обнаружения журналистского материала могут усиливаться или ослабляться позицией автора, его эмоциональным откликом, убежденностью, страстностью, публицистичностью, наконец.

Соблюдение этих простых правил при наличии соответствующей мотивации способно выработать иммунитет к внешним интервенциям в журналистику и сохранить профессиональное достоинство ее служителей.

ЛИТЕРАТУРА

- Аграновский А. А. Избранное. В 2 т. Т. 2. М., 1987.
- Аграновский В. А. Кто ищет... Ч. III, гл.2 «Вторая древнейшая...». М., 1988.
- Журналистское расследование. История метода и современная практика. СПб., 2001.
- Журналист в поисках информации : сб. материалов для работников СМИ и будущих журналистов / под ред. А. К. Симонова. М., 2004.
- Искусство разговаривать и получать информацию : хрестоматия / сост. Б. Лозовский. М., 1993.
- Кинг Л. Как разговаривать с кем угодно, когда угодно и где угодно. М., 2006.
- Лазутина Г. В. Основы журналистского творчества. М., 2001.
- Лазутина Г. В. Технология и методика журналистского творчества. М., 1988.
- Лозовский Б. Н. Журналистика : техника безопасности. Тюмень, 2004.
- Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации : крат. слов. Екатеринбург, 2007.
- Лукина М. М. Технология интервью. М., 2004.
- Мельник Г. С. Общение в журналистике : секреты мастерства. СПб., 2006.
- Основы творческой деятельности журналиста / ред.-сост. С. Г. Корконосенко СПб., 2000.
- Отт У. Вопрос + ответ = интервью. М., 1991.
- Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности : сб. ст. и материалов / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2008.
- Рубинов А. Операции без секретов. М., 1996.
- Рубинов А. З. Частная жизнь журналиста. М., 1994.
- Рэддик, Кинг. Журналистика в стиле он-лайн.
- Рэндалл Д. Универсальный журналист. М., 1996.

Современная журналистика. Дискурс профессиональной культуры / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург, 2005.

Смирнов Г. Осталось только сесть и написать // Наука и журналистика. М., 1970.

Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. М., 1993.

Тертычный А. А. Расследовательская журналистика. М., 2002.

Технология работы журналиста : тексты / сост. Б. Н. Лозовский. Екатеринбург, 2000.

Третьяков В. Т. Как стать знаменитым журналистом. М., 2004.

Уллмен Дж. Журналистские расследования. Современные методы и техника. М., 1998.

Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики. Falth Tryckeri, Вэрнамо, Швеция, 1999.

Шостак М. И. Репортер : профессионализм и этика. М., 1999.

Hay V. The Essential Feature. Writing for Magazines and Newspapers. 1990. № 4.

Homer L. Hall. High School Journalism. NY, 1985.

Hough Y. A. News Writing. Boston, 1988.

Izard R. S., Culberston H. M., Lambert D. A. Fundamentals of News Reporting. Iowa, 1990.

Schulte H. H., Dufresne M. P. Getting the Story. An Advanced Reporting Guide to Beats, Records and Sources. 1994. № 4.

Ежегодник Фонда защиты гласности. Итоги 1998 года. М., 1999.

Защита чести и достоинства : теоретические и практ. вопросы. М., 1997.

Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации 1996—97 гг. : решения, рек., экспертные заключения. М., 1997.

Техника юридической безопасности для журналиста. М., 2000.

Честь, достоинство и репутация: журналистика и юриспруденция в конфликте. М., 1998.

*** **

Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации». Кодекс профессиональной этики российского журналиста // Профессиональная этика журналиста : док. и справ. материалы. М., 2002.

Пакт о жанрах и журналистских стандартах // Там же.

Положение о принципах и системе общественного контроля за соблюдение журналистами положений Кодекса профессиональной этики российского журналиста // Лозовский Б. Н. Журналистика : техника безопасности. Тюмень, 2004.

СОДЕРЖАНИЕ

- 5 Журналистика как таковая
- 28 Технология работы
- 74 Техника безопасности
- 92 Литература