

Vasile Dumbrava,  
Lina Kushch,  
Alina Tofan (Hg.)

# **Journalistische Ethik und Medien im postsowjetischen Raum**

Журналистская этика и деятельность СМИ  
на постсоветском пространстве

Journalistische Ethik und Medien  
im postsowjetischen Raum

Журналистская этика и деятельность СМИ  
на постсоветском пространстве



# **Veröffentlichungen des Moldova-Instituts Leipzig**

Herausgegeben von  
Vasile Dumbrava, Lina Kushch und Alina Tofan

Band 9

Vasile Dumbrava, Lina Kushch, Alina Tofan (Hg)

**Journalistische Ethik und Medien  
im postsowjetischen Raum**

**Журналистская этика и  
деятельность СМИ  
на постсоветском пространстве**

VERÖFFENTLICHUNGEN  
DES MOLDOVA-INSTITUTS LEIPZIG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [http:// dnb.ddb.de](http://dnb.ddb.de) abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Moldova-Instituts Leipzig unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gefördert durch das Auswärtige Amt



Auswärtiges Amt

© Moldova-Institut Leipzig 2017

Satz und Gestaltung: Mihail Băț

ISBN 978-3-00-055486-5.

## Inhaltsverzeichnis / Оглавление

<b>Vasile Dumbrava</b>	
Zum Geleit.....	7
Вступительное слово.....	10
<b>Lina Kushch, Alina Tofan</b>	
Vorwort.....	13
Предисловие.....	16
<b>I. МЕДИАСФЕРА: СТРУКТУРА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ. КРАТКИЙ ОБЗОР</b>	
<b>Петру Маковей</b>	
СМИ Молдовы.....	21
<b>Роман Жолудь</b>	
СМИ Российской Федерации.....	31
<b>Сергей Штурецкий</b>	
СМИ Украины.....	42
<b>II. СВОБОДА СЛОВА И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ЭТИКА НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ</b>	
<b>Виорика Захария</b>	
Этические проблемы молдавских СМИ.....	55
<b>Роман Жолудь</b>	
Провокация в журналистике: цели и границы.....	61
<b>Дмитрий Кизянов</b>	
Судебная журналистика: между законом и этикой.....	68
<b>Оливия Пырцак</b>	
Закон о свободе выражения мнения с точки зрения ответственности СМИ ....	77
<b>Наталья Выговская</b>	
Вызовы и угрозы социальных сетей для медиа в региональном контексте.....	87

### III. МЕДИЙНЫЕ СТАНДАРТЫ И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

#### **Виктор Юкечев**

О медийных стандартах и общественных расследованиях..... 97

#### **Марина Дорош**

Медиаграмотность как инструмент повышения журналистских стандартов... 107

#### **Петру Маковей**

Саморегулирование СМИ в Республике Молдова и деятельность Совета  
Прессы ..... 116

#### **Ольга Гуцуцуй**

Координационный Совет по телевидению и радио (КСТР) – инструмент  
регулирувания и саморегулирувания аудиовизуального рынка  
Республики Молдова..... 124

#### **Татьяна Бундуки**

Элементы саморегулирования в ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» ..... 131

### IV. СМИ И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ЭТИКА В ОСВЕЩЕНИИ КОНФЛИКТОВ

#### **Иосиф Дзялошинский**

Медийные стратегии вражды: языковые и образные средства..... 141

#### **Сергей Штурхецкий**

Проблемы соблюдения журналистских стандартов во время освещения  
событий в зоне боевых действий ..... 149

#### **Лина Куц**

Освещение тематики переселенцев и жителей неподконтрольных  
украинскому правительству территорий в украинских СМИ:  
этапы развития ..... 156

#### **Юлия Абибок**

Очевидный «враг». Внутренне перемещенные лица в украинских СМИ ..... 164

#### **Юлия Суркова**

Состояние СМИ и проблемы свободы слова на территории вооруженного  
конфликта востока Украины..... 173

Список авторов и издателей..... 179

## Zum Geleit

Die Idee zu diesem Sammelband geht zurück auf das Projekt *Gemeinsam gegen Missbrauch der Medien durch Politik und Oligarchen*, das im Jahre 2016 vom Moldova-Institut Leipzig e.V. (MIL) durchgeführt wurde. Gefördert wurde dieses Vorhaben vom Auswärtigen Amt Berlin im Rahmen des Programms „Ausbau der Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft in den Ländern der Östlichen Partnerschaft und Russland“. Dieses Programm war im Jahre 2014 als ein Neuansatz der auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik im Sinne einer Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft hin zu einer „Außenpolitik der Gesellschaften“ konzipiert worden. In seinem Rahmen werden Projekte der Zivilgesellschaft in den sechs Ländern der Östlichen Partnerschaft (Armenien, Aserbaidschan, Belarus, Georgien, Republik Moldau und Ukraine) gefördert; seit 2015 auch Vorhaben in Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft in Russland.

Unser Projekt *Gemeinsam gegen Missbrauch der Medien durch Politik und Oligarchen* hatte das Ziel, zur Fortbildung von Journalisten aus der Republik Moldau, der Ukraine und Russland sowie zum Aufbau eines transregionalen Netzwerks von Experten für Qualitätsjournalismus und Medienethik beizutragen. Zur Verwirklichung dieses Vorhabens wurden ein Seminar in Chişinău (06. - 10. September 2016) sowie eine Herbstschule in Leipzig und Berlin (31. Oktober – 09. November 2016) durchgeführt. Beide Maßnahmen waren als Forum angelegt, auf dem sich Journalisten und Medienexperten aus den o.g. Ländern und Deutschland über Fragen der beruflichen Ethik austauschten.

Das Moldova-Institut Leipzig e.V. organisiert seit 2007 Projekte im Bereich der Medien, die durch die Konrad-Adenauer-Stiftung, die Friedrich-Ebert-Stiftung, das Auswärtige Amt Berlin, die Europäische Kommission, den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert werden. Diese Projekte, die von Marina Dumbrava initiiert und konzipiert wurden, fokussieren auf aktuelle Fragestellungen, wie z. B. Medienpolitik und Europäisierung der Mediengesetzgebung, konfliktsensitiver Journalismus, Medienfreiheit, Umweltberichterstattung, gesellschaftliche Verantwortung des Journalisten oder den Medienwandel durch die voranschreitende Digitalisierung. In all diesen Projekten wurden auch immer wieder Fragen der Medienethik thematisiert.

Das Interesse und der Bedarf an medienethischer Reflexion in den o. g. Ländern ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies ist mit der wachsenden gesellschaftlichen Bedeutung von Kommunikation und Medien, aber auch im Zusammenhang mit der militärischen Auseinandersetzung in der Ostukraine zu erklären. So werden immer



häufiger Zweifel an einer neutralen Berichterstattung im Russland-Ukraine-Konflikt laut. Die Tendenz, Konflikte und Sachverhalte einseitig darzustellen, ist in den genannten Ländern nicht nur in den Kriegsregionen und in Krisenzeiten zu erkennen. Auch in anderen Regionen ist die Meinung verbreitet, dass Medien nicht objektiv und dass Politiker und Medienoligarchen Teil der Konfliktparteien seien. Genau an diesem Punkt gilt es anzuknüpfen. Denn auch die Journalisten werden in der Regel zu einer der Konfliktparteien gezählt.

Immer mehr Journalisten stellen sich die Frage nach ihren Handlungsspielräumen. Dürfen sie verdeckt recherchieren? Unter welchen Umständen dürfen vertrauliche Informationen enthüllt werden? Soll man den Überlebenden eines Unglücks interviewen, auch wenn dieser sichtlich unter Schock steht? Bei solchen und anderen Fragen stoßen die Journalisten auf einen „Ethikbedarf“, nicht nur in der Republik Moldau, der Ukraine und Russland. Während in vielen Fällen rechtlich festgelegte Grenzen des Handelns existieren, sind diese dennoch als Handlungsorientierung meist nicht hinreichend. Dass eine Handlung legal ist, bedeutet noch lange nicht, dass sie auch moralisch akzeptabel ist. 2011 wurde ein Netzwerk zur Regulierung der Medien gegründet, dem sechs Länder (Aserbaidshjan, Armenien, Georgien, Republik Moldau, Ukraine und Russland) angehören: ([http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/petru\\_makovey\\_kodeks\\_soveta\\_pressy\\_moldovy\\_podpisali\\_75\\_aktivnykh\\_smi\\_strany/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/petru_makovey_kodeks_soveta_pressy_moldovy_podpisali_75_aktivnykh_smi_strany/)). Man wünscht sich eine unbestechliche, überparteiliche Instanz, die darüber befindet, was in Bereichen, in denen ständig neue Handlungs- und Entscheidungsmöglichkeiten entstehen, als moralisch geboten, erlaubt oder verboten gelten darf. Die im vorliegenden Band skizzierten Fälle und oben erwähnten Probleme sollen jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass alle Berichte bzw. Medien in den genannten Ländern manipulativen Tendenzen folgen.

In diesem Sammelband werden konkrete Probleme der Medienethik in der Republik Moldau, der Ukraine und Russland erörtert. Allerdings können diese Beiträge keine erschöpfenden Antworten geben, sondern sollen vielmehr den Blick für Aspekte und Fragen der Medienethik in den drei Ländern schärfen und dem Leser Beispiele an die Hand zu geben, um diese Problematik genauer zu analysieren und eigenverantwortlich Lösungen zu finden.

An dieser Stelle sei den Teilnehmern und Projektpartnern für ihre hilfreiche Mitarbeit gedankt. Unser Dank gilt den deutschen Experten, für den fachlichen Input und die zahlreichen Anregungen. Nicht zuletzt gilt unser besonders großer Dank dem Auswärtigen Amt Berlin, ohne dessen großzügige Förderung die Durchführung dieses Projekts und die Publikation dieses Sammelbandes nicht möglich gewesen wäre. Ein herzlicher Dank gebührt Alina Tofan, die als Projektkoordinatorin mit Sorgfalt und Kompetenz die Projektmaßnahmen vorbereitet und organisatorisch betreut hat.

Für das gründliche Lektorat sind wir zudem Roman Zholud zu großem Dank verpflichtet.

Ich hoffe, dass dieser Sammelband auf breites Interesse stößt und nicht nur Journalisten Denkanstöße gibt, sie beschäftigt und herausfordert.

Leipzig, im Februar 2017

Vasile Dumbrava, Projektleiter  
Stellv. Vorsitzender MIL

## Вступительное слово

Идея этого сборника уходит корнями в проект «Вместе против злоупотребления СМИ со стороны политиков и олигархов», который был реализован Молдова-Институт Лейпциг (МИЛ) в 2016 году. Финансирование этого проекта осуществлялось Министерством иностранных дел Германии в рамках программы «Расширение сотрудничества с гражданским обществом в странах Восточного партнерства и России». Эта программа была разработана в 2014 году в качестве нового подхода к внешней политике в сфере культуры и образования с целью сотрудничества с гражданским обществом на пути к «внешней политике обществ». В рамках этой программы финансируются проекты гражданского общества в шести странах Восточного партнерства (Армения, Азербайджан, Беларусь, Грузия, Молдова и Украина); начиная с 2015 года – инициативы гражданского общества в России.

Наш проект «Вместе против злоупотребления СМИ со стороны политиков и олигархов» имел целью способствовать обучению журналистов из Молдовы, Украины и России, а также построению трансрегиональной сети экспертов для поддержки качественной журналистики и журналистской этики. Для того чтобы воплотить инициативы этого проекта, были проведены семинар в Кишиневе (6-10 сентября 2016 г.) и Осенняя школа в Лейпциге и Берлине (с 31 октября по 9 ноября 2016 г.). Оба эти мероприятия прошли в формате форума, на котором журналисты и медиаэксперты из вышеназванных стран и Германии имели возможность обменяться мнениями по вопросам профессиональной этики.

Молдова-Институт Лейпциг с 2007 г. проводит проекты в области СМИ, которые проходят при финансовой поддержке Фонда Конрада Аденауэра, Фонда Фридриха Эберта, Министерства иностранных дел Германии, Европейской Комиссии, Германской службы академических обменов (DAAD) и Федерального министерства экономического сотрудничества и развития. Эти проекты, которые начинались и разрабатывались по инициативе Марины Думбравы, сосредотачивают внимание на текущих проблемах, таких как, например, медийная политика и европеизация законодательства в области СМИ, чувствительная к конфликтам журналистика, свобода СМИ, освещение тематики окружающей среды, общественная ответственность журналиста или изменение средств массовой информации в рамках надвигающейся дигитализации. Во всех проектах также обсуждались вопросы журналистской этики.

Интерес и потребность в размышлениях о медийной этике в названных выше странах в последние годы резко возросли. Это можно объяснить как растущей общественной значимостью коммуникации и средств массовой информации, так и в контексте военного конфликта на востоке Украины. Все чаще высказы-

ваются сомнения по поводу нейтрального освещения российско-украинского конфликта. Тенденция представлять конфликты и обстоятельства однобоко заметна в этих странах не только в зоне военных действий и не только в период кризиса. В других регионах также широко распространено мнение, что СМИ необъективны и что политики и медиаолигархи выступают стороной, которая извлекает выгоду из ситуации. Именно здесь и возникает точка соприкосновения. Потому что и журналисты воспринимаются как одна из сторон конфликта.

Все больше и больше журналистов задают себе вопрос, что **они** имеют право делать, а что нет. Могут ли они проводить скрытые расследования? При каких обстоятельствах может быть раскрыта конфиденциальная информация? Нужно ли брать интервью у выживших в несчастном случае, хотя они явно находятся в состоянии шока? В этих и других вопросах журналисты сталкиваются с «этической необходимостью». В то время как во многих случаях существуют правовые ограничения таких действий, они все же не могут быть достаточными в качестве ориентиров. То, что действие является законным, совсем не означает, что оно является морально приемлемым. В Республике Молдова, в Украине и в России журналисты сегодня говорят о более высокой «этической необходимости». В 2011 году создана сеть для регулирования СМИ, в которую вошли шесть стран (Азербайджан, Армения, Грузия, Молдова, Украина и Россия): ([http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/petru\\_makovey\\_kodeks\\_soveta\\_pressy\\_moldovy\\_podpisali\\_75\\_aktivnykh\\_smi\\_strany/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/petru_makovey_kodeks_soveta_pressy_moldovy_podpisali_75_aktivnykh_smi_strany/)). Им хотелось иметь неподкупную, непредвзятую инстанцию, которая будет определять, что с точки зрения морали запрещено или разрешено в тех областях, где постоянно возникают новые возможности для действия и новые решения. Описанные в этом сборнике случаи и проблемы, упомянутые выше, не должны создавать впечатление, что все материалы или СМИ в этих странах подвластны таким манипулятивным тенденциям.

В этом сборнике рассматриваются конкретные проблемы этики СМИ в Молдове, Украине и России. Тем не менее опубликованные здесь материалы не могут дать исчерпывающие ответы, а скорее должны обратить внимание на аспекты и вопросы журналистской этики в этих трех странах и предоставить читателям примеры для более детального анализа этих вопросов и самостоятельного нахождения решений.

Мы признательны всем участникам и партнерам проекта за плодотворное сотрудничество. Хотим выразить свою благодарность немецким экспертам, которые внесли свой вклад в его успех. Мы особенно признательны Министерству иностранных дел Германии, без поддержки которого не была бы возможной ни реализация нашего проекта, ни публикация этого сборника. Особая благодарность Алине Тофан, которая в качестве координатора проекта тщательно под-

готовила и организовала мероприятия в его рамках, а также Роману Жолудю – за внимательную корректуру текстов.

Я надеюсь, что этот сборник вызовет большой интерес, прежде всего - у журналистов; что он даст им пищу для размышлений и обозначит для них новые задачи и вызовы.

Лейпциг, февраль 2017 г.

Василе Думбрава, руководитель проекта  
Заместитель руководителя  
Молдова-Институт Лейпциг

## Vorwort

In der Zeit gesellschaftlicher Veränderungen und der Verschärfung sowohl politischer als auch militärischer Konflikte nimmt die Rolle der Massenmedien stark an Bedeutung zu. Einerseits benennen und beleuchten häufig sie als erste gesellschaftlich wichtige Probleme, reagieren als erste auf neue Herausforderungen und geben der Obrigkeit entsprechende Rückmeldungen, indem sie auf für Staat und Gesellschaft akute oder sich entwickelnde Missstände hinweisen. Andererseits zeigt sich bei den politischen und wirtschaftlichen Eliten immer deutlicher die Neigung, Kontrolle über die Freiheit des Wortes erlangen zu wollen und die Medien steuerbar zu machen – sowohl zwecks Wahrung eigener Interessen als auch zur Beeinflussung von Lesern, Hörern und Zuschauern.

Was kann diesem Druck seitens der Machthaber und Eigentümer von Medien entgegen gesetzt werden? Wie können einzelne Journalisten und die Medien in Zeiten der Eigenfinanzierung ihre Unabhängigkeit bewahren, wenn der Leser, Hörer oder Zuschauer nicht daran gewohnt oder außerstande ist, für das Angebot an Information und Analyse zu zahlen? Haben journalistische Standards unter den Bedingungen militärisch ausgetragener Konflikte Vorrang vor staatlichen Interessen? Wo verläuft die Grenze zwischen Persönlichkeitsschutz und gesellschaftlich relevanter Information? Warum sollte die Aufmerksamkeit nicht nur der „Sprache des Feindes“ in Hinblick auf einzelne ethnische, religiöse und soziale Gruppen gelten, sondern auch auf ihren Entstehungskontext und die Anwendung einer Rhetorik des Hasses in den Medien sowie auf die zerstörerischen Folgen dieses Phänomens für Berufsstand und journalistische Gemeinschaft gerichtet werden?

Diese und weitere Fragen waren Gegenstand unseres Projektes. Das Zusammenwirken von Vertretern der journalistischen Praxis und von Experten aus dem Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaften erwies sich als fruchtbringend und erfolgreich. Eine derartige Diskussion befördert das professionelle Monitoring über die Einhaltung der Grundsätze der Redefreiheit und der journalistischen Ethik sowie der multiperspektivischen Sicht auf konkrete Situationen und trägt zu einem wirklichen Meinungs- und Erfahrungsaustausch bei. In den Einzelbeiträgen des vorliegenden Sammelbandes stellen die Projektteilnehmer – Journalisten, die über Erfahrungen in der Arbeit in Konfliktregionen und -situationen verfügen bzw. über konfliktanfällige Themen berichten sowie auch Experten in Medienethik – ihre Gedanken zu den genannten Fragen vor.

Die Beiträge des Sammelbandes gründen auf praktischen Beispielen und Problemsituationen, mit denen Journalisten und Medienexperten in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion in den letzten Jahren verstärkt konfrontiert werden. Zwar unterscheiden sie sich in Thema und Genre, jedoch vereinigt alle Texte die

uneingeschränkte Treue ihrer Autoren gegenüber den berufsspezifischen ethischen Standards, die für alle Medien ungeachtet ihres jeweiligen Standorts gelten. Dies erleichtert die Bestimmung von allgemeinen Faktoren, die gegenwärtig in den Ländern des ehemals sowjetischen Raums auf die Freiheit des Wortes und die journalistische Ethik wirken. Gleichzeitig werden jedoch auch die nationalen und regionalen Spezifika des Funktionierens und der Selbstregulierung des Medien und der journalistischen Tätigkeit deutlich.

Die Liberalisierung und Demokratisierung des gesellschaftlichen Lebens sowie die praktische Ausübung der Rede- und Meinungsfreiheit wurden für die Massenmedien und Journalisten im postsowjetischen Raum zu einer gewichtigen Erfahrung. Unter den Bedingungen der Marktwirtschaft gewannen insbesondere Fragen der professionellen journalistischen Ethik an Virulenz. Dieser ethische Kodex ist im Gegensatz zu rechtlichen Verordnungen, welche die Arbeit der Medien betreffen, vor allem eine Orientierungshilfe für Journalisten und Verleger, welche die Grenzen des Zulässigen bei der Abbildung der sozialen Wirklichkeit aufzeigt. Ungeachtet dessen sind Annahme und Anwendung solcher Instrumente der Selbstkontrolle ein wichtiger Schritt zur Beachtung deontologischer Normen und Prinzipien journalistischer Tätigkeit.

Die Medienlandschaften in allen drei betreffenden Ländern – der Republik Moldau, der Ukraine und Russland – weisen ihre jeweiligen spezifischen Tendenzen auf, welche in ihrer Gesamtheit die tatsächliche gegenwärtige Entwicklung der Medien im postsowjetischen Raum widerspiegeln. Die entstandenen Strukturen und Unterschiede, besonders jene organisatorisch-rechtlicher Art, werden im ersten Kapitel beschrieben, welches auch kurze Darstellungen zu den nationalen Medienlandschaften beinhaltet. Diesen beigefügt sind zudem die Wortlaute der jeweiligen ethischen Kodizes, welche die Grundlagen für die Selbstregulierung der Arbeit von Journalisten und Medien in jedem der drei Länder bilden. Im zweiten Kapitel mit dem Titel „Freiheit des Wortes und journalistische Ethik im postsowjetischen Raum“ werden die interessantesten rechtlichen und moralisch-ethischen Aspekte für die Gewährleistung der Freiheit des Wortes in der modernen Journalistik beleuchtet. Die Autoren beziehen sich in ihren Beiträgen hierbei auf Fälle öffentlichkeitswirksamer Verletzungen journalistischer Pflichten (Viorica Zaharia), die Bedeutung von Provokation als Arbeitsmethode (Roman Zholud), auf die Bestimmungen des Gesetzes zum Schutz der Meinungsfreiheit (Olivia Pîrțac), auf Erfahrungen in Berichterstattung aus Gerichten (Dmity Kiyzanov) sowie auf das Potential sozialer Netzwerke (Nataliya Vygovskaya). Das dritte Kapitel trägt den Titel „Medienstandards und journalistische Tätigkeit“ und behandelt Probleme der Einhaltung und Verbesserung journalistischer Standards in Hinblick auf berufsspezifische und gesellschaftliche Erfordernisse (Victor Yukechev, Maryna Dorosh) und ihren Einfluss auf die Qualität journalistischer und medialer Produktion (Petru Macovei, Tatiana Bunduchi, Olga Guțuțui). Am abschließenden vierten Kapitel „Medien und journalistische Ethik in der Konfliktberichterstattung“ analysieren

die Autoren u.a. aus wissenschaftlich-theoretischer Sicht (Iosif M. Dzyaloshinsky) Fragen der Berichterstattung über bewaffnete Konflikte sowie soziale und humanitäre Probleme. Anzumerken ist hierbei, dass die Beschreibung bewaffneter Konflikte und ihrer Folgen für die in den betreffenden Regionen tätigen Journalisten eine komplexe Herausforderung darstellt (Serhiy Shturkhetsky). Vor diesem Hintergrund sind die Reflektionen unserer ukrainischen Autorinnen Lina Kushch, Yuliya Abibok und Julia Surkova zur Arbeit von Medien unter den Bedingungen des Konflikts im Osten des Landes von besonderer Anschaulichkeit.

Im Rahmen eines Sammelbandes können natürlich keine erschöpfenden Antworten auf sämtliche Fragen im Zusammenhang mit der Einhaltung journalistischer Standards im postsowjetischen Raum gegeben werden. Die von Autoren mit ausgewiesener professioneller und wissenschaftlicher Erfahrung verfassten Beiträge gewähren jedoch Einblick in ein breites Spektrum von Problemen und Meinungen sowie in konkrete Fälle von Verstößen gegen die journalistische Ethik als auch wissenschaftlich verallgemeinert in jüngste Tendenzen in der Entwicklung der Medien. Die Autoren lassen hierbei an ihren eigenen Erfahrungen und Sichtweisen zur Lösung jener Fragen teilhaben, die mit konfliktsensitiver Berichterstattung und dem Umgang mit Druck von Seiten der Politik und Wirtschaft in Zusammenhang stehen.

Herausgeber und Autoren verbindet die Hoffnung, dass das vorliegende Ergebnis ihrer gemeinsamen Arbeit zu einem besseren Verständnis der gegenwärtigen Probleme journalistischer Tätigkeit und Ethik in den betreffenden Ländern beitragen und sich der im Rahmen des Projekts begonnene Dialog zwischen Journalisten, Experten und letztlich auch einem breiten Leserpublikum fortsetzen wird. Eine lebendige Zusammenarbeit im medialen Bereich kann sich schließlich nur im Prozess eines lösungsorientierten Informations- und Erfahrungsaustauschs sowie einer allseitigen Diskussion realer Probleme und Konfliktsituationen vollziehen. Einen derartigen Dialog wünschen wir uns.

Lina Kushch, Alina Tofan



## Предисловие

В условиях общественных перемен, обострения политических и военных конфликтов роль средств массовой информации значительно возрастает. С одной стороны, зачастую масс-медиа первыми замечают/идентифицируют и освещают важные для общества проблемы, первыми реагируют на новые вызовы и дают обратную связь для власти, указывая государству и обществу на существующие или появляющиеся злободневные проблемы. С другой – у политической и бизнес-элиты отчётливее проявляется стремление взять под контроль свободу слова, обеспечить для себя управляемые СМИ: как с целью защиты экономических и политических интересов, так и с целью влияния на аудиторию.

Как противостоять давлению со стороны власти и владельцев СМИ? Как отстоять отдельным журналистам и СМИ независимость в условиях самофинансирования, когда небогатый читатель или зритель, как правило, не готов доплатить за информацию? Что приоритетнее во время военного конфликта: стандарты журналистики или государственные интересы? Где грань между неприкосновенностью частной жизни и общественно значимой информацией? Почему важно обращать внимание не только на «язык вражды» по отношению к отдельным этническим, религиозным или социальным группам, но и на контекст проявления и применения риторики ненависти в СМИ, а также на разрушающие последствия этого явления для журналистики как профессии и для профессионального сообщества?

Эти и другие вопросы обсуждали журналисты из Молдовы, Украины и России – участники нашего проекта. Формат дискуссии, когда в ней принимают участие журналисты-практики и эксперты в области медиа, оказался очень удачным, плодотворным. Такая дискуссия обеспечивает профессиональный мониторинг реализации принципов свободы слова и журналистской этики, разностороннюю оценку конкретных ситуаций, действенный обмен мнениями и опытом. Участники проекта – журналисты, которые освещают конфликтно чувствительные темы и/или имеют опыт работы в зоне конфликтов, а также эксперты и исследователи по журналистской этике, – представили свои размышления в статьях, вошедших в данный сборник.

Материалы сборника основываются на практических примерах и проблемных ситуациях, с которыми сталкиваются журналисты и эксперты из области СМИ из стран постсоветского пространства на протяжении последних нескольких лет. Тексты отличаются тематическим и жанровым разнообразием, при этом отчётливо прослеживается однозначная приверженность авторов общепринятым журналистским профессионально-этическим принципам и стандартам, одинаковым для всех медиа, независимо от географического расположения. Это

способствует не только определению общих факторов, влияющих сегодня на свободу слова и журналистскую этику на территории постсоветских стран, но также выявлению национальной и региональной специфики функционирования и саморегулирования СМИ и журналистской деятельности.

Осуществление свободы слова в условиях либерализации и демократизации общественной жизни стало серьёзным испытанием для СМИ и журналистов на постсоветском пространстве. Деятельность СМИ в условиях рыночных отношений привела, в частности, к особой актуализации вопросов профессиональной журналистской этики. Хотя этические кодексы, в отличие от правовых актов, регулирующих сферу СМИ, имеют в основном функцию ориентира для журналистов и издателей, указывая границы дозволенного (с точки зрения профессионально-этических норм) в освещении социальной действительности, - принятие и применение таких инструментов саморегулирования работы в сфере СМИ является важным шагом в соблюдении деонтологических норм и принципов журналистики.

Медиа-ландшафт каждой из стран – Молдовы, Украины, России – имеет свои законодательные и социально-политические особенности, а медиа-рынок – свои специфические тенденции, которые отражают в общем сегодняшние реалии развития СМИ на постсоветском пространстве. Сложившиеся структуры и существующие отличия, особенно в организационно-правовом плане, отражены в первой главе, которая включает краткие очерки о национальных медиа-ландшафтах. К каждому очерку прилагается и текст документа (этический кодекс), на основании которого в каждой отдельной стране осуществляется профессиональное саморегулирование деятельности журналистов и СМИ. Во второй главе «Свобода слова и журналистская этика на постсоветском пространстве» авторы освещают наиболее интересные правовые и нравственно-этические аспекты реализации свободы слова в современной журналистике, опираясь на соответствующие примеры. Речь идет о резонансных случаях нарушения журналистской деонтологии (Виорика Захария), о провокации как методе журналистской работы (Роман Жолудь), о предписаниях Закона о свободе выражения мнения (Оливия Пырцак), об опыте судебной журналистики (Дмитрий Кизянов) или о медийном потенциале социальных сетей (Наталья Выговская). Третья глава «Медийные стандарты и журналистская деятельность» раскрывает проблемы соблюдения и улучшения журналистских стандартов через призму взаимоотношений профессиональных и общественных запросов (Виктор Юкечев) и их влияния на качество деятельности журналистов и СМИ (Марина Дорош). Отдельное внимание в этом контексте уделяется вопросам саморегулирования СМИ в Республике Молдова (Петру Маковой, Ольга Гуцуцуй и Татьяна Бундуки). В последней, четвертой главе «СМИ и журналистская этика в освещении конфликтов» авторы анализируют, в том числе и с научно-теоретической точки зрения (Иосиф М.

Дзялошинский), проблемы освещения в СМИ вооруженных конфликтов, социальных и гуманитарных проблем. Следует заметить, что отражение вооруженных конфликтов и их последствий в СМИ – это сложная и неоднозначная задача для журналистов работающих в зоне конфликта (Сергей Штурхецкий). Поэтому размышления украинских авторов (Лина Куц, Юлия Абибок и Юлия Суркова), основанные и на их собственном профессиональном опыте, о злободневных вопросах деятельности СМИ в условиях конфликта в восточных регионах Украины – особо наглядны и интересны.

Естественно, что в рамках одного сборника невозможно дать исчерпывающие ответы на все вопросы, связанные с соблюдением журналистских стандартов на постсоветском пространстве. Но статьи, написанные журналистами-практиками и исследователями медиа-сферы, дают возможность ознакомиться с широким спектром проблем и мнений, с анализом как конкретных случаев нарушений журналистской этики, так и с научным обобщением новейших медиа-тенденций. Авторы поделились собственным опытом и видением решения проблем, связанных с освещением конфликтно-чувствительных тем, а также опытом противостояния попыткам оказать давление на СМИ со стороны политических или бизнес-кругов.

Составители и авторы надеются, что результат их совместного труда будет способствовать как лучшему пониманию актуальных проблем журналистской деятельности и этики в странах-участницах проекта, так и продолжению начатого – в рамках общего проекта, включительно на страницах этого издания - диалога между журналистами, экспертами и, в конечном итоге, широкой читательской аудиторией. Реальное сотрудничество в области СМИ может развиваться только в процессе диалога, который подразумевает обмен опытом и информацией, а также всестороннее обсуждение существующих проблем и конфликтных ситуаций, с целью поиска подходящих решений. Мы хотели бы, чтобы такой диалог состоялся.

Лина Куц, Алина Тофан

**I. МЕДИАСФЕРА:  
СТРУКТУРА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ  
ОСОБЕННОСТИ. КРАТКИЙ ОБЗОР**



## Петру Маковой (Кишинэу, Республика Молдова)

### СМИ Молдовы

Медиарынок Республики Молдова достаточно развит и разнообразен для маленькой страны (по данным текущей статистики, на 1 января 2016 года **постоянное население Молдовы** составляет 3,5 миллиона человек без учёта приднестровского региона, который не контролируется конституционными властями). Так, на начало года в стране было зарегистрировано 207 обладателей лицензий и сертификатов на ретрансляцию в области телевидения и радиовещания, в том числе 74 телеканалов с эфирным, спутниковым и кабельным вещанием, из них 29 местных, и 56 радиостанций, в том числе 23 местных. Пять телеканалов и восемь радиостанций имеют общенациональное покрытие. Во всех крупных и малых городах, а также во многих селах, есть кабельное телевидение. Парламент Молдовы продлил на два года переход на режим цифрового телевидения (который должен был завершиться в июне 2015 года) и установил предельный срок перехода: 31 декабря 2017 года. До этого времени в Молдове поэтапно будет прекращено эфирное телевидение в аналоговом формате. Результаты последнего опроса общественного мнения (Барометр общественного мнения, октябрь 2016 г.) показывают, что самый популярный телеканал Молдовы – это Prime TV, который ретранслирует российский «Первый канал», далее следуют общественный телеканал Moldova 1 и телеканал Jurnal TV.

За последние пять лет уровень проникновения интернета в Молдове значительно вырос. Так, в 2015 году он составил 71% (для сравнения: в Украине – 43%, в Румынии – 56%, в России – 70,5%, в Эстонии – 84,2%, в Финляндии – 93,5%). Вместе с этим в стране стремительно развиваются онлайн-медиа. Так, согласно веб-каталогу Top20.md, 310 сайтов позиционируют себя как новостные веб-ресурсы, хотя далеко не все из них являются таковыми, а лишь несколько десятков сайтов ежедневно публикуют новости и/или другие журналистские материалы. Согласно данным Бюро аудита тиражей и интернета, в ноябре 2016 года, самыми посещаемыми новостными сайтами в Молдове были Protv.md, Unimedia.info и Diez.md, которые издаются на румынском языке. Среди русскоязычных новостных сайтов, самым посещаемым является Kr.md – сайт газеты «Комсомольская правда» с новостями из Молдовы. Также на рынке действуют некоторое количество так называемых новостных агрегаторов, которые перепечатывают новости других СМИ, хотя не всегда имеют разрешение правообладателя. Среди социальных сетей самой большой популярностью пользуются «Одноклассники» (40% опрошенных, Барометр общественного мнения, октябрь 2016 г.) и Facebook (38%).

Также в Молдове зарегистрировано приблизительно 400 печатных изданий (по последним доступным данным Национального бюро статистики, речь идет о 171 газете и 258 журналах), однако издаются регулярно лишь четверть зарегистрированных изданий. Пресса на румынском языке выходит гораздо меньшим тиражом, чем на русском языке. Согласно данным Бюро аудита тиражей и интернета, самой продаваемой газетой в сентябре 2016 года была «Комсомольская правда в Молдове» – молдавский филиал московской газеты с местным вкладом. Печатные СМИ сталкиваются с большими экономическими проблемами, касающимися в том числе распространения, потому что государственное предприятие «Пошта Молдовой», являющееся де-факто монополистом в сфере распространения в сельской местности, ставит редакциям жесткие условия и устанавливает непомерные тарифы на свои услуги.

## **Собственники основных СМИ**

Согласно Кодексу телевидения и радио Республики Молдова, в стране действуют две общественные вещательные организации, в том числе одна национальная – Компания «Телерадио-Молдова» и одна региональная в гагаузской территориальной автономии – «Gagauziya Radio Televizionu». Многие частные телеканалы являются собственностью, официально или через подставных лиц, крупных предпринимателей и политиков, а в последние годы феномен концентрации собственности на рынке СМИ принял угрожающие размеры для плюрализма мнений в обществе. Так, на данный момент, четыре из пяти телеканалов с национальным покрытием и три из восьми общенациональных радиостанций, покрывающие в общей сложности примерно 70% аудиовизуального рынка, официально являются частью медиахолдингов General Media Group Corp. и Radio Media Group Inc., которые являются собственностью одного человека. Речь идет о председателе правящей Демократической партии и бизнесмене с сомнительной репутацией Владимире Плахотнюке, которого в Молдове считают олигархом, осуществляющим единоличное управление страной в своих интересах. Согласно некоторым публикациям в СМИ, В. Плахотнюку принадлежат через подставных лиц еще несколько ТВ- и радиостанций, а также другие печатные и электронные СМИ. В последние два года на медиарынке Молдовы наблюдается консолидация еще нескольких политически контролируемых медиагрупп. В первую очередь это СМИ, подконтрольные лидерам Партии социалистов и бывшему председателю этой партии Игорю Додону, недавно избранному президентом Молдовы. Так, на сегодняшний день социалисты владеют напрямую или через подставных лиц двумя телеканалами (Accent TV и NTV Moldova, который ретранслирует российский канал НТВ),

несколькими газетами и интернет-порталами, а в ближайшем будущем ожидается, что в собственность одного депутата-социалиста официально перейдет и телеканал TNT Bravo (ретранслирует российский телеканал ТНТ), это один из двух каналов, которые принадлежат другому депутату от либерал-демократов. Еще один молдавский политик, мэр города Орхей и бизнесмен с сомнительной репутацией, находящийся под уголовным следствием за участие в крупнейших незаконных банковских сделках, Илан Шор, не так давно стал владельцем двух телеканалов. Можно утверждать, что под политическим контролем находится и телеканал Jurnal TV, открыто позиционирующий себя как оппозиционный нынешней олигархической власти. Этот канал принадлежит осужденному в Молдове за шантаж предпринимателю Виктору Цопа, который скрывается в Германии и утверждает, что его уголовное дело было сфабриковано по указанию Плахотнюка.

Концентрация собственности СМИ приводит к снижению профессионального уровня молдавской журналистики, потому что владельцы вмешиваются в редакционную политику подконтрольных им медиаресурсов, используя их для продвижения своих политических и бизнес-интересов, а также для дискредитации оппонентов. Прошедшие осенью 2016 года президентские выборы показали, какое пагубное влияние имеет политический контроль над СМИ на качество журналистского продукта. Согласно отчетам всех независимых мониторинговых организаций, на этих выборах был зарегистрирован беспрецедентный уровень распространения ложных и диффамационных сообщений о неудобных властям конкурентах. К сожалению, многие из этих СМИ используются для манипулирования общественным мнением и даже для дезинформации потребителей. Отчасти такая ситуация объясняется неэффективной деятельностью национального регулирующего органа – Координационного совета по телевидению и радио (КСТР), который не полностью выполняет своей роли гаранта публичного интереса в этой области из-за политического влияния, которому подвержены многие члены КСТР.

## **Рекламный рынок**

Согласно последним тематическим исследованиям, рынок рекламы в Молдове слабо регулируется и составляет лишь 0,3% от ВВП страны. По данным Ассоциации рекламных агентств, в 2015 году, общий оборот рекламного рынка составил 22,3 миллиона евро или 465,3 миллиона молдавских леев. Примерно 55% от этой суммы (12,4 миллиона евро) приходится на ТВ-рекламу. На радио объем рекламного рынка в денежном выражении снизился с 1 миллиона евро в 2010 году до 0,6 миллиона в 2015 году и, предположительно, продолжит снижение и



в 2016 году до уровня 0,56 миллиона. В печатных изданиях бюджеты на рекламу также снизились с 3,6 миллиона евро в 2010 году до 2,5 миллиона в 2012–2013 гг. и до 1,3 миллиона в 2015 году.

Как показывает исследование «Оценка правовой основы регулирования рекламной деятельности и рекомендации по ее совершенствованию», проведенное Центром независимой журналистики, в 2015 году, пять телевизионных каналов с суммарной аудиторией 44% освоили 58% рекламного рынка. На долю других 11 телеканалов с суммарной аудиторией 22% пришлось 42% рекламного рынка. Крупнейший в стране сейлз-хаус Casa Media, который продает рекламу для телеканалов Prime TV, Canal 2, N4, Canal 3, RenTV, Publika TV, CTC и Super TV и который принадлежит, по некоторым данным, олигарху и политику Владимиру Плахотнюку, распоряжается приблизительно 60% средств от общего объема рекламного рынка на ТВ.

Сравнительный анализ данных показывает, что ситуация в сфере распределения рекламы в Молдове отличается от соседних стран. Так, в Молдове приблизительно на 10% больше рекламы на телевидении, чем в Украине или в России. Процентное соотношение данных по рекламе на радио и в печатных СМИ примерно равные в этих трех странах, однако в Украине показатель рекламы в печатных СМИ практически вдвое превышает аналогичные показатели Молдовы и России. Распространение рекламы в электронных средствах массовой информации в Молдове, несмотря на значительный рост, зарегистрированный в последние годы, все же существенно отстает от показателей в России и Украине.

## Барометр свободы медиа

За последние несколько лет ситуация со свободой СМИ в Молдове ухудшилась. Так, в 2016 году Молдова опустилась на четыре позиции по сравнению с предыдущим годом в индексе свободы прессы международной правозащитной организации «Репортеры без границ», заняв 76-ю позицию в мире. Молдавские медиа разнообразны, но экстремально поляризованы и подвержены чрезмерному влиянию олигархов, а редакционная политика ведущих СМИ зависит от политических и деловых интересов их владельцев, считают эксперты этой авторитетной организации.

В рейтинге другой международной правозащитной организации Freedom House Молдова входит в список стран с «частично свободными» СМИ и набрала в 2016 году 56 баллов из 100 возможных. Это третий результат среди стран СНГ после Грузии и Украины. При этом среди стран постсоветского пространства (за исключением стран Балтии) Молдова занимает третье место после Грузии (49 баллов) и Украины (53 балла).

## **Деонтологический кодекс журналиста Республики Молдова** (в новой редакции)

### ***1. Общие принципы***

1.1 Журналист — человек, профессиональная деятельность которого заключается в сборе, осмыслении и публикации информации о представляющих общественный интерес фактах и событиях с целью их распространения в обществе.

1.2 В профессиональной деятельности, направленной исключительно на служение интересам общества, журналист руководствуется своей совестью и принципами, предусмотренными настоящим Кодексом.

1.3 Согласно Закону Республики Молдова «О свободе выражения мнения» общественный интерес — это «интерес общества (а не чисто обывательское любопытство) к событиям, относящимся к осуществлению публичной власти в демократическом государстве, или к другим вопросам, естественно привлекающим внимание общества или его части».

### **2. Обеспечение точности информации**

#### ***Получение информации и отношение к ней***

2.1 Журналист представляет информацию честно, объективно и только после ее проверки.

2.2 Журналист интересуется мнениями всех сторон, имеющих отношение к событию; их он потом отражает в своей публикации.

2.3 Журналист с особым вниманием относится к цитированию. Цитаты должны быть точными, а при частичном цитировании журналист обязан не искажать сути сказанного цитируемым лицом.

2.4 Журналист соблюдает авторское право. Бесплатно можно перепечатывать журналистские материалы объемом максимум до 500 знаков, но не более половины соответствующей публикации. В таких случаях следует обязательно процитировать источник и автора информации и дать прямую ссылку на источник.

#### ***Точность и проверка фактов***

2.5 Журналист, как правило, проверяет информацию из двух независимых друг от друга источников. Журналист публикует лишь информацию, в подлинности которой он убедился в результате проведенной проверки.

2.6 Журналист прилагает все усилия для получения информации из источников, на которые он сможет сослаться и, как правило, указывает их.

#### ***Отделение фактов от мнений. Коммерческая информация***

2.7 Журналист четко отделяет объективную информацию от своего субъективного мнения.

2.8 Журналист высказывает свое мнение, основываясь на фактах, а также на информации, которую он искренне считает соответствующей истине.

2.9 Материалы, содержащие мнения, должны быть представлены только на полосах/в передачах/в рубриках, посвященных мнениям и комментариям, или же отделяться от информации графическими средствами.

2.10 Обязательным является четкое разграничение журналистских и коммерческих материалов. Рекламные материалы необходимо пометить специальным образом и подавать так, чтобы их нельзя было перепутать с журналистскими.

#### ***Исправление ошибок и право на реплику***

2.11 Журналист обязан оперативно исправить допущенные им фактологические ошибки и опубликовать надлежащие поправки или сообщить о допущенной опечатке.

2.12 Журналист соблюдает принцип, что любое лицо, которого непосредственно затрагивает материал, имеет право на реплику. Право на реплику публикуется только при условии, что оно касается конкретных фактов, занимает разумный объем, не содержит обвинений в отношении третьей стороны и сформулировано в благопристойных выражениях.

2.13 Право на реплику публикуется в самое короткое время после поступившего на этот счет обращения и желательно в аналогичных условиях, что и соответствующий журналистский материал (на той же полосе и на площади, пропорциональной объему, который был отведен обжалуемым утверждениям).

#### ***О цензуре и совести***

2.14 Журналист вправе отказаться и публично осудить любого рода цензуру. Не являются цензурой действия издательско-редакционного руководства, если они исходят из профессиональных соображений.

2.15 Журналист вправе отказаться от выполнения любого профессионального задания, если оно противоречит его совести, закону и принципам настоящего Кодекса.

### **3. Источники информации**

#### ***Защита источников***

3.1 Журналист защищает свои источники информации, в том числе перед правосудием, прокурорами, полицейскими. Защита профессиональной тайны и конфиденциальность источников является в равной мере правом и обязанностью журналиста.

3.2 Защита источников обеспечивается только в тех случаях, когда раскрытие их личности ставит под угрозу их жизнь, безопасность или профессиональную деятельность.

#### ***Денежные отношения с источниками***

3.3 В отношениях с органами государственной власти или экономическими структурами, которые журналист поддерживает во время исполнения своих профессиональных обязанностей, он должен избегать каких-либо действий, способных подорвать его независимость и непредвзятость.

3.4 Журналист не платит денег и не обеспечивает какое-либо другое вознаграждение за полученную информацию.

### **4. Защита прав человека**

#### ***Частная жизнь***

4.1 Журналист обязан соблюдать право людей на частную жизнь и на защиту их достоинства.

4.2 Вмешательство в частную жизнь допустимо только в том случае, когда общественный интерес в раскрытии фактов преобладает над защитой имиджа конкретного человека.

4.3 Журналист раскрывает общественности факты из частной жизни публичной личности, только если они сказываются на исполнении данной личностью своих должностных обязанностей.

4.4 Журналист сообщает о поведении частного лица в частной жизни, только если это поведение нарушает общественный порядок или права других людей.

4.5 Журналист не представляет общественности шокирующие подробности преступлений, аварий, стихийных бедствий или детали самоубийств. Те же правила применяются и в отношении визуальных материалов (фотографий, видеоматериалов).

4.6 Журналист соблюдает неприкосновенность частной жизни людей и просит разрешение на проведение фото- или видеосъемки, за исключением случаев, когда нужный человек находится в общественном месте.

4.7 Изображения обнаженных людей публикуются/показываются только после их электронной обработки с целью технической защиты интимных частей тела. Исключение составляют только художественные изображения.

4.8 Изображения должны как можно точнее передавать действительность. Приемы электронной обработки нельзя использовать для создания ложного впечатления о представленных людях и событиях. Исключение составляют только коллажи, которые должны сопровождаться соответствующей пометкой.

#### ***Презумпция невиновности***

4.9 Журналист соблюдает презумпцию невиновности и считает, что любой человек является невиновным, пока в его отношении не будет вынесено вступившие в законную силу постановление суда.

4.10 При освещении судебных процессов журналист соблюдает право людей на частную жизнь, а также право на справедливое судебное разбирательство всех причастных к нему лиц.

#### ***Защита людей, оказавшихся в уязвимом положении***

4.11 Журналист не раскрывает личность жертв сексуальной агрессии, а также людей, пострадавших в результате других преступлений, аварий, стихийных бедствий.

4.12 Исключение составляют случаи, когда имеется согласие пострадавших либо согласие их семьи (когда они не в состоянии дать его) или же когда преобладает общественный интерес.

#### ***Защита несовершеннолетних***

4.13 Журналист защищает личность несовершеннолетних, которые имеют отношение к негативным событиям (аварии, преступления, семейные конфликты, самоубийства и пр.), в том числе, когда они являются свидетелями. В этом случае видеозаписи и фотографии будут изменены для защиты личности несовершеннолетних.

4.14 Исключение составляют только случаи, когда общественный интерес требует раскрыть личность несовершеннолетних. Также станут исключением и случаи, когда журналист действует с согласия родителей либо опекунов в наивысших интересах несовершеннолетнего.

#### ***Толерантность и недискриминация***

4.15 Журналист одинаково относится ко всем людям, с которыми ему приходится общаться в процессе профессиональной деятельности, не дискримини-

рует кого-либо по признаку пола, возраста, национальности, вероисповедания, социальной принадлежности или же сексуальной ориентации.

4.16 Журналист указывает национальность человека лишь в том случае, если это важно для журналистского материала.

## **5. Журналист и конфликт интересов**

5.1 Журналист не принимает подарков, денег, не пользуется преимуществами, которые ему предлагаются для оказания влияния на его профессиональную деятельность. Допускается получение символической по своей стоимости продукции рекламного характера (ручки, блокноты и т.д.), особенно во время промоакций.

5.2 Если журналист участвует в служебных командировках, которые оплачиваются третьими сторонами (т.е. не его непосредственным руководством), тогда он должен открыто объявить о порядке финансирования поездки.

5.3 Журналист отделяет редакционно-издательскую деятельность от политической и экономической.

5.4 Журналисты не могут становиться героями рекламных акций или роликов коммерческой продукции. Участие в благотворительных акциях должно происходить таким образом, чтобы общественность знала: это его личная инициатива или же он пользуется редакционной поддержкой.

5.5. Профессия журналиста несовместима с занятием каких-либо должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также с принадлежностью к какой-либо политической партии.

5.6 Лица, занимающие определенные должности в органах государственной власти и сотрудничающие с массмедиа, должны уточнять свою официальную позицию, когда публикуют свои материалы в прессе.

5.7 Если журналист зарегистрирован в качестве конкурента на выборах, то на время избирательной кампании он временно прекращает исполнять свои должностные обязанности.

5.8 Журналист не должен использовать в личных интересах или в интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, ставшую ему известной в силу осуществления профессиональной деятельности.

## **6. Специальные приемы и технические средства для сбора информации**

6.1 Использование специальных технических средств во время журналистского расследования (скрытая камера, скрытый диктофон и т. д.) оправдано,

только когда существует общественный интерес или же когда информация не может быть получена иными средствами.

6.2 Применение специальных технических средств во время расследования должно быть затем четко обозначено при опубликовании информации.

## **7. Саморегулирование**

7.1 Применение настоящего Кодекса возлагается на каждого подписавшего его человека. Мониторинг его применения и расследование нарушения его положений входит в задачи Совета прессы Республики Молдова и Комиссии по профессиональной этике журналистов.

*(Утверждён 3 мая 2011 г. 84 медийными учреждениями и ассоциациями Республики Молдова.)*

## Роман Жолудь (Воронеж, Российская Федерация)

### СМИ Российской Федерации

По данным российского регулятора (Роскомнадзора) на февраль 2016 г., в стране выходят 83362 зарегистрированных СМИ на 102 языках. Среди них: газеты – 37%, журналы – 28%, онлайн-СМИ – 11%, ТВ – 11%, радио – 7%, информационные агентства – 2%, прочие СМИ – 4%.

Учредителями СМИ являются как государственные или муниципальные органы власти, так и негосударственные организации и частные лица. Среди учредителей, зарегистрировавших более 100 СМИ, в основном – частные компании. Тройка лидеров – ИД «Бурда» (275 СМИ), ИД «Панорама» (250 СМИ), «Татмедиа» (220 СМИ). Два первых медиахолдинга специализируются на выпуске прессы, не относящейся к общественно-политической (специализированные, развлекательные, рекламно-информационные). В составе «Татмедиа» преобладают СМИ Республики Татарстан.

Однако количество зарегистрированных СМИ не дает адекватной картины расстановки сил на медийном поле России. Монополистом на нем является государство. Ему принадлежат ведущие информационные агентства страны («Россия сегодня» / РИА Новости, ТАСС), телеканалы (РТ, «Россия 1», «Россия 24», «Звезда», холдинг ВГТРК с более 90 филиалами по стране), радиостанции («Вести FM»), пресса («Российская газета» и около 80% региональных газет). Кроме того, государство владеет 51% акций «1 канала», а в холдинг «Газпром-медиа» (принадлежит госкорпорации «Газпром») входят одни из самых рейтинговых телеканалов: НТВ и ТНТ. В «Национальной медиагруппе» (NMG), принадлежащей олигарху Юрию Ковальчуку, приближенному к президенту России Владимиру Путину, находятся активы «1 канала», РЕН-ТВ, «5 канала», радиостанции «Русская служба новостей» и др. К тому же, федеральные и региональные власти имеют возможность выделять дополнительные субсидии негосударственным СМИ.

Российская власть традиционно тратит значительные средства на финансирование государственных СМИ. Так, в 2016 г. по данным Министерства финансов России, МИА «Россия сегодня» получило от государства 6,75 млрд руб. (около \$107 млн), ТАСС – 1,81 млрд руб. (\$28 млн), ВГТРК – 24,99 млрд руб. (\$396 млн), РТ – 19 млрд руб. (\$301 млн). Вместе с тем, нужно отметить, что объемы финансирования государственных СМИ в последние годы снижаются, что связано с дефицитом бюджета страны. В регионах заметна тенденция на оптимизацию государственной прессы, объединение изданий в холдинги, слияния и уменьшение тиражей.



Среди других влиятельных игроков на медийном рынке – ИД «Коммерсантъ» (одноименная газета, политические и экономические журналы, радиостанция), медиахолдинги «РБК» (телеканал, журнал, информационное агентство, интернет-проекты), «ПрофМедиа» (телеканалы), Rambler&Co («Афиша», «Лента.Ру», «Газета.Ру» и др.), ИД «Комсомольская правда» (газеты, журналы, радиостанция и телеканал). Многие из крупнейших издательских домов принадлежат российским олигархам: Владимиру Потанину («ПрофМедиа»), Алишеру Усманову («Коммерсантъ»), Александру Мамуту (Rambler&Co).

Согласно рейтингам TNS Russia и «Медиалогии», самыми значительными по охвату аудитории в середине 2016 года были следующие СМИ:

ТВ: «Россия-24», «1 канал», НТВ, ТНТ, РЕН-ТВ.

Пресса: «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Российская газета».

Радио: в первую десятку входят Business FM (1 место), «Вести FM» (8 место), остальные – развлекательные и музыкальные радиостанции.

Онлайн-СМИ (без учета сайтов традиционных СМИ): «Лента.Ру», «Газета.Ру», Life.Ru.

Рынок рекламы в СМИ показывает разнонаправленную динамику. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России, за первые девять месяцев 2016 года он составил 238–250 млрд руб. (\$3,8– 4 млн), из них 102,4–102,9 млрд руб. (около \$1,6 млн) пришлось на телерекламу, а 83–96 млрд руб. (до \$1,5 млн) – на интернет-рекламу. Причем бюджеты в сети продолжают расти заметно быстрее, чем бюджеты в эфире (+24% и +13% соответственно). Рынок рекламы в печатных СМИ переживает кризис, который во многом связан с полным законодательным запретом на рекламу алкоголя в газетах и журналах, с падением тиражей и продаж.

В потреблении информации также лидирует Интернет. За 2012–2015 годы российская аудитория стала больше времени проводить в сети (+61%). Зато потребление традиционных СМИ упало: прессы – на 17%, радио – на 7%, ТВ – на 5% (данные Российской ассоциации электронных коммуникаций). Отрицательную динамику по прессе подтверждают и сведения о продажах: в 2015 г., по информации Ассоциации распространителей печатной продукции, розничные продажи газет и журналов упали на 2,3%, суммарный тираж сократился на 15%. Причины этого не только в уходе аудитории в онлайн, но и в разрушении во многих регионах страны традиционной системы распространения прессы через сети киосков.

В целом предпочтения жителей России по видам СМИ складываются, согласно результатам опросов ВЦИОМ, так: телевизор в нашей стране регулярно смотрит 94% населения, слушает радио – 61%, читает газеты и журналы – 57%.

## Регулирование СМИ

В России деятельность СМИ регулируется Федеральным законом «О средствах массовой информации» (принят в 1991 г.), реклама в СМИ – Федеральным законом «О рекламе» (2006 г.). Распространение информации в интернете регулирует Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (2006). В стране существует обязательная возрастная маркировка СМИ, предусмотренная Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (2010). В стране ратифицирована Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод, суды обязаны принимать во внимания постановления Европейского суда по правам человека.

Главный регулирующий орган – Роскомнадзор; в сфере рекламы – Федеральная антимонопольная служба.

Законом «О СМИ» запрещена цензура массовой информации («требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей»). На практике этот запрет нередко нарушается, хотя судебной практики по этому нарушению нет.

Учредителем СМИ может стать частное лицо, группа лиц или юридическое лицо, зарегистрированное на территории РФ. Не может выступать в качестве учредителя гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно на территории РФ. С 2016 г. действует запрет на деятельность СМИ, в которых доля иностранного участия превышает 20%. Для СМИ существует государственная регистрация (некоторые виды изданий от нее освобождаются, например, печатные СМИ тиражом менее 1000 экземпляров). Кроме того, телеканалы и радиостанции получают лицензию на вещание.

Приостановление и прекращение выпуска СМИ возможно по решению суда за неоднократные предупреждения или за неисполнения постановлений регулирующего органа (Роскомнадзора), за нарушение антиэкстремистского законодательства, законодательства о выборах и других законов. В интернете Роскомнадзор имеет возможность досудебной блокировки сайтов (страниц) на территории РФ по требованию Генеральной прокуратуры, Роспотребнадзора и Госнарконтрода. Основанием для досудебной блокировки ресурса могут быть:

- детская порнография;
- информация о способах изготовления наркотиков, местах и способах их приобретения;

- информация о способах самоубийства;
- экстремизм (возбуждение ненависти или унижение достоинства по признаку расы, национальности, религии, пола, социальной группы).

На практике обвинения в экстремизме нередко становились способом политической расправы над СМИ и блогерами (блокировка сайтов «Ежедневного журнала», «Грани.Ру», блога оппозиционного политика Алексея Навального и др.).

Кроме того, применяется и блокировка сайтов по решению суда в связи с нарушением законодательства (в т. ч. и за нарушение прав на интеллектуальную собственность).

Российским законодательством предусмотрена гражданская ответственность за диффамацию (защита чести, достоинства и деловой репутации), нарушение права на изображение гражданина. Оскорбление является административным правонарушением, клевета – уголовным. В последние годы эксперты отмечают увеличение числа уголовных дел по обвинению в клевете и экстремизме, которые используются для давления на журналистов.

Закон «О СМИ» охраняет тайну частной жизни гражданина, конфиденциальность источников информации, запрещает скрытую запись. Однако во всех перечисленных случаях делается исключение, если журналист или редакция защищают общественный интерес. Также закон запрещает без разрешения идентифицировать личности несовершеннолетних, совершивших преступление, противоправный или антиобщественный поступок (или подозреваемых в их совершении), ставших жертвами преступлений, катастроф, стихийных бедствий.

Статья 144 Уголовного кодекса РФ предусматривает ответственность за препятствование законной профессиональной деятельности журналиста. Однако судебной практики по ней практически нет, поэтому ее вполне можно считать неработающей.

С 2010–2012 годов основные тенденции в законотворчестве в сфере распространения массовой информации и регулирования интернета – ужесточение наказания, ограничение свободы выражения мнения, использование законодательных инструментов для давления на независимых и оппозиционных журналистов, блогеров, СМИ. В качестве отдельного тренда можно выделить регулярно вносимые и принимаемые законопроекты по борьбе с анонимностью в интернете. В сфере правоприменения резко увеличилось количество уголовных дел и приговоров за репосты экстремистского контента в социальных сетях.

## Новые медиа

По данным Минкомсвязи России, доступность широкополосного интернета в стране на конец 2015 г. составляет 66,7%. По оценкам исследовательской компании «Ромир», доля россиян – пользователей интернета старше 16 лет на начало 2016 г. составила 72%. Тех, кто выходит в сеть ежедневно, насчитывается 53%. Важно отметить рост популярности мобильных платформ (смартфоны, планшеты): с их помощью читают новости в сети 59% всех российских пользователей интернета.

Это заставляет интернет-СМИ разрабатывать мобильные приложения. Из таких изданий 70% имеют приложения для iOS, 60% - для Android и половина – для Windows Phone.

По данным TNS Russia на декабрь 2015 г., ежемесячная российская аудитория популярных социальных сетей распределилась так: «ВКонтакте» – 46,6 млн человек, «Одноклассники» – 31,5 млн, Facebook – 21,7 млн, «Мой Мир» – 16,6 млн, «Живой Журнал» – 15,2 млн, Instagram – 12,3 млн, Twitter – 7,7 млн человек.

Большинство российских интернет-СМИ представлены хотя бы в одной из социальных сетей. Наибольшей популярностью пользуются «ВКонтакте», Facebook и Twitter, половина СМИ использует «Одноклассники», около трети – Instagram. В последние годы появилась тенденция на освоение СМИ мессенджеров.

В пятерку самых посещаемых россиянами интернет-проектов входят «Яндекс», «ВКонтакте», Mail.Ru, Google и YouTube.

Общий объем экономики российского сегмента интернета (контент и сервисы) Российская ассоциация электронных коммуникаций оценивает в 1355,4 млрд руб. (\$21,5 млн).

## Барометр свободы слова

Согласно Индексу свободы прессы, ежегодно публикуемому международной организацией «Репортеры без границ», Россия в 2016 году заняла 148 место (из 180), поднявшись со 152-го, где находилась в 2015 г. Таким образом страна вернулась в рейтинге на место, которое она занимала в 2014 г.

По данным проекта «Россия: медиаконфликты» (реализуется с 2005 г. Фондом защиты гласности), в 2015 г. было зафиксировано 313 конфликтов с участием СМИ и журналистов. Среди них: 5 случаев гибели журналистов, 73 нападения, 43 случая угроз, 49 случаев цензуры, 28 инцидентов с уголовным преследованием, 30 увольнений из редакций за профессиональную деятельность, 19 атак на сайты СМИ. В 2014 году было зафиксировано 316 инцидентов с участием журналистов и СМИ.

## Общественное ТВ

В стране с мая 2013 года выходит в эфир телеканал под названием «Общественное телевидение России» (ОТР) с круглосуточным вещанием (не путать с «Общественное российское телевидение» (ОРТ), – под этим названием существовал «1 канал» в 1995–2002 гг.).

Предложение создать общественное телевидение озвучил в 2011 г. президент России Дмитрий Медведев. В 2012 г. он же подписал указ о создании ОТР.

Юридическая форма существования канала – автономная некоммерческая организация. Глава ОТР назначается президентом России, финансирование определяется Министерством финансов из госбюджета.

Канал создавался как альтернатива государственно-коммерческому телевидению. Миссия ОТР формулируется как «формирование и развитие гражданского общества». С первого года своего существования его вещание подвергалось критике. Канал нередко упрекали в несовременном подходе, в создании неинтересных передач. Хотя иногда появлялись и диаметрально противоположные мнения, утверждавшие, что на ОТР можно увидеть «реальную жизнь страны», «то, что не покажут на других каналах». Другая волна критики была направлена на организационную модель ОТР: многие эксперты считают, что телеканал, где руководитель назначается президентом страны, не может считаться общественным. Вызывает споры и форма финансирования ОТР – его бюджет определяется правительством, а не формируется из целевых отчислений населения, как это принято в других странах. В координационный и общественный советы ОТР входит большое количество лиц, занимающих должности в государственных учреждениях, что также вызывает сомнения у экспертов в независимости СМИ.

Финансирование ОТР в 2016 г. составило 1,43 млрд руб. (\$22,7 млн). По словам руководства канала, этого бюджета не хватает для полноценной работы СМИ, и ОТР находится в тяжелом финансовом положении.

В рейтингах среднесуточного охвата аудитории TNS Russia данные об ОТР отсутствуют.

## Доверие к СМИ

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) опубликовал результаты опроса о том, к каким СМИ россияне чаще всего обращаются за новостями о событиях в стране и мире, информации из каких источников доверяют больше других. Опрос был проведен в начале 2016 г.

Политическими и экономическими событиями в стране и за рубежом интересуется большинство россиян (66%), однако специально отслеживает эту

информацию в СМИ 21% (повышенный интерес наблюдается среди людей пенсионного возраста, тогда как молодежь, напротив, проявляет меньшую активность: 38% против 10–13%), а 45% узнают новости случайно.

Главным источником новостей о событиях в стране для большинства жителей России является телевидение, однако его популярность снижается (62% в 2015 г., 57% в 2016 г.). В то же время интернет (считая одновременно информационные сайты, социальные сети и блоги) сегодня используется для поиска новостных материалов 27% всех опрошенных (в 2015 г. – 22%). Можно предположить, что в дальнейшем эта средняя цифра будет только расти – поскольку уже сегодня сеть является главным источником новостей для 62% 18–24-летних, 47% 25–34-летних. Радио, газеты и журналы называют существенно реже (3%, 3% и 1% соответственно).

При этом нынешние новостные телепередачи, по словам каждого пятого респондента (21%), уже не так интересны, как были несколько лет назад – в сравнении с 2011 г. этот показатель вырос более чем в два раза (8% в 2011 г.). Одновременно заметно ниже стала доля тех, кто придерживается обратного мнения: если в 2011 г. 55% россиян считали, что новости также интересны, как и ранее, то в 2016 г. об этом сказали 34%.

Однако это не мешает телепередачам федеральных каналов оставаться безоговорочным лидером в рейтинге доверия средствам массовой информации. Три четверти россиян (75%) выражают доверие данному виду СМИ. Показатель регионального ТВ ниже: доля респондентов, давших положительные ответы, составляет 65%.

Высокий уровень доверия к телевидению подтверждается еще и тем фактом, что в случае наличия противоречивой информации о каком-либо событии в различных СМИ, именно телевизионному сюжету скорее поверит более половины граждан (53%). Однако в последние несколько лет наблюдается снижение этой доли (с 60% в 2013 г.). Предпочтение сайтам и блогам в этом вопросе отдадут 22% опрошенных. В то же время таким традиционным средствам массовой информации, как радио (3%), газеты (2%) и журналы (менее 1%) респонденты готовы довериться не столь охотно.

## Саморегулирование

В России существует Союз журналистов России (СЖР) – одно из крупнейших в Европе объединений журналистов. В эту общественную организацию входит около 100 тыс. человек, 85 региональных организаций, а также более 40 творческих объединений, гильдий и ассоциаций. СЖР – «наследник» Союза журналистов СССР и, по сути, сохранил свою структуру на территории России после распада Советского Союза.

Одними из важнейших задач СЖР объявляет защиту профессиональной деятельности журналистов и саморегулирование СМИ. Однако в последние годы среди журналистов России деятельность Союза нередко вызывает критику: часто звучат обвинения в инертности, слабой активности, неэффективности работы и даже в несамостоятельности и сервильности. Как следствие, несмотря на многочисленность состава, СЖР вряд ли можно назвать авторитетной и объединяющей организацией в российской журналистской среде. Однако другие профессиональные организации журналистов еще меньше влияют на саморегулирование в сфере СМИ в стране.

Тем не менее, принятый в 1995 году Союзом журналистов «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» до сих пор является самым известным документом, зафиксировавшим профессиональные этические нормы (де-юре он распространяется только на членов Союза). В настоящее время СЖР готовит новый вариант кодекса.

В 1998 г. при СЖР было создано Большое жюри по информационным спорам для рассмотрения жалоб на работу журналистов и редакций СМИ. Его региональные аналоги появились во многих областях страны при местных отделениях СЖР. Однако Большое жюри фактически перестало работать в 2010 г., подобная участь постигла и его местные аналоги.

В 2005 г. по инициативе Большого жюри СЖР создается Общественная коллегия по жалобам на прессу, которая существует и работает до сих пор независимо от Союза журналистов. Коллегия не является юридическим лицом (организацией), ее члены собираются *ad hoc* для обсуждения жалоб на публикации в СМИ, поступившие от граждан или организаций. Коллегия состоит из двух палат по 25 человек в каждой. Первая, палата медиасообщества, формируется некоммерческими организациями, работающими в сфере массмедиа. Вторая, палата медиааудитории, формируется общественными организациями, чья деятельность не связана со сферой массмедиа. Важное условие рассмотрения жалобы Коллегией – отказ заявителя обращаться в судебные органы.

Как заявлено в уставе Коллегии, в своей работе она опирается на этические принципы, заложенные в положениях Конституции РФ об основных правах и свободах человека и гражданина, законодательстве Российской Федерации о средствах массовой информации, документах Совета Европы, ЮНЕСКО и ОБСЕ по вопросам этики и саморегулирования в области массовой информации, документах саморегулирования медийных организаций.

С ноября 2005 г. по октябрь 2016 г. Коллегия рассмотрела более 130 информационных споров (в среднем около 12 споров в год), что свидетельствует о неготовности российского общества решать конфликты с участием СМИ и журналистов в досудебном порядке с использованием механизмов саморегулирования. Для сравнения, количество судебных процессов в России, где редакции и журналисты выступают ответчиками, составляет, по приблизительным оценкам, более 200 в год.



Решения по жалобам публикуются на официальном сайте Коллегии и выходят в печатных сборниках.

## **Кодекс профессиональной этики российского журналиста**

(Принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 г. (Москва))

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

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

3. Журналист распространяет и комментирует только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений.

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

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

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

Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации



материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати.

Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенных за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было хотя бы частично искажено против его воли.

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

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

5. Журналист полностью осознает опасность ограничения, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. Выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка, религии политических или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения.

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

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

бой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Сергей Штурхецкий (Острог, Украина)

### СМИ Украины

Структура медиарынка Украины выглядит следующим образом: 1) телевидение: частное и общественное (со структурными подразделениями в областных центрах и крупных городах областного подчинения); 2) печатные СМИ: частные и коммунальные (находящиеся в процессе разгосударствления); 3) радио: частное и общественное; 4) интернет-СМИ: информационные агентства (официально зарегистрированные как СМИ), интернет-СМИ новостного характера, интернет-агрегаторы, интернет-радио, интернет-телевидение, т.н. новые СМИ (блоггерство).

Более 75% телевизионного рынка принадлежит четырем медиагруппам-лидерам: «Интеру» (владельцы – Дмитрий Фирташ и Сергей Левочкин), «1 + 1» (Игорь Коломойский), «StarLightMedia» (Виктор Пинчук) и «Украина» (Ринат Ахметов). Кроме каналов-флагманов («Интер», «Украина», «1 + 1», СТБ и ICTV) в топ-десятку входят «Новый канал» (StarLightMedia), НТН, «Мега» и K1 («Интер»), «2 + 2» и ТЕТ («1 + 1»).

За последние три года появились новые информационные каналы, которые работают только в режиме новостей (ранее по такой концепции работал только «5 канал», принадлежащий Петру Порошенко). Это каналы «112», «NewsOne», «Еспресо.ТВ».

Экономические результаты медиарынка Украины в 2016 году дали основания для сдержанного оптимизма в оценках последующего роста. При этом общий объем рекламного медиарынка Украины в 2016 году (ТВ, интернет, радио, пресса, наружная реклама) оценивается экспертами Всеукраинской рекламной коалиции (ВРК) как 11,62 млрд грн (447 млн USD) и, по сравнению с прошлым годом, он демонстрирует уверенное увеличение (на 27%). По мнению гендиректора ВРК Максима Лазебника, «рекламно-коммуникационная индустрия Украины в 2016 году ... перешла от падения и стагнации к росту».

Объем телевизионной рекламы в 2016 году, по оценкам ВРК, вырастет на треть по сравнению с прошлым годом и составит 5,68 млрд грн (218 млн USD). Хорошие показатели роста демонстрирует и реклама в сети Интернет. По оценкам ВРК, интернет-рынок вырастет не менее чем на 33–35% в 2016 году и не менее чем на 28–30% в 2017 году, достигнув объема не менее 4 млрд грн. (154 млн USD). Объем радиорекламы оценивается в пределах 0,4 млрд грн (15 млн USD) с прогнозом к увеличению в следующем году на треть. При этом региональным радиовещателям остается менее 10% (39 млн грн или 1,4 млн USD)

По оценкам Украинской ассоциации медиабизнеса (УАМБ), объем рекламы в прессе составит до конца 2016 года 1,13 млрд грн (44 млн USD), что на 17% меньше, чем в прошлом году. Прогноз на 2017 год положительный, ожидается рост объема рекламы на 17%. Примечательно, что региональная реклама составила в общей структуре рекламы всего 16% (180 млн грн или 6,9 млн USD).

В части структуры медиарынка Украина стремительно приближается к мировым трендам. Как и в других странах, интернет-реклама растет и с 2015 года занимает уже треть всего рынка, уступая в доле лишь телевидению. Что касается объемов, то украинский рынок в 2015 году значительно уступал польскому (в 5 раз), российскому (в 15 раз) или немецкому (в 70 раз) после стремительного падения последних лет — с \$1400 млн в 2013 году до \$685 млн в 2014 году и \$382 млн в 2015 году.

## Новые медиа

Уровень проникновения интернета в Украине продолжает постоянно расти, что отчасти объясняется уменьшением стоимости и увеличением легкости доступа, особенно к мобильному интернету. По данным Международного союза электросвязи (ITU), уровень проникновения интернета в Украине составил 49% в 2015 в году, по сравнению с 43% в 2014 году и 41% в 2013 году.

По состоянию на февраль 2016 года в Украине к интернету подключено 63% домохозяйств (без учета Крыма) – данные Интернет-ассоциации Украины (ИНАУ). Регулярно — раз в месяц или чаще — пользуются интернетом 62% семей (или 27 млн человек). Еще в конце 2015 года таких регулярных пользователей было 58%.

Больше половины интернет-пользователей в Украине — люди от 15 до 44 лет. По разным подсчетам дети и подростки в возрасте до 14 лет составляют 2–2,5 млн пользователей. 55% пользователей — жители больших городов. Среди пользователей 49% мужчин и 51% женщин.

Первая тройка лидеров предпочтений украинских пользователей сети на протяжении года остается неизменной: Google, «ВКонтакте» и YouTube (по состоянию на октябрь 2016 года). По данным исследования Kantar TNS CMeter, октябрьский рейтинг популярных сайтов отличается динамикой роста в Wikipedia.org, Sinoptik.ua, Blogspot.com и Kinopoisk.ru. В топ-25 также ворвался сайт поиска работы Robot.ua. Среди социальных сетей самым популярным ресурсом является «ВКонтакте» (63% охвата аудитории), Facebook (42%), «Одноклассники» (36%) и быстрорастущий Instagram (18%).

Динамическое возрастание аудитории демонстрирует украинский сегмент Facebook. За период с апреля по ноябрь 2016 года количество украинских пользователей Facebook выросло с 5,4 до 7,2 млн пользователей (по методологии, Facebook-пользователем считается зарегистрированный в сети юзер, который не реже одного раза в 30 дней посещает свой аккаунт). За последние 7 лет – с апреля 2009 года – аудитория Facebook в Украине выросла в 114 раз.

Среди информационных сайтов, по данным ИНАУ, к концу 2016 года наибольшим охватом аудитории владели Obozrevatel (17,9%, группа сайтов, интернет-издание), Segodnya.ua (17%, ежедневная газета), TSN.ua (16,8%, сайт телеканала).

По своему влиянию ведущие новостные интернет-сайты в Украине сравнялись с телеканалами. Так, например, на основании исследования компании Gemius, в октябре 2015 года суммарное количество просмотров страниц составило: 72,5 млн («Обозреватель», собственник – бизнесмен Михаил Бродский), 63,2 млн («Цензор.нет», журналист Юрий Бутусов), 56 млн («Украинская правда», журналист Алена Пригула).

## Доверие к СМИ

Антирейтинг доверия украинским медиа составляет –7% (32% доверяет, 39% не доверяет). Отечественные СМИ значительно потеряли в доверии по сравнению с 2014 годом, и баланс доверия к ним перешел в отрицательный (ноябрь 2016 года).

При этом на фоне кризиса доверия к телевидению и прессе украинская аудитория все чаще за новостями обращается к интернет-ресурсам. По данным международной исследовательской компании Nielsen (конец 2015 года), в ответе на вопрос «Какой источник актуальных новостей вы предпочитаете?» телевидение набрало 51% голосов респондентов. Новостные сайты — 48%, соцсети — 47%. Традиционные СМИ — радио и печатная пресса — служат основным источником новостей для 10% и 9% опрошенных соответственно.

После начала войны доверие к российскому ТВ в Украине упало до 4%, доверие к онлайн-новостям - до 5%, к радио и газетам – до 2%. Доверие к российским СМИ в Украине колеблется около статистической погрешности. Растет доверие к украинским онлайн-СМИ, а доверие к российским СМИ продолжает сокращаться, свидетельствуют результаты исследования Internews Network в рамках проекта USAID «У-Медиа» (август 2016 года).

## Барометр свободы слова

Сразу на 22 позиции (до 107-го места из 179 стран) повысился рейтинг Украины в 2016 году по сравнению с прошлым, по версии международной организации «Репортеры без границ». Этому, как отмечается в отчете организации, благоприятствовало прекращение активных боевых действий на востоке Украины и реализация ряда реформ, направленных в том числе на увеличение прозрачности структуры собственности СМИ и доступа к информации. За 2016 год зафиксировано одно убийство журналиста (Павел Шеремет был взорван в автомобиле в центре Киева), в 2015-ом – два убийства (фотограф Сергей Николаев погиб при освещении боевых действий, журналиста Олеся Бузину застрелили возле его подъезда в Киеве), в 2014-ом – семь убийств репортеров.

Институтом массовой информации (ИМИ) в результате мониторинга установлены (за 10 месяцев 2016 года) 28 фактов избиения журналистов (58 – за предыдущий год), 86 фактов препятствования профессиональной деятельности (105), 7 фактов цензуры (12). Таким образом, ситуация улучшилась по сравнению с 2015 и особенно с 2014 годом, который войдет в историю украинской журналистики как самый драматичный и тяжелый для профессии.

Согласно официальным данным, всего в 2016 году было зарегистрировано 172 уголовных производства за преступления против журналистов. В то же время лишь 8% таких преступлений раскрывается. После длительных переговоров была освобождена журналистка-блогер Мария Варфоломеева, которая на протяжении более чем года находилась в условиях незаконного лишения свободы в Луганске.

В 2016 году завершились также истории с уголовным преследованием официальными властями Украины видеоблогера Романа Коцабы из Ивано-Франковска (обвинялся СБУ в препятствовании деятельности Вооруженных сил Украины) и редактора телеканала «Бессарабия-ТВ» Елены Глищинской (Романовой), которая обвинялась в организации объявления автономии Бессарабии. В июне Елена Глищинская оказалась в Москве в результате обмена на украинских политзаключенных. В июле 2016 года Апелляционный суд Ивано-Франковской области оправдал журналиста Руслана Коцабу, которого ранее осудили на 3,5 года за призывы к уклонению от мобилизации, и отпустил его на свободу. Дело Коцабы вызвало неоднозначную реакцию в среде украинского общества, в то же время именно судьба этого блогера была под постоянным контролем международных правозащитных структур.

Среди проблем, влияющих на свободу слова в Украине, наблюдатели называют существенное давление крупных олигархов-собственников на редакционную политику подконтрольных им СМИ. Нередко СМИ вынуждены принимать

участие в информационных кампаниях в политических или экономических интересах своих собственников.

Как «Репортеры без границ», так и представители других украинских и международных организаций отмечают невозможность объективно оценивать состояние свободы слова на территориях, неподконтрольных Украине, как и то, что в тех районах «нет критически настроенных журналистов и никаких иностранных наблюдателей». Особое беспокойство у правозащитников вызывает также ситуация с соблюдением прав и свобод граждан в Крыму.

Украина опустилась на 38 место (37 место в 2015 и 33 место в 2014 году) в ежегодном рейтинге свободы интернета, составленном международной правозащитной организацией Freedom House, и осталась, по классификации этой организации, среди «частично свободных» стран. Как отмечают эксперты, в стране не блокируются соцсети и информационные приложения, но есть ограничения доступа к информации, а также случаи арестов блогеров и активистов. Как заявил председатель Харьковской правозащитной группы (ХПГ) Евгений Захаров, есть случаи, когда «приговоры (за деятельность в соцсетях – Авт.) не соответствуют степени вины. И это большая проблема для Украины».

В отчете Freedom House подчеркивается, что в отличие от традиционных медиа доступ к онлайн-контенту на неподконтрольных Украины территориях не испытал значительного влияния после аннексии Крыма, однако вместе с этим десятки украинских сайтов подверглись цензуре на неконтролируемых официальными властями районах Донбасса.

## Регулирование СМИ

Начиная с апреля 2016 года, украинские телеканалы начали публиковать на сайтах имена своих владельцев. Это стало следствием принятого в сентябре 2015 года так называемого закона о прозрачности медиа. Согласно этому закону, все телеканалы и радио, которые получают от государства лицензии, в течение полугода должны были подать документы о структуре медиасобственности и конечных бенефициарах в Национальный совет по вопросам телевидения и радиовещания, а также обнародовать эту информацию на своих сайтах. К настоящему моменту информация о структуре собственности доступна на сайтах большинства основных телеканалов. Многие региональные каналы проигнорировали требования законодательства.

Деятельность прессы регулируют законы «О печатных СМИ (прессе) Украины», «Об информации», «О государственной поддержке СМИ и социальной защите журналистов». Регистрацию печатных изданий с общегосударственной, региональной и зарубежной формами распространения с апреля 2011 года про-



водит Государственная регистрационная служба Украины, местной сферы распространения – структурные подразделения главных управлений юстиции Минюста. Данные о регистрации печатных массмедиа сведены в Государственный реестр печатных средств массовой информации и информационных агентств как субъектов информационной деятельности.

Началась в 2016 году реализация положений Закона «О реформировании государственных и коммунальных печатных средств массовой информации». В опубликованном в декабре 2016 года постановлении Кабмина, «запускающим» процесс разгосударствления печатных коммунальных СМИ определено 244 издания, которые будут первыми. 311 оставшихся будут реформированы в следующих годах.

## Стандарты СМИ

В рамках исследования (сентябрь 2016 года) медиаэксперты ИМИ провели точечный анализ 10 самых популярных новостных украинских сайтов на предмет соблюдения трех основных профессиональных стандартов журналистики: баланса мнений и точек зрения, достоверности и отделения фактов от комментариев.

В среднем, как показало исследование, хуже всего украинские издания придерживаются баланса (в 29% новостей в популярных всеукраинских интернет-изданиях есть несбалансированность), есть вопросы к достоверности источников (16% новостей, подлежащих мониторингу, были недостоверными, по мнению экспертов ИМИ). Примерно 10% новостей на всеукраинских новостных сайтах содержали оценочные суждения, то есть в них было соблюдены стандарта отделения фактов от комментариев.

Среди всеукраинских информационных сайтов качественные новости на сайте «Укринформа» (97% новостей из тех, что подлежали мониторингу), на сайтах Liga.net и «Украинская правда» (по 93% качественных новостей).

Проведенный Академией украинской прессы (АУП) мониторинг телевизионных новостей центральных каналов (июнь 2016 года) показал, что 32% новостного потока – политические новости в Украине (в сентябре 2015 года – 46%) – это самый низкий показатель с февраля 2014 года; 12% сообщений – с несколькими точками зрения на события (в 2015 году – 14%); внутренняя государственная политика, деятельность органов власти – зачастую главная упоминавшаяся тема сообщений. По сравнению с прошлым годом, стабильной остается доля сюжетов о борьбе с коррупцией; маркировки украинских участников конфликта, по сравнению с сентябрем 2015 года, стало более унифици-



рованным, а другой стороны – более вариативным; официальные лица чаще граждан комментируют события; в 2015 году было наоборот.

Источником информации на центральных телеканалах чаще выступают официальные источники (49% против 28% в октябре 2014 года, 44% в сентябре 2015 года) и реже – командиры и бойцы АТО (8% против 15% в октябре 2014 года и 10% в сентябре 2015 года), а также спикеры АТО – 3% против 9% и 8% соответственно. Собственный корреспондент канала по-прежнему лидирует (53%).

Журналистские стандарты на региональном уровне соблюдаются намного хуже, чем даже на центральных каналах. Эксперты говорят о большей зависимости местного телевидения и прессы от власти или экономических элит, а скудный локальный рекламный рынок нередко заставляет редакторов использовать «джинсу» – немаркированную рекламу политического либо экономического характера.

## Общественное телевидение

В начале 2017 года в Украине может быть юридически зарегистрирован общественный вещатель, который должен работать на базе Национальной телерадиокомпании Украины (НТКУ) и ее подразделений в областях. Фактически под новым брендом Общественное (в Украине его называют Публичным, поскольку Общественное ТВ возникло в 2013 году как инициатива журналистов) вещает на первом национальном канале. На 2016 год из бюджета на НТКУ было предусмотрено 747 млн грн (примерно 30 млн USD), по предварительным оценкам, на 2017 год планируется 1.8 млрд (примерно 47 млн USD). Ситуация усложнилась и тем, что именно НТКУ отвечает за проведения песенного конкурса «Евровидение», который в 2017 году принимает Украина. В ноябре 2016 года Кабмин принял отставку гендиректора НТКУ Зураба Аласании, который начал с 2014 года реформу телекомпании. Охват аудитории UA-первым незначительный и составляет менее 1% (при физическом покрытии практически всей территории Украины, кроме временно оккупированных территорий).

## Саморегулирование СМИ

Базовым документом, определяющим саморегулирование СМИ в Украине, является Кодекс этики украинского журналиста, принятый 24 апреля 2004 года на съезде журналистов-подписантов Кодекса. Последние изменения в Кодекс

внесены 4 октября 2013 года на съезде подписантов Этического кодекса украинского журналиста в Киеве. Кодекс утвержден 12 декабря 2013 на пленуме Национального союза журналистов Украины (НСЖУ) и месяцем ранее – решением Комитета независимого медиапрофсоюза Украины (НМПУ). Таким образом, две наиболее массовые организации (которые к тому же и являются членами Международной федерации журналистов) утвердили текст единого Кодекса (до этого в каждой организации были свои кодексы). Унификация главного этического документа стала важным моментом в саморегуляции – ведь на основании Кодекса вела свою деятельность Комиссия по журналистской этике (КЖЭ – общественный орган саморегуляции медиа). Поступавшие жалобы Комиссия разбирает на своих заседаниях (5–10 раз в год), как раз исходя из соответствия или несоответствия материала в газете или сюжета телепрограммы статьям Кодекса. Кроме того, признание Кодекса журналистскими организациями провозгласило приверженность всех членов НСЖУ и НМПУ положениям Кодекса и открыло путь к созданию Национальной пресс-карты как механизма документального подтверждения принадлежности лица к журналистскому цеху. Механизм действия Национальной пресс-карты еще не работает и до сих пор вызывает дискуссии в экспертной среде, но консенсус был достигнут в том, что за нарушение Кодекса журналист (после соответствующего решения КЖЭ) будет лишаться пресс-карты.

КЖЭ возникла в годовщину исчезновения Георгия Гонгадзе – 16 сентября 2001 года – во время собрания инициативы «Журналисты – за чистые выборы». Обращение инициативы стало основой первого Этического кодекса. Далее журналистам предлагалось подписать этот Кодекс, а раз в два года подписанты собирались на съезды и избирали Комиссию в составе 15 человек. В 2013 году структура Комиссии была изменена – 10 членов избиралось на съезде подписантов, а 5 – делегировались от крупных медиаорганизаций. В 2015 году было избран новый состав КЖЭ съездом подписантов, а когда возникла необходимость привести деятельность организации в соответствие с Уставом, уже в декабре 2016 года новая Комиссия была избрана на собрании членов-основателей КЖЭ образца 2002 года. С момента создания и до конца 2016 года КЖЭ возглавлял основатель еженедельника «Зеркало недели» Владимир Мостовой. На данный момент председателем КЖЭ является журналист Андрей Куликов.

## **Украина. Кодекс этики украинского журналиста**

(редакция от 4 октября 2013 года, утвержденная Съездом подписантов Этического кодекса украинского журналиста в г.Киеве)

1. Свобода слова и высказываний является неотъемлемой составляющей деятельности журналиста.

2. Служение интересам власти или учредителей, а не общества, является нарушением этики журналиста.

3. Журналист должен с уважением относиться к частной жизни человека. При этом не исключается его право на журналистское расследование, связанное с теми или иными событиями и фактами, которые имеют общественное значение и призваны защищать интересы общества и человека.

4. Освещение судебных процессов должно быть непредвзятым к обвиняемым. Журналист не может называть человека преступником до соответствующего решения суда.

5. Журналист не раскрывает своих источников информации, кроме случаев, предусмотренных законодательством Украины.

6. Уважение к праву общественности на полную и объективную информацию о фактах и событиях является первой обязанностью журналиста. Журналисты и редакторы должны предпринимать шаги для проверки подлинности сообщений, видео- и аудиоматериалов, полученных от представителей общественности, фрилансеров, пресс-служб и других источников.

7. Информационные и аналитические материалы должны быть четко отделены от рекламы соответствующей рубрикой.

8. Редакционная обработка материалов, включая снимки, текстовки, заголовки, соответствие видеоряда и текстового сопровождения и т.п. не должны фальсифицировать содержание. Необходимо извещать аудиторию о предоставлении отрепетированных и реконструированных новостей.

9. Факты, суждения и предположения должны быть четко отделены друг от друга. Недопустимо распространение информации, содержащей предвзятость или необоснованные обвинения.

10. Точки зрения оппонентов, в том числе тех, кто стал объектом журналистской критики, должны быть представлены сбалансировано. Также должны быть представлены оценки независимых экспертов.

11. Не допускается такое выборочное цитирование социологических исследований, которое приводит к искажению его содержания. Журналистские опросы граждан не должны фабриковаться с целью получения заранее определенного результата.

12. Журналист обязан сделать все возможное для исправления любой распространённой информации, если оказалось, что она не соответствует действительности.

13. Журналист не должен использовать незаконные методы получения информации. Журналист при сборе информации действует в правовом поле Украины и может прибегнуть к любым законным, в том числе судебным, процедурам против лиц, которые препятствуют ему в сборе информации. Использование негласных приемов сбора новостей допускается лишь тогда, когда это необходимо для обеспечения достоверности или точности материала. Такие приемы могут быть оправданными только в случае, если другими способами собрать информацию невозможно.

14. Плагиат несовместим со званием журналиста.

15. Никто не может быть подвергнут дискриминации из-за своего пола, языка, расы, вероисповедания, национального, регионального или социального происхождения или политических убеждений. Указывать на соответствующие признаки лица (группы людей) следует лишь в случаях, когда эта информация является непременной составляющей материала. Необходимо воздерживаться от намеков или комментариев, касающихся физических недостатков или болезней человека, избегать употребления оскорбительных выражений, ненормативной лексики.

16. Журналиста нельзя служебным порядком обязать писать или выполнять что-либо, если это противоречит его собственным убеждениям или принципам. Необходимо противостоять проявлениям внешнего вмешательства в контент - как непосредственному давлению, так и действиям с косвенными признаками такого вмешательства.

17. Незаконное получение журналистом материального вознаграждения или каких-либо льгот за выполненный или невыполненный журналистский материал является несовместимым со званием журналиста. Журналист не должен использовать служебное положение в личных целях, с целью наживы, саморекламы, в карьерных целях или руководясь стремлением угодить определенным силам или лицам. Журналист не вправе использовать финансовую информацию до ее обнародования с целью собственного обогащения.

18. Журналист должен быть особенно осторожным при освещении вопросов, связанных с детьми. Журналист и редактор должны иметь обоснованные основания для освещения частной жизни несовершеннолетнего лица (лиц) и разрешение на это от его родителей или опекунов. Недопустимым является раскрытие имен несовершеннолетних (или указание признаков, по которым их

можно распознать), которые имели отношение к противозаконным действиям или стали участниками событий, связанных с насилием.

19. Сознательное нарушение норм журналистской этики абсолютно несовместимо с профессиональной журналистикой, подвергается общественному порицанию, может быть основанием для лишения пресс-карты или членства в профессиональных союзах и НСЖУ. Рассмотрение конфликтных ситуаций этического и профессионального характера осуществляет Комиссия по журналистской этике.

**II. СВОБОДА СЛОВА  
И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ЭТИКА  
НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**



**Виорика Захария (Кишинэу, Республика Молдова)**

## **Этические проблемы молдавских СМИ**

*Главной проблемой прессы Республики Молдова в последние 3–4 года является информационное манипулирование. Это факт, зафиксированный в регулярных мониторинговых отчетах, составляемых экспертами гражданского общества. Первопричиной манипулирования, в свою очередь, является то, что средства массовой информации принадлежат или финансируются лицами, имеющими политические или экономические интересы. Вместе с тем, судя по жалобам, рассмотренным в последние два года Советом прессы, органом саморегулирования средств массовой информации Республики Молдова, главные нарушения деонтологических норм связаны не с техниками манипулирования, такими как диффамация или необеспечение права на ответ (хотя существуют и такие жалобы), но скорее со стремлением журналистов предоставлять новости из категории «сенсационных».*

### **Нарушение права на достоинство и частную жизнь**

Случай, который потряс общественность Молдовы и вызвал протест со стороны организаций гражданского общества, имел место в январе 2015 года.

16 января 2015 года телевизионный канал с большой аудиторией PRO TV распространил кадры, взятые с порнографического канала: молодая женщина, учительница, занималась оральным сексом в частной обстановке. Телеканал распространил кадры, скрыв лицо женщины, а закадровый голос рассказывал, что снимки опубликованы ее бывшим возлюбленным, который таким образом мстил за то, что женщина его покинула. Канал поставил акцент на курьезный способ, каким бывший возлюбленный решил отомстить. Сообщение появилось в выпуске новостей в 17.00 и на сайте телеканала. В него были включены детали, по которым девушку можно было легко узнать: преподаваемый ею предмет, школа и село, где она работала. До сообщения в выпуске, то есть до 17.00 часов, снимки находились на сайте PRO TV, а съемочная группа этого канала работала в селе где жила девушка. Группа посетила ее родителей и школу, где она работала. Об этом узнали некоторые юристы и журналисты из Кишинэу, написали в Facebook, и таким образом в течение дня общее негодование по поводу того, что PRO TV готовит такой сюжет и имел наглость отправиться в село девушки, росло. Как следствие в выпуск новостей в 20.00 часов, главный выпуск новостей этого канала, не был включен ни один сюжет на эту тему.



После того как офис телевизионного канала был пикетирован группой общественных активистов и около 30 неправительственных организаций потребовали публичных извинений, заявив что прекращают любое сотрудничество с журналистами PRO TV, канал выступил с двумя сообщениями для прессы, в которых признал свою ошибку и извинился. Вместе с тем не было представлено никакого оправдания по поводу публикации этих изображений. Зато канал пригласил организации, которые объявили ему бойкот, на дискуссию, *«чтобы совместно установить четкие правила о том, как сюжеты общественного интереса, затрагивающие частную жизнь, должны отражаться журналистами»*.

Совет прессы обратил внимание на данный случай, исходя из предпосылок, что данное видео нарушает право на частную жизнь и достоинство. Совет установил, «что телевизионный канал допустил грубое вмешательство в частную жизнь данного лица и нарушил право на его частную жизнь и достоинство, соблюдение которых предусмотрено статьями 4.1 и 4.2 Деонтологического кодекса журналиста Республики Молдова, который предусматривает, что *«4.1 Журналист обязан соблюдать право людей на частную жизнь и на защиту их достоинства; 4.2 Вмешательство в частную жизнь допустимо только в том случае, когда общественный интерес в раскрытии фактов преобладает над защитой имиджа конкретного человека»*. СП потребовал от телеканала публичных извинений в одном из выпусков новостей в 17.00, то есть в то же время, когда был показан спорный материал. Извинений не последовало.

Помимо Совета прессы обратил внимание на этот случай и Координационный Совет по телевидению и радио, который публично предупредил PRO TV, отметив, что он нарушил как законодательство о защите персональных данных, так и относящееся к защите детей от негативного влияния информации: сообщение было распространено в часы, когда дети могли находиться перед телевизором.

Вскоре Центр по защите персональных данных (государственный орган) применил санкции к каналу PRO TV, которые тот оспорил в суде. В настоящее время (ноябрь 2016 года) дело находится в Высшей Судебной палате. И сама девушка при помощи адвоката подала в суд на канал и добилась в первой инстанции возмещения ущерба в 50 тысяч леев, из запрошенных 1,5 миллиона. Окончательное решение в данном споре еще не принято, в ноябре 2016 года дело находилось в производстве в Апелляционной палате Кишинэу.

## **Игнорирование принципа презумпции невиновности, предусмотренного Конституцией**

СМИ Республики Молдова часто используют пресс-релизы полиции, прокуратуры или Национального Центра по борьбе с коррупцией без проверки ин-

формации или предоставления права на ответ затронутым лицам. Во многих случаях конфиденциальность обвиняемого лица защищена – не озвучиваются имена и детали, которые могли бы привести к его идентификации. Иногда же лицо может быть идентифицировано, а те, кто публикуют подобную информацию без предоставления ответа затронутого лица, нарушают как профессиональную деонтологию, так и презумпцию невиновности, закрепленную в Конституции Республики Молдова. Такой случай был зафиксирован также в 2015 году.

Местная газета опубликовала, 30 января 2015 года, сообщение Национального Центра по борьбе с коррупцией (НЦБК) в котором говорилось, что полицейский был пойман со взяткой. НЦБК не опубликовал имя полицейского. Газета использовала пресс-релиз, но включила в него имя и точную должность полицейского. Авторство текста было приписано НЦБК.

Полицейский пожаловался в Совет прессы на то, что в его отношении было нарушено право на частную жизнь. Также он указал, что газета нарушила принцип презумпции невиновности и нанесла ущерб его чести и профессиональной репутации. Совет согласился в части, касающейся презумпции невиновности, но отклонил жалобу в отношении нарушения права на частную жизнь. СП рекомендовал редакции соблюдать правила цитирования источников, так как редакция вмешалась в текст и изменила заголовок, но не проинформировала об этом своих читателей.

Случай с полицейским не единственный. Большая часть редакций СМИ Республики Молдова, в особенности в онлайн, используют информацию предоставленную органами правопорядка без проверки и забывают о том, что там затрагиваются конкретные лица, которые, в свою очередь, могут быть жертвами злоупотребления властей. Таким образом, не принимается во внимание и возможность предоставления этим лицам права на ответ.

## **Сенсационные детали vs. Права ребенка**

23 июля 2016 года канал ACCENT TV показал репортаж в двух частях о беспризорных детях из Кишинэу: «БЕСПРИЗОРНИКИ. Часть 1. Как становятся “детьми улицы”» и «БЕСПРИЗОРНИКИ. Часть 2. Детство в подворотне». Фильм вызвал быструю и жесткую реакцию со стороны как минимум двух организаций, специализирующихся на защите прав ребенка, а также Министерства труда, социальной защиты и семьи. Ассоциации и министерство подали жалобу в Совет прессы, обличая то, как в фильме были использованы дети. Журналисты взяли несколько интервью у детей, укрывающихся в руинах гостиницы «Национал» в Кишинэу, и имеющих зависимость от психотропных веществ. Некоторых

интервьюировали без их согласия (было видно, как они прикрывают лица, когда репортер настойчиво протягивает им микрофон), других – за деньги, не скрывая их лица и внешний вид, несмотря на все деонтологические и юридические нормы.

Некоторые средства массовой информации взяли этот сюжет и создали новости, используя материалы ACCENT TV, но защитили детей от идентификации.

В постановлении от 23 августа 2016 года Совет прессы установил, что журналисты нарушили юридические и деонтологические нормы, относящиеся к защите детей, находящихся в ситуации негативного характера, и потребовал от канала изменить изображения, доступные на тот момент на веб-странице. Также СП рекомендовал вещательной организации научить своих журналистов применять нормы интервьюирования детей, находящихся в уязвимом положении, для того чтобы не подвергать их повторной виктимизации и стигматизации.

В Республике Молдова с марта 2013 года существует закон, посвященный защите детей от негативного влияния информации. Документ устанавливает четкие правила для журналистов и пресс-служб государственных учреждений относительно интервьюирования детей, находящихся в ситуациях негативного характера, и распространения в прессе сюжетов с участием детей. Также, исходя из этого закона, с помощью экспертов гражданского общества в составе четырех министерств – здравоохранения, образования, внутренних дел и труда, социальной защиты и семьи – в 2014 году были разработаны положения и инструкции, которыми должны руководствоваться пресс-службы при распространении сообщений, касающихся детей.

Вместе с тем в СМИ периодически продолжают появляться сюжеты, в которых несовершеннолетние, находящиеся в уязвимом положении, изображаются незащищенными или присутствуют детали, которые могут вести к их идентификации.

## **Средства массовой информации – платформа для распространения фальшивок**

Выше были изложено несколько типовых случаев нарушения деонтологических норм прессой Республики Молдова. Можно было бы также отметить публикацию сообщений, содержащих кровавые подробности о несчастных случаях и преступлениях, непредставление права на ответ и другие.

Все же эта статья не была бы полной, если бы мы не упомянули и случаях, которые не дошли до Совета прессы (но ещё могут поступить в него) и представляют собой образцы информационного манипулирования. Один из них касает-

ся дезинформации о кандидате в президенты, основанной на чувствительной и противоречивой как в Европе, так и в Республике Молдова теме – о беженцах с Ближнего Востока.

В избирательной кампании 2016 года по выборам президента некоторые порталы, в основном русскоязычные, распространяли массово, без конкретных доказательств, новость, согласно которой кандидат Майя Санду пообещала немецкому канцлеру Ангеле Меркель, что примет в Молдову 30 тысяч сирийских мигрантов, если станет президентом. Информация была опровергнута много раз, в том числе европарламентарием, который объяснил, что в этом случае страна, которая не является членом ЕС, не может принимать иммигрантов. Но слух продолжал распространяться прессой. Апогей был достигнут 5 ноября 2016 года, когда, помимо ряда порталов, известных как политически ангажированных, канал с широкой аудиторией Prime TV (ретранслирует российский «Первый канал» и принадлежит бизнесмену и заместителю председателя Демократической Партии Владу Плахотнюку) распространил сообщение, основанное на ролике с YouTube. В этом ролике были интервьюированы трое молодых людей из Сирии, студенты Медицинского университета из Кишинэу. Они говорили, что идея принять мигрантов в Молдове хорошая, а в финале ролика сказали хором: «Голосуйте Майя Санду!». Новость была опубликована с заголовками типа: «Сирийская диаспора поддерживает Майю Санду»; «Сирийская диаспора Молдовы призывает молдаван голосовать за Майю Санду».

Для лиц с критическим отношением к информации было ясно с самого начала, что ролик является фальшивкой и он был изготовлен для показа на нескольких каналах с целью запугать молдаван «нашествием мигрантов».

Отличительные признаки, которые раскрывают подделку:

*Вопросы, заданные журналистом, были написаны на экране, а не заданы голосом репортера.* Это может означать, что молодым людям были заданы другие вопросы, а ответы были смонтированы таким образом, чтобы получить желаемый автором смысл.

*Заголовки, которые содержали слова «сирийская диаспора», содержат ложное обобщение,* ведь трое выходцев из Сирии, присутствующие в ролике, высказывали собственное мнение, а не озвучивали призыв или совместную декларацию представителей сирийского землячества в Молдове, и не могут считаться диаспорой.

*Сирийцев заставили комментировать фальшивую информацию,* так как не было объявлено, где и когда озвучивалась идея приема мигрантов в Молдову, а их ответы сами стали новостью. Таким образом фальшивка получила статус правды.

Размах, который получило тиражирование этой фальшивки, заставил некоторых журналистов из Кишинэу запросить официальную позицию пресс-служ-

бы канцлера Ангелы Меркель и партии, членом которой она является. Таким образом информация о «30 тысячах сирийцев» была опровергнута руководителем департамента по связям с общественностью Христианско-Демократического Союза Германии, чьим председателем является Ангела Меркель. Он по просьбе портала [Agora.md](http://Agora.md) заявил, что речь идет «о попытке дезинформации», поскольку Ангела Меркель на встрече с Майей Санду 20 октября 2016 года не обсуждала тему мигрантов.

В результате СМИ, которые описывали разными способами так называемое согласие Майи Санду принять мигрантов, сознательно растиражировали фальшивую информацию, активизирующую страхи молдаван перед возможным наплывом мигрантов. Эти страхи подпитываются в том числе российскими каналами, ретранслируемыми в Республике Молдова, с помощью сюжетов о ущербе, наносимом мигрантами в европейских странах, особенно в Германии. Таким образом, целью данных сообщений было убедить молдаван, которые имеют негативное мнение о мигрантах, не голосовать за Майю Санду, проевропейского кандидата, которому был противопоставлен пророссийский кандидат Игорь Додон.

## **Возможное решение – более жесткие санкции**

То, что большая часть прессы Республики Молдова публикует тенденциозную и манипулятивную информацию, игнорируя деонтологические нормы, показывает в первую очередь отсутствие независимости журналистов по отношению к тем, кто их финансирует. Также одной из причин является отсутствие у некоторых журналистов и редакторов профессиональной зрелости, что приводит к своеобразной интерпретации этических норм, особенно когда речь идет о погоне за сенсационными сюжетами. За исключением случаев нарушения Деонтологического кодекса по неосторожности, большая часть нарушений является следствием политической ангажированности прессы. Постоянный мониторинг некоторых телеканалов и новостных порталов, проводимый медиаорганизациями и отражаемый в регулярных отчетах, а также санкции, правда, редкие, применяемые Координационным Советом по телевидению и радио, не привели пока к исчезновению манипулятивных материалов или к сокращению случаев пренебрежения деонтологическими нормами. Лидеры медиаорганизаций не раз заявляли, что Координационный Совет по телевидению и радио мог бы играть куда более существенную роль в дисциплинировании вещательных организаций, если бы применял не штрафы размером в несколько тысяч леев, а санкции экономического порядка, такие как лишение права на трансляцию рекламы на длительные сроки.

## Роман Жолудь (Воронеж, Российская Федерация)

### Провокация в журналистике: цели и границы

Этический аспект использования провокативных техник журналистике постоянно вызывает споры. С одной стороны, журналист реализует право на свободу слова и предоставляет своей аудитории общественно значимую информацию, выполняя таким образом свой профессиональный долг. С другой стороны, при этом он использует неоднозначные методы, которые нередко заставляют задуматься об их допустимости в профессиональной журналистской деятельности.

#### Три истории провокации

##### История первая, корпоративная

12 декабря 2011 года авторитетный российский журнал «Коммерсантъ-Власть» вышел с фотографией испорченного избирательного бюллетеня на обложке номера. На бланке было написано нецензурное ругательство в адрес президента России Владимира Путина. Номер был посвящен фальсификациям на недавно прошедших выборах в Государственную думу. В день выхода номера в киосках Москвы скандальный журнал разошелся буквально за полдня. Однако были и другие последствия. Владелец ИД «Коммерсантъ» Алишер Усманов назвал поступок редакции «мелким хулиганством» и уволил главного редактора журнала Максима Ковальского и генерального директора ЗАО «Коммерсантъ-Холдинг» Андрея Галиева. На сайте [kommersant.ru](http://kommersant.ru) на месте обложки появилась надпись: «При выпуске 49-го номера журнала «Власть» были нарушены внутренние процедуры и правила Издательского Дома «Коммерсантъ», стандарты профессиональной журналистики и законодательство Российской Федерации. Руководство Издательского Дома сожалеет об этом и приносит свои извинения читателям и партнерам». Сообщение было подписано генеральным директором ИД «Коммерсантъ» Демьяном Кудрявцевым и шеф-редактором издательского дома Азером Мурсалиевым.

Сам уволенный Максим Ковальский не согласился с тем, что вышел за рамки профессиональной этики: «Перед нами был документ — фотография бюллетеня — который показывал, что на выборах были допущены нарушения. Этот бюллетень, который был опущен в Лондоне, там напротив партии «Яблоко» в клеточке стоял крестик, а напротив других партий не стояло ничего. По российскому закону этот бюллетень должен был быть признан действительным вне зависимо-

сти от того, были там надписи или нет. ... То, что написано что-то про Путина... Там могло быть написано про Микки-Мауса. Важно, не что написано, а то, что он признан недействительным, — пояснил он и привел в пример газету Figaro. – Там фотография: человек из Гваделупы идет и несет фотографию «F... Sargo». И такого рода фотографии в агентствах по всему миру — можно поставить любую фамилию».

Заместитель Ковальского Вероника Куцылло заявила «Я не считаю это провокацией... Это цитата». Позицию редакции поддержали многие коллеги из российских независимых изданий, которые посчитали репрессии внутри издательского дома давлением на журналистов и «закручиванием гаек».

### **История вторая, всероссийская**

26 января 2014 года, накануне 70-летия снятия блокады Ленинграда, в программе «Дилетанты» телеканала «Дождь» появился опрос, в котором аудитории предлагалось проголосовать, «не стоило ли отдать Ленинград нацистам, чтобы спасти тысячи жизней». Вопрос, продублированный на сайте СМИ и в соцсетях, вызвал бурю протестов и возмущений общественности, породил горячие споры. Он провисел на сайте не более 20 минут, затем был удален. Руководство канала принесло извинения всем, кого оскорбил вопрос, однако эффект смягчить не удалось. Не последнюю роль в обвинениях сыграла и оппозиционная, либеральная политическая позиция «Дождя»: для его оппонентов опрос стал очередным подтверждением «антироссийской настроенности» редакции телеканала. Появились многочисленные призывы закрыть «Дождь».

Несмотря на то, что Совет по правам человека при президенте РФ и Союз журналистов России выступили против внесудебного закрытия канала, большинство операторов кабельного и спутникового ТВ в одностороннем порядке разорвали контракты с «Дождем» (официально это подавалось как патриотическая позиция руководства операторов, но анонимные источники в компаниях говорили о давлении со стороны власти). Кроме того, представители ветеранских общественных организаций подали к редакции телеканала иски о защите чести и достоинства в суды, а прокуратура и Роскомнадзор провели проверки редакции на предмет нарушения законодательства.

Реакция медиасообщества на инцидент была неоднозначной. Так, колумнист Lenta.Ru Елизавета Сурганова отметила, что опрос был «неаккуратно сформулирован и вырван из контекста передачи», что сделало его провокационным. Также раскритиковали поступок «Дождя» журналисты «Коммерсантъ FM», «Комсомольской правды» и др. Жесткая оценка опроса прозвучала и от политиков, депутатов Госдумы. Поступок «Дождя» оценивался как «преступление», «кощунство».



В то же время представители «Дождя» указывали, что подобные опросы проводились и в других российских СМИ. Более того, редакция и ее сторонники напоминали, что подобный вопрос поставил двадцать пять лет назад известный советский писатель-фронтовик Виктор Астафьев. Поднявшаяся же кампания против телеканала интерпретировалась как сведение счетов с оппозиционным СМИ, проводившем немало журналистских расследований в отношении представителей российской власти.

### **История третья, региональная**

В начале сентября 2016 года на телеканале «Вести – Воронеж» вышел сюжет с фрагментом интервью с депутатом городской думы. Тема разговора была, казалось, безобидной, однако сюжет вызвал скандал городского масштаба. Приведем расшифровку сюжета.

**Диктор:** Люди, которые присваивают воронежцам статус почетного жителя города, имеют о кандидатах довольно смутное представление. В ходе интервью нашему телеканалу глава комиссии гордумы, которая занималась отбором почетных граждан Воронежа в этом году, с трудом вспомнил их биографии, а имена смог лишь зачитать по бумажке. Ведущие так и не услышали от Александра Головина, чем именно руководствуются депутаты, делая выбор в пользу того или иного депутата. Более того, Головин легко попался на удочку ведущего, который ветерана войны Сергея Некраша назвал подводником (им на самом деле является другой почетный гражданин этого года – Николай Ермаков).

#### *ДИАЛОГ*

*Ведущая:* Чем вы руководствовались, принимая это решение единогласно?

*Ведущий:* Может быть, Некраш как подводник хорош?

*Депутат:* Да, совершенно верно. Некраш... занимается большой общественной работой, да? Он, действительно, вы правильно говорите, благодаря ему есть подводная лодка, которая носит имя города Воронежа. Знаете, да, подводная лодка «Воронеж»?

*Ведущий:* Знаем, да.

*Депутат:* Вот, собственно, он большую работу провел, чтобы именно эта лодка получила звание города Воронежа.

*Ведущая:* А Ермаков?

*Депутат (заглядывая в документы):* Подождите... Вы меня запутали сейчас, да?

*Ведущий:* Не знаю, вроде нет...

*Депутат:* (глядя в документы): Нет, как раз Ермаков – подводник, А Некраш, собственно говоря, полковник запаса и возглавляет общественную организацию.



Следует отметить, что впоследствии герой интервью обвинил журналистов в обмане. Ему якобы сказали, что камеры на момент разговора были выключены, и он не знал, что в это время проводится съемка.

### Что такое провокация?

Эти истории объединяет то, что поступки журналистов рассматриваются частью аудитории как провокация. Редакции обвиняют в нарушении профессиональных этических норм, считают их действия оскорбительными, неприличными и даже противозаконными. Можно ли в таких ситуациях нащупать грань, разделяющую допустимую провокативную деятельность журналиста и очевидное нарушение профессиональных стандартов? А может быть, провокация в принципе неприемлема для журналистики?

Чтобы ответить на эти вопросы, попробуем для начала понять смысл понятия «провокация». «Большой толковый словарь русского языка» приводит два значения этого слова: «Агрессивные действия с целью вызвать ответную реакцию неподготовленного противника» и «Подстрекательство, побуждение кого-л. к действиям, которые могут повлечь тяжёлые для него последствия» [Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С. А. Кузнецова. СПб. 1998].

Российский политолог А.В. Глухова указывает, что целью провокации является «воздействие на противника или оппонента с целью склонить его к совершению всеми осуждаемого поступка и при этом еще и подвергнуть различного рода санкциям: моральному осуждению, уголовному преследованию, смерти и т.п.». Она также отмечает, что провокация «сопряжена с риском». То есть, жертвой последствий провокации может стать и ее организатор, и окружающие.

Уже исходя из представленных значений мы можем выделить важнейшие аспекты провокации:

- наличие субъекта и объекта, причем первый рассматривает второго как противника или свою жертву;
- агрессивное (иногда агрессия скрыта) воздействие субъекта на объект;
- неподготовленность объекта к действиям субъекта;
- обязательное наличие цели провокации, причем цель связана с желанием вызвать определенную, то есть заранее ожидаемую реакцию объекта;
- возможные негативные последствия не только для объекта провокации, но и для субъекта или третьих лиц (части общества или даже общества в целом);

А.В. Глухова, анализируя явление политической провокации, выделяет семь возможных вариантов ее целей: дискредитация оппонента, организация масштабных противоправных действий, компрометация власти, получение политических преимуществ, имитация, продвижение и стимулирование повестки

дня нужными для субъекта темами и сюжетами. Все они имеют в большей или меньшей степени негативную окраску, и только последняя оценивается автором как наиболее безобидная и даже положительная, подразумевающая вброс в общество «неудобных тем». И здесь мы можем отметить, что эта цель может быть использована и в журналистской практике: провокация с целью привлечения внимания аудитории к острой, но остающейся в тени теме действительно может быть оправдана.

*1. Провокацию в целом отделяют от понятия «троллинг», получившего распространение в последние годы в связи с коммуникацией в интернете. Троллинг считают крайней формой провокации, цель которой – раздражить, вызвать конфликты, спровоцировать взаимные обвинения, оскорбления. Троллинг склоняет к бессмысленной демагогии и перепалке. Субъект троллинга («троль») не придерживается морали, агрессивен, ищет слабые места у собеседника [Акулич М.М. Интернет-троллинг: понятие, содержание и формы // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2012. №8. С. 47–50]. В качестве главной цели называют срыв обсуждения, уничтожение чувства доверия у собеседника. В троллинге зачастую используются фальсификации [Donath Judith S. Identity and Deception in the Virtual Community. London, 2010. P. 22].*

### **Границы применения провокативных практик**

Отметим, что кодексы профессиональной этики журналистов, как правило, ничего не говорят о провокативном поведении напрямую. Однако они в той или иной форме запрещают целенаправленное нанесение вреда действиями журналиста и обман, фальсификацию фактов. Исходя из этого, оценка приемлемости провокативной практики может зависеть от ответов на следующие вопросы:

1. Кто является объектом провокации?
2. Какова цель провокации?
3. Какие методы используются (оценка методов с точки зрения морали и профессиональной этики)?
4. Какая реакция объекта прогнозируется?
5. Каковы негативные последствия провокации для объекта?

Отметим сразу, что троллинг однозначно выходит за пределы профессиональной этики в силу деструктивности своих целей и методов. Единственными, на наш взгляд, оправданными целями провокативной практики в журналистике могут стать:

- защита общественного интереса (объект чаще всего – лицо, группа лиц, организация);
- привлечение внимания к проблеме (объект чаще всего – аудитория, общество, социальный институт).

В первой истории («Коммерсантъ-Власть») мы видим, что объектом провокации изначально выступает аудитория. Журналисты издания заявляют, что хотели привлечь внимание к проблеме фальсификаций на выборах в Госдуму, то есть декларируется защита общественного интереса. Но одновременно косвенными объектами провокации являются российская власть и «партия власти» – «Единая Россия». С учетом сложившейся в стране неблагоприятной ситуации со свободой слова вряд ли можно было сомневаться в последствиях. Мы не знаем достоверно, чем была обусловлена жесткая реакция владельца ИД «Коммерсантъ» Алишера Усманова: были ли увольнения вызваны решением наказать за нарушение корпоративных и этических норм, давлением со стороны власти или опасениями за свой бизнес. Но, без сомнения, главными жертвами последствий этой провокации стали сами журналисты. Оправдал ли результат такие жертвы? Можно ли было привлечь внимание к проблеме другими, менее провокационными методами? Вопросы остаются дискуссионными, но вряд ли стоит однозначно обвинять редакцию в нарушении профессиональной этики.

История вторая («Дождь») более сложная. Здесь появление провокационного опроса о возможной сдаче блокадного Ленинграда вряд ли можно объяснить защитой общественного интереса или привлечением внимания к актуальной теме. Выбор редакции можно интерпретировать, например, как попытку исследовать общественное мнение. Это тоже достойная цель для журналиста, однако она вряд ли может быть оправдана использованием такого рода провокаций. Поэтому не случайно в адрес телеканала раздавались и обвинения в жажде пиара на скандале, и даже в троллинге. Опять же, достаточно легко было просчитать, что на опрос отреагирует не только прямой объект провокации – аудитория, но и власть, общественные организации и политические силы. То, что для оппозиционного СМИ в России эта реакция увеличит свою негативную силу во много раз, тоже сомневаться не приходилось. Иными словами, снова встает вопрос о сравнении поставленной цели и полученных последствий.

В третьем случае («Вести – Воронеж») оказывается иной объект провокации – депутат городской думы, занимающий руководящую должность в одном из ее комиссий. Провокация журналиста, нарочно перепутавшего профессии двух почетных граждан Воронежа, показывает, что гость студии не ориентируется в теме, которой он обязан владеть. Это же подтверждает и поведение депутата: он запинаясь, постоянно пытается заглянуть в документы. Здесь моральный урон несет объект провокации, которого таким образом обвиняют в некомпетентности. Это может трактоваться как защита общественного интереса (герой

– представитель законодательной власти). Тем не менее, напомним: после выхода программы депутат объявил, что съемка данного эпизода проводилась скрыто, ему якобы сказали, что камеры в тот момент были выключены. Фактически он обвинил журналистов в нарушении этики (обман) и Федерального закона «О СМИ» (ст. 49 вменяет журналисту в обязанность предупреждать о съемке). Соответственно, если эта информация найдет подтверждение, поступок журналистов должен быть оценен как выходящий за рамки профессиональной этики.

И все же, несмотря на то, что провокация в журналистике в некоторых случаях может рассматриваться как уместный и полезный инструмент, следует помнить о ее явно деструктивном характере. Какие бы общественные интересы ни защищал журналист, провокативные практики порождают агрессию и конфликты. Поэтому использовать их необходимо только в исключительных случаях, когда другие методы неэффективны.

**Дмитрий Кизянов (Майкоп, Российская Федерация)**

## **Судебная журналистика: между законом и этикой**

В российском законодательстве создан достаточно эффективный механизм получения журналистами информации о деятельности судов. Однако судебная журналистика требует определенной подготовки сотрудников СМИ и таит определенные правовые риски в случае неверной интерпретации происходящего в зале судебного заседания и вынесенных судебных решений. Работа с пресс-релизами правоохранительных структур помогает минимизировать подобные риски, однако чрезмерное и некритичное их использование подрывает этические основы профессии журналиста.

### **С редакционным запросом – к Фемиде**

Гласность судопроизводства является гарантией справедливого судебного разбирательства, а также обеспечивает общественный контроль деятельности судебной власти. В рамках начавшейся в девяностые годы прошлого века судебной реформы в России сформированы правовые основы для открытого проведения судебных заседаний. Доступ журналистов к информации о деятельности судов осуществляется в соответствии с рядом нормативно-правовых актов, в том числе Конституцией Российской Федерации, Уголовно-процессуальным кодексом Российской Федерации (УПК РФ), Законом РФ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» (Закон об обеспечении доступа к информации), Законом РФ «О средствах массовой информации». Детальный анализ положений указанных нормативно-правовых актов не входит в задачи настоящей публикации, однако считаем необходимым остановиться на некоторых положениях, имеющих практическое значение для сотрудников СМИ.

Суды предоставляют по запросам судебные акты по конкретным делам, информацию, подготовленную судами в пределах своих полномочий при осуществлении правосудия, информацию о движении дела или материала, обзоры судебной практики, информацию, поступившую в суды и относящуюся к деятельности судов (например, данные судебной статистики). Подобная информация может быть предоставлена по запросу, то есть обращению в суд, как в устной, так и в письменной форме, в том числе в виде электронного документа (статьи 1, 6 Закона об обеспечении доступа к информации). К запросу, посту-

пившему в суд по сети Интернет, применяются общие требования оформления письменных запросов.

По устному запросу может быть предоставлена информация о деятельности суда, не требующая специальной проверки и поиска. Например, информация о времени и месте судебного заседания, результате рассмотрения дела. Суды не вправе отказать в предоставлении указанной информации по устному запросу представителям редакций средств массовой информации (журналистам).

Перечень оснований, исключающих возможность предоставления информации о деятельности судов, приведен в [статье 20](#) Закона об обеспечении доступа к информации и является исчерпывающим. Информация о деятельности судов не предоставляется, к примеру, в случаях, если содержание запроса не позволяет установить запрашиваемую информацию, запрашиваемая информация относится к информации ограниченного доступа, имеет место вмешательство в осуществление правосудия, предоставление запрашиваемой информации не позволяет обеспечивать безопасность участников судебного разбирательства.

Порядок и критерии отбора, формирования и размещения информации о находящихся в производстве суда дел и текстов вынесенных судебных актов на официальных сайтах судов определяет соответствующий [Регламент](#) (утв. Постановлением Президиума Совета судей РФ от 27 января 2011 г. № 253). В том числе предусмотрено требование деперсонализации судебных актов – исключения из текстов (применительно к решениям, вынесенным по уголовным делам) персональных данных, кроме фамилий и инициалов осужденного, оправданного лица, секретаря судебного заседания, судей, а также прокурора, адвоката и представителя, если они участвовали в судебном разбирательстве.

Не менее важный на практике вопрос – возможность присутствия журналистов в зале судебного заседания. Проведение разбирательства дела в закрытом заседании возможно только по основаниям, предусмотренным федеральным законом. Применительно к уголовному судопроизводству эти основания определены [частью 2 статьи 241](#) Уголовно-процессуального кодекса России. Закрытое судебное разбирательство допускается, к примеру, в случаях, когда открытое разбирательство может привести к разглашению государственной или иной охраняемой законом тайны, рассматриваются уголовные дела о преступлениях, совершенных лицами, не достигшими возраста шестнадцати лет, дела о преступлениях против половой неприкосновенности и половой свободы личности. Рассмотрение дела в закрытом судебном заседании возможно, когда это требуется для обеспечения безопасности участников судебного разбирательства, их родственников. Вынесенные по таким делам решения на официальных сайтах судов также не размещаются.

Вместе с тем не допускается проведение открытых судебных заседаний в помещениях, исключающих возможность присутствия в них лиц, не являющихся участниками процесса, и журналистов. При этом сама по себе редакционная политика издания, взгляды и убеждения журналиста не могут быть основанием для отказа в предоставлении ему информации о деятельности судов. Не допускается чинение препятствий и отказ в доступе в зал судебного заседания по мотиву профессиональной принадлежности, по причине отсутствия аккредитации и иным основаниям, не предусмотренным законом (Пункт 4 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 13 декабря 2012 г. № 35).

Закон не предусматривает обязанность лиц, присутствующих в открытом судебном заседании и фиксирующих его ход в письменной форме или с помощью средств аудиозаписи, уведомлять суд и получать у него разрешение на подобную фиксацию. К письменной форме фиксации хода судебного разбирательства относится и ведение непосредственно в сети Интернет текстовых записей с помощью компьютерных и иных технических средств, а также зарисовки судебного процесса.

Посетителям, в том числе журналистам с аудио-, фото-, кино- и видеоаппаратурой должен быть обеспечен свободный вход в здание суда. Однако фотосъемка, видеозапись, киносъемка, а также трансляция по радио или телевидению хода судебного разбирательства могут осуществляться исключительно с разрешения суда. Если суд придет к выводу, что фотосъемка, видеозапись, киносъемка, трансляция хода открытого судебного разбирательства не приведут к нарушению прав и законных интересов участников процесса, то он не вправе их запретить только по причине субъективного и немотивированного нежелания участников процесса такой фиксации.

Несоблюдение требований о гласности судопроизводства в ходе судебного разбирательства является основанием для отмены судебных постановлений, если такое нарушение привело или могло привести к принятию незаконного, необоснованного и несправедливого приговора. Намеренное создание судьями условий, ограничивающих или исключающих доступ лиц, не являющихся участниками процесса, в том числе журналистов, в открытое судебное заседание, или условий, препятствующих его фиксации, свидетельствует о нарушении профессиональной этики (пункт 23 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 13 декабря 2012 г. N 35).

Оговоримся, речь идет именно о судебном рассмотрении дел. Данные предварительного расследования могут быть преданы гласности лишь с разрешения следователя, дознавателя и только в том объеме, в каком ими будет признано это допустимым, если разглашение не противоречит интересам предварительного расследования и не связано с нарушением прав и законных интересов

участников уголовного судопроизводства (часть 3 статьи 161 Уголовно-процессуального кодекса России).

## Пресс-релиз. Доверяем, не проверяем...

Сложившаяся система предоставления журналистам информации о деятельности судов не является идеальной. На практике затруднен поиск информации по делам и судебным решениям на сайтах судов общей юрисдикции. Сами базы решений не всегда пополняются достаточно оперативно. В районных и городских судах отсутствуют специальные ставки пресс-секретарей, эти функции возложены дополнительно на сотрудников аппаратов судов. Но на практике журналист, желающий присутствовать на процессе либо получить информацию о вынесенных судебных решениях, имеет такую возможность.

Однако важно учитывать, что освещение сотрудником средства массовой информации судебных процессов предполагает наличие у него определенных знаний в сфере права. На практике многие СМИ (особенно регионального и муниципального уровня) не имеют в штате журналистов, профессионально понимающих специфику уголовного судопроизводства, и юристов, которые могли бы провести экспертизу подготовленных материалов для устранения потенциальных юридических рисков.

Аудитория, возможно, не заметит, что журналист неверно употребляет юридическую терминологию. С гораздо большей долей вероятности это заметят те, о ком идет речь, – герои и антигерои журналистского материала. А это уже может вылиться в судебное преследование редакции и журналиста.

При неверном толковании юридических терминов – умышленно это произошло или нет – смысл распространяемой информации может значительно исказиться. Пример: заголовок одного из интернет-изданий Республики Адыгея информирует о том, что некий гражданин приговорен к лишению свободы за совершение преступления. Сам текст — практически дословное воспроизведение пресс-релиза региональной прокуратуры, размещенного на сайте ведомства, но под редакционным заголовком (к теме пресс-релизов мы еще вернемся). Однако, как следует непосредственно из содержания новости, суд назначил наказание в виде ограничения свободы — иное по форме и содержанию, чем направление осужденного в места лишения свободы ([статья 53](#) Уголовного кодекса РФ).

Из этой же серии (хотя риск привлечения к ответственности за диффамацию возрастает) — сообщение о том, что гражданин осужден к лишению свободы (сама формулировка предполагает совершение преступления и вынесение об-



винительного приговора), применительно к ситуации, когда нарушителю правил дорожного движения мировой судья назначил административный арест. Подобное передергивание фактов теоретически может повлечь для журналиста уголовную ответственность (если будет доказан умысел на распространение не соответствующих действительности сведений в отношении конкретного гражданина). Часть 2 статьи 128.1 Уголовного кодекса России предусматривает ответственность за клевету, содержащуюся в публичном выступлении, публично демонстрируемом произведении или средствах массовой информации. Санкция за подобные деяния — штраф в размере до одного миллиона рублей либо обязательные работы на срок до двухсот сорока часов. Если имеет место клевета, соединенная с обвинением лица в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления, размер штрафа может увеличиться до пяти миллионов рублей, а срок обязательных работ – до четырехсот восьмидесяти часов (часть 5 статьи 128.1). Ответственность гражданско-правовая, включая опровержение недостоверных сведений, если текст публикации позволяет идентифицировать личность «осужденного», в такой ситуации практически гарантирована.

Стремление журналистов видеть исключительно «черное» и «белое», заниматься морализаторством, подчас даже не имея представления о юридических аспектах вопросов, вынесенных на рассмотрение суда, – опасная практика. Совсем беда, если журналист, освещающий уголовное дело, попадет во власть эмоций, что, с учетом специфики уголовного судопроизводства и сочувствия к жертвам преступлений, не так уж и сложно...

«Спасением» для многих редакций стало использование пресс-релизов, которые предоставляются различными ведомствами. За последние годы активизировалась деятельность соответствующих подразделений правоохранительных структур (отметим, в первую очередь, пресс-службы региональных подразделений МВД, прокуратуры, Следственного комитета, Федеральной службы судебных приставов). Преимущество подобного положения дел — СМИ имеют доступ к оперативной и, что немаловажно, юридически выверенной информации. Бесспорно, общественный интерес представляет информация о причинах и условиях совершения преступлений, материалы, ориентированные на профилактику правонарушений, разъяснение законодательства. Именно на публикацию подобных материалов в значительной мере и направлены усилия пресс-служб правоохранительных структур.

Плюс еще и в том, что в соответствии с действующим законодательством редакция, главный редактор, журналист не несут ответственности за распространение не соответствующих действительности и порочащих сведений, если они содержатся в ответе на запрос либо в материалах пресс-служб государственных органов (статья 57 Закона РФ «О средствах массовой информации»).

Однако при использовании пресс-релизов возникают определенные вопросы, связанные в первую очередь с отсутствием критической оценки сведений, содержащихся как в официальных, так и в поступающих из иных источников сообщениях. Развивая мысль, важно учитывать то, что различного рода информационные вбросы в СМИ могут преследовать вполне определенную цель — создание общественного мнения и оказание давления на суд.

### **Что в имени тебе моем? (К лицу ли журналисту форма сотрудника пенитенциарной системы?)**

Вопрос, который может оказаться весьма болезненным для граждан, - перепечатка СМИ пресс-релизов, содержащих информацию, позволяющую идентифицировать фигурантов уголовных дел до вступления в законную силу приговоров. До этого момента, следуя букве и духу закона, мы не имеем права называть человека преступником. Тем более до этого момента гражданин не должен подвергаться «авансом» общественному порицанию (в быту, в трудовом коллективе и т.д.), что непременно произойдет при обнародовании сведений о его потенциальной вовлеченности в совершение преступления.

Полагаем, здесь определенную роль играет информационная политика правоохранительных органов. К примеру, при публикации на [сайте](http://www.genproc.gov.ru) Генеральной прокуратуры России ([www.genproc.gov.ru](http://www.genproc.gov.ru)) информационных материалов по вопросам участия ведомства в уголовном судопроизводстве, в том числе на досудебной стадии, указываются фамилия и имя фигурантов уголовных дел. Подобной практике следуют пресс-службы прокуратур в регионах, и в дальнейшем эти сведения тиражируются СМИ. Суды подходят к этому вопросу, как указано выше, более деликатно — приговоры размещаются на их официальных сайтах с указанием фамилии и инициалов осужденного только после вступления в законную силу.

Пример. На сайте Генпрокуратуры России размещена новость под заголовком «В Иркутской области прокуратура пресекла незаконную деятельность частного пансионата для престарелых и больных людей». Сообщается, что прокуратура Падунского района г. Братска провела проверку деятельности пансионата «Забота» по уходу за пожилыми людьми, оказавшимися в трудных жизненных обстоятельствах и нуждающимся в круглосуточном уходе и наблюдении. В ходе проверки установлено, что в мае 2016 года 39-летняя Ольга Иванищева организовала пансионат для людей в арендуемом жилом доме, расположенном в частном секторе на окраине г. Братска. За ежемесячное вознаграждение

гражданине предприниматель обещала обеспечить людей преклонного возраста четырехразовым питанием, обеспечить должный медицинский и социальный уход. Однако, получив денежные средства, свои обязательства не выполняла. Далее сообщается о том, что материалы прокурорской проверки направлены в следственные органы для уголовно-правовой оценки действий организатора пансионата по ст. 125 УК РФ (оставление в опасности), ст. 171 УК РФ (незаконное предпринимательство), ст. 238 УК РФ (оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности).

В данном случае огласке предается имя лица, не являющегося, строго говоря, даже подозреваемым в совершении преступления: в самом пресс-релизе прямо указывается на то, что материалы прокурорской проверки только направлены в следственные органы для уголовно-правовой оценки. Таким образом, еще до возбуждения уголовного дела (либо не возбуждения такового, если оснований для этого установлено не будет) формируется отрицательное общественное мнение в отношении руководителя пансионата. Позиция самого предпринимателя относительно случившегося при этом не приводится.

Мы далеки от мысли, что прокурорские работники в данном случае преследовали какие-либо корыстные цели. Скорее, они исходили из необходимости исполнения приказа Генеральной прокуратуры России №195 «Об организации прокурорского надзора за исполнением законов, соблюдением прав и свобод человека и гражданина», который определяет, что прокурорский надзор осуществляется гласно (пункт 19). Однако это не меняет того обстоятельства, что данные сведения уже широко растиражированы. Вот примеры материалов, выдающихся поисковой системой по соответствующему запросу: «В Братске прокуратура запретила «Заботу» о пенсионерах», «В Братске закрыли опасный частный дом для пенсионеров», «Пансионат работал без лицензии». Везде по тексту упоминается имя предпринимателя и присутствует, в той или иной мере, обвинительный уклон.

Отрицательно относясь к попыткам незаконного обогащения за счет граждан, тем более пожилых и социально незащищенных, тем не менее полагаем, что в данном случае не было оправданным обнародование сведений, позволяющих идентифицировать личность организатора пансионата (название пансионата, город, в котором происходили события, фамилию, имя и возраст). Это было бы оправданно в ситуации, когда правоохранительные органы обращаются к населению с призывом оказать содействие в установлении истины по делу, просят отозваться пострадавших. В данном случае из контекста публикации ничего подобного не следует. Риск совершения новых нарушений также отсутствует: прокуратура прямо указывает, что деятельность пансионата была пресечена.

Еще в одном случае после публикации информации об осуждении гражданина, совершившего преступление в сфере незаконного оборота наркотиков, в редакцию обратилась мать выпускника одного из юридических вузов города, – сама юрист профсоюза и известный в регионе правозащитник, – чтобы сообщить, что фамилия и имя осужденного полностью совпали с фамилией и именем ее сына. Можно представить, сколь разрушительные последствия для карьеры начинающего юриста может повлечь публикация подобных сведений с массовым тиражированием их в интернете. Есть и другая сторона медали: если сочетание имени и фамилии человека достаточно индивидуально и редко встречается, самого факта их обнародования вполне достаточно, чтобы идентифицировать того, о ком идет речь.

*В советское время существовал особый вид уголовного наказания — общественное порицание. Оно заключалось в публичном выражении судом порицания виновному с доведением сведений об этом в необходимых случаях до общественности через печать или иным способом, например, путем направления копии вступившего в законную силу приговора по месту работы, учебы или жительства осужденного (статья 33 Уголовного кодекса РСФСР 1960 г.). Текущее российское уголовное законодательство подобного наказания не предусматривает. Тем не менее возникает вопрос: публикуя без наличия в том общественного интереса имя осужденного (а тем более лица, в отношении которого еще не вынесен приговор), не возлагают ли на себя журналист в принципе не свойственную ему функцию по общественному порицанию лиц, преступивших закон? Тем более что для исполнения уголовных наказаний существуют специальные государственные органы, форма и содержание деятельности которых в значительной мере расходятся с целями и задачами журналистики как института гражданского общества...*

*Есть еще один аспект проблемы. С учетом психологии современного российского общества от обнародования в СМИ подобных сведений страдают не только люди, преступившие закон, но и их родные, близкие, включая несовершеннолетних, которые автоматически подвергаются социальному ostracismу за деяния, совершенные их родственником.*

Также в материалах пресс-служб мы встречаем имена либо иную информацию, позволяющую идентифицировать жертв преступления. Распространяя эти сведения, сотрудник СМИ прямо нарушает требование Кодекса профессиональной этики российского журналиста, который определяет, что журналист «воздерживается называть по именам родственников и друзей тех людей,

которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса. Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних».

Полагаем, при освещении уголовных процессов главная задача СМИ – это объективное информирование общества о состоянии законности, проблемах в этой сфере (в том числе о недостатках в работе самих органов правопорядка), а также разъяснение аудитории причин и условий совершения преступлений, того, каким образом можно избежать беды. Именно в этом в первую очередь состоит, как представляется, общественно значимая функция судебной журналистики.

*Автор благодарит пресс-секретаря Майкопского городского суда Илью Каримова за предоставленные справочно-правовые материалы, использованные при подготовке данной публикации.*

**Оливия Пырцак (Кишинэу, Республика Молдова)**

## **Закон о свободе выражения мнения с точки зрения ответственности СМИ**

### **Исторический контекст появления Закона о свободе выражения мнения в Республике Молдова**

Принятие и вступление в силу Закона Республики Молдова о свободе выражения мнения в 2010 году обусловлены определенным контекстом, доказывающим его необходимость. Начало 1990-х годов стало периодом, когда судебные процессы по делам о диффамации (распространении не соответствующих действительности порочащих сведений) были весьма ощутимой реальностью для молдавской прессы. Проблемой оказалось не только их количество, но и, особенно, методы рассмотрения, и то, что они использовались как форма давления на неудобных авторов. Для некоторых истцов такие дела являлись и дополнительным источником заработка. Средства массовой информации несправедливо проигрывали большую часть судебных процессов, журналисты, и не только они, были ограничены в выражении своего мнения, самоцензура стала обычным явлением. Никто не считал количество отказавшихся от профессии вследствие судебных процессов по делам о диффамации, а также количество статей/репортажей, представляющих общественный интерес, важных для публикации, но никогда не опубликованных из-за боязни судебного иска. Напрашивалось решение, которое имело бы далеко идущие последствия, в особенности в том, что касалось судебных исков, связанных с диффамацией.

Все это происходило вопреки тому, что с 1997 года Молдова является участником Европейской конвенции по правам человека (ЕКПЧ), устанавливающей высокие стандарты по защите свободы выражения мнения. Несмотря на проведенные тренинги по европейской юриспруденции в области свободы выражения мнения, судебная практика показывала, что европейские стандарты были недостаточно известны и, более того, не применялись. К 2010 году Молдова имела довольно значительное количество проигранных дел в Европейском суде по правам человека за нарушение свободы выражения мнения, гарантированной ст. 10 Европейской конвенции по правам человека.

Существовали две реальности, которые определяли способ применения законодательства относительно диффамации в Республике Молдова. С одной стороны, советское наследие – традиционные правила интерпретации статей Гражданского кодекса по защите чести, достоинства и деловой репутации и, с другой

стороны, – европейские стандарты, которые привносили новые нюансы. На практике судьи очень редко или почти не считались с положениями, принятыми в решениях Европейского суда по правам человека; часто нарушали даже традиционные правила применения статей о защите чести и достоинства, появившихся в 60-е годы XX века в гражданских кодексах республик бывшего СССР.

Одно из предложений, внесенных мной во время участия в работе Центра независимой журналистики Молдовы, заключалось в разработке специального нормативного акта, который основательно регламентировал бы область диффамации и включил бы в национальное законодательство нормы относительно свободы выражения мнения, соответствующие европейским стандартам. Проект закона был разработан в 2006 году. В 2007 году начался процесс продвижения проекта закона, встречи с органами власти и ожидание открытости с их стороны. Проект был включен в повестку дня специальной комиссии. В то время у власти находились коммунисты, но они не поддержали эту инициативу. Однако с установлением демократического правления в 2009 году в судьбе будущего закона произошел удачный поворот, и проект стал законодательной инициативой, а 23 апреля 2010 года был принят в окончательном чтении.

В связи с Законом о свободе выражения мнения важно отметить, что это молдавский «продукт», разработанный на уровне концепции, структуры, положений небольшой командой местных авторов, воодушевленной идеей внедрения европейских стандартов, но ни у кого не списанный. Ни одна страна не имела в то время закона с подобной концепцией. Иначе говоря, это местное ноу-хау, которое включило в национальное законодательство нормы о свободе выражения мнения в соответствии с европейскими стандартами, а также специфические положения.

## **Закон о свободе выражения мнения: общий обзор**

Цель Закона – «гарантировать осуществление права на свободу выражения мнения, а также баланс между обеспечением права на свободу выражения мнения и защитой чести, достоинства, деловой репутации лица, его частной и семейной жизни». Идея проста: мы располагаем определенными правами или ценностями, которые важны каждая в отдельности: честь, частная жизнь, свобода выражения мнения. Проблема в том, что защита чести или частной жизни противопоставляется свободе выражения мнения, а граница, где заканчивается одно право и начинается другое, должна быть четко определена. Данный закон пытается определить этот баланс, отмечая необходимые нюансы.

Несомненно, на закон повлияла среда, в которой он появился, – среда, в которой свобода печати страдала. Он пытается исправить существующие проблемы,



придавая свободе средств массовой информации важное значение. Закон является также путеводителем для судей относительно правил решения подобных тяжб в соответствии с практикой Европейского суда по правам человека по ст. 10 (свобода выражения мнения).

Закон, с одной стороны, содержит положения, относящиеся к расширению права на свободное выражение мнения: содержание и принципы свободы выражения мнения в соответствии со стандартами Совета Европы (ст. 3), специфические аспекты свободы средств массовой информации (ст. 4), запрет цензуры (ст. 5), свобода критики государства и публичных органов (ст. 9), право на уважение частной жизни, в том числе на частную жизнь публичных лиц (ст. 10 и 11), презумпция невиновности относительно свободы выражения мнения (ст. 12), защита источников информации (ст. 13) и т.д. С другой стороны, он содержит специфические процедурные положения, которые необходимо соблюдать при рассмотрении дел о диффамации и защите частной и семейной жизни.

Закон ввел процедуру досудебного решения дел о диффамации. Введение этой процедуры имеет цель содействовать внесудебному урегулированию таких споров и примирению вовлеченных сторон. Также Закон ввел дополнительные требования к форме искового заявления с целью упрощения рассмотрения дел о диффамации. В Законе разъясняется порядок правопреемственности истца в процедуре диффамации, ограничиваются меры обеспечения иска, которые могут быть применены в делах о диффамации, разъясняются обязанность доказывания и презумпции, которые должны применяться в подобных делах, излагается способ публикации опровержения и ответа, метод оценки морального вреда, причиненного физическим и юридическим лицам, и обстоятельства, которые исключают ответственность за диффамацию. Закон предусматривает также процедуру рассмотрения дел о защите частной жизни в случае свободного выражения мнения.

## **Основополагающие нормы, содержащиеся в Законе о свободе выражения мнения**

Закон содержит значительное количество норм, чье инновационное содержание для Республики Молдова стоит отметить. Избранные примеры являются показательными.

Свобода выражения гарантирована как ст. 4 Закона, так и ст. 32 Конституции. Закон предусматривает, в том числе, что «(2) Средства массовой информации призваны информировать общественность по вопросам, представляющим общественный интерес, и проводить в соответствии со своей ответственностью



журналистские расследования. (3) Помимо гарантий, предусмотренных статьей 3, свобода средств массовой информации в выражении мнения допускает определенное преувеличение, даже провокации, при условии, что не искажается существо фактов». Закон подчеркивает, что задачей средств массовой информации является информирование общественности по вопросам, представляющим общественный интерес, а в процессе накопления и распространения информации СМИ должны соблюдать свои профессиональные обязанности. Они установлены Деонтологическим кодексом журналиста Республики Молдова, подписанном в новой редакции 7 июня 2011 года. В нем рассмотрены точность и проверка фактов, разделение фактов, мнений и коммерческой информации, обязанность исправления ошибок и предоставление права на ответ, недопущение цензуры, защита журналистских источников и отношения журналиста с источниками информации, защита частной жизни, соблюдение презумпции невиновности и прав несовершеннолетних и людей, оказавшихся в уязвимом положении, а также недискриминация и др. В процессе накопления информации для обеспечения ее точности журналист осуществляет журналистские расследования. Понятия «журналистское расследование» и «общественный интерес» определены в ст. 2 Закона.

Средства массовой информации являются «сторожевыми псами демократии». Эта задача не может быть эффективно решена без определенного уровня гибкости средств массовой информации, и национальный закон, в духе европейской юриспруденции, предоставляет прессе право на преувеличение или даже провокацию. При этом пресса должна быть достаточно точна, чтобы не дезинформировать.

Статья 6 «Право общественности на получение информации» закрепляет право любого лица «получать информацию, представляющую общественный интерес, посредством средств массовой информации», и то, что «защита чести, достоинства или деловой репутации не может превалировать над правом общественности на получение информации, представляющей общественный интерес».

Статья 7 «Право на уважение чести, достоинства и деловой репутации» является ключевой в контексте Закона и устанавливает правила защиты этих личностных ценностей. Статья дифференцирует три вида ущемления чести, достоинства и деловой репутации, подпадающих под ее действие: а) распространение ложных утверждений о фактах; б) распространение оценочных суждений, не имеющих под собой достаточной фактической основы; в) оскорбление. Каждый вид представляет различия в способе защиты опороченного лица.

Ст. 9 подчеркивает широкое право на критику государства, публичных властей и лиц, выполняющих общественные функции. Эту статью необходимо рассматривать в контексте ст. 4 и 6, которые связаны с ролью средств массовой

информации в демократическом обществе и правом общества быть информированным относительно всех аспектов, представляющих общественный интерес – как положительных, так и отрицательных. Предполагается, что любая критика в адрес государства и общественных органов представляет общественный интерес, который имеет приоритет при любых обстоятельствах. Это мотивирует общий запрет гражданских исков по диффамации, и частичный – в том, что касается уголовной и административной защиты института юстиции.

Этот закон впервые в Республике Молдова дал определение информации, касающейся частной жизни, и установил конкретные правила относительно информации в данной области, подлежащей и не подлежащей распространению. Таким образом, «информацией о частной и семейной жизни» является «любая информация, включая изображения, о семейной и домашней жизни, переписке и ее содержании, здоровье и физических недостатках, сексуальной ориентации и интимных отношениях, а также о поведении лица в условиях, когда оно разумно рассчитывает на уединение» (ст. 2) «(2) Право на уважение частной и семейной жизни не распространяется на информацию о частной и семейной жизни, распространенную с выраженного или молчаливого согласия лица или добытую в общественных местах, когда лицо не может разумно рассчитывать на уединение. (3) Никто не может быть привлечен к ответственности за огласку информации о частной и семейной жизни лица, если общественная заинтересованность в ее получении превалирует над заинтересованностью соответствующего лица в ее неразглашении» (ст. 10). Естественно, в случае публичных лиц и физических лиц, которые выполняют публичные функции, действуют отдельные правила: «(2) Информация о частной и семейной жизни публичных фигур и физических лиц, выполняющих публичные функции, может разглашаться, если она представляет общественный интерес. Распространение такой информации не должно наносить ненужный вред третьим лицам. (3) Если публичные фигуры и физические лица, выполняющие публичные функции, сами привлекают внимание к тем или иным аспектам своей частной и семейной жизни, средства массовой информации имеют право исследовать эти аспекты» (ст. 11).

Статья 12 «Право на презумпцию невиновности» была введена как руководство в вопросах, вызывающих много противоречий и неясностей. Эта статья призвана предоставить определенные гарантии расследовательской журналистике и гражданам, чтобы они могли в определенных обстоятельствах выражаться свободно относительно виновности какого-либо лица без боязни быть привлеченным за это к суду. Презумпция невиновности гарантирована ст. 21 Конституции. В основном она предусматривает обязанность стороны обвинения доказывать виновность обвиняемого лица. Данное право также обязывает публичные органы воздерживаться, до того, как осуждение станет необратимым, от заявлений, указывающих на виновность лица в совершении преступления.

В статье 12 излагается способ осуществления данного права в связи со статусом различных субъектов, выступающих с различными заявлениями по поводу возможных преступлений, совершенных обладателями права на презумпцию невиновности.

Статья различает поведение представителей публичной власти и всех остальных лиц, в том числе средств массовой информации. Таким образом, требование соблюдения презумпции невиновности касается, в первую очередь, государственных органов. Согласно пункту (2), ни один государственный орган не может делать заявлений, которые бы намекали на виновность лица в совершении преступления или правонарушения до тех пор, пока его виновность не будет установлена в законном порядке, вступившим в законную силу судебным решением. В отличие от публичных органов и лиц, которые их представляют, остальные лица, в том числе средства массовой информации, имеют право высказываться относительно виновности лица и до момента установления виновности вступившим в силу судебным решением. В данном случае должны быть соблюдены три условия: из контекста должно быть ясно, что: а) не имеется вступившего в законную силу обвинительного приговора в отношении соответствующего лица; б) речь идет о мнениях, а не о подтвержденных фактах; в) факты, на которых основываются предположения о виновности лица и его процессуальном статусе, излагаются без искажения.

Статья 13 относится к «Защите источников информации» и вводит в молдавское законодательство стандарты Совета Европы относительно данного субъекта.

Статьи 14-31 являются процедурными, имеющими целью ликвидацию пробелов, отмеченных при рассмотрении подобных дел.

## **Революционные положения закона**

Закон изобилует новыми материальными и процедурными нормами. Тем не менее, многие нормы этого закона могут считаться революционными, изменившими существующие отношения и для многих в некоторой степени неожиданными.

Такой нормой является подача предварительного заявления к распространителю ложной информации или ущемляющей частную жизнь, как обязательного этапа решения подобного типа тяжб. То есть обращение в суд обусловлено усилиями по решению конфликта мирным путем.

Другой революционной нормой стал очень короткий срок, которым располагает ущемленное лицо для предъявления претензий к распространителю порочащей информации, – 20 дней, – который является сроком давности (ст.

15 пункт (2): «Предварительное заявление подается в 20-дневный срок со дня, когда лицо узнало или должно было узнать о распространении порочащей его информации. Этот срок является сроком давности. По истечении одного года после распространения порочащей информации срок подачи предварительного заявления восстановлению не подлежит)». Логика в данном случае следующая: ущемленное лицо будет действовать быстро для восстановления в своих правах. Более того, адекватное восстановление чести возможно лишь при реагировании в кратчайшие сроки. Запоздалые действия наводят на мысль, что лицо преследует другие цели, нежели восстановление в своих правах (оказать давление на средство массовой информации или запугать его, заработать за его счет и т.д.), и этим явлениям следовало поставить заслон посредством данного закона. Конечно, это очень резкий переход из одной крайности (отсутствие вообще какого-либо срока давности) к другой крайности (срок менее одного месяца). Но не стоит игнорировать специфику общества, в котором мы живем, беспрецедентного информационного развития, которое обуславливает такое же радикальное изменение правил игры. В этой среде, в которой информация стала продуктом повседневного потребления, никого нельзя заставить сохранять доказательства какого-либо утверждения долгое время.

Другой революционной нормой стало введение платы за действия, имеющие своей целью возмещение морального ущерба согласно общим правилам для споров имущественного характера. Если до этого закона, уплатив пошлину в 90-100 леев (в настоящее время эквивалент примерно 5 USD, ранее 8–10 USD), вы могли требовать публикации опровержения и компенсации за причиненный моральный ущерб в миллион лей, после вступления в силу закона вы обязаны заплатить пошлину в размере 3% от суммы заявленного морального ущерба, согласно правилам, действующим для споров имущественного характера (Закон о государственной пошлине, статья 3 пункт 1 лит. (а): «3% цены иска или взыскиваемой суммы, но не менее 150 леев и не более 25 000 леев с физических лиц и не менее 270 леев и не более 50 000 леев с юридических лиц»).

Важной нормой, в силу несколько абсурдного опыта, существовавшего до того момента, является статья, предусматривающая, что «не допускается наложение ареста на имущество ответчика, включая его банковский счет, в обеспечение требований о компенсации морального вреда» (ст. 22 пункт (5)).

## **Воздействие закона: плюсы и минусы**

После вступления в силу этого закона добросовестная пресса Молдовы, если и не окончательно избавилась от тяжб, то от ситуации, когда проигрывала их.

Проблема судебных исков, которая раньше была очень острой, перестала фигурировать в отчетах о свободе прессы в Молдове.

Процитированные выше нормы показывают, что данный закон действительно является достижением и содержит реальные гарантии для свободы выражения мнения, охраняя от диффамации и незаконного вмешательства в частную жизнь.

Все-таки существует нюанс, который необходимо отметить: даже в случае журналистских расследований участвующие в процессе адвокаты редко утруждались обсуждать и аргументировать «подзащитный» материал, предпочитая выигрывать судебные дела проще – мотивируя нарушение процедуры истцом.

В других случаях ущемления истцы, видя, что для получения компенсации за причиненный моральный ущерб должны заплатить соответствующую пошлину, отступали незаинтересованно или требовали в качестве компенсации символическую сумму в 1 лей.

Не подлежит сомнению, что в результате принятия данного закона добросовестная пресса выиграла очень много, получила свободу.

Совпадение или нет, но после принятия данного закона последовал «золотой» период молдавской прессы. Какое-то время, пресса удивила развитием и обогащением своего содержания, технологиями, плюрализмом, разнообразием и т.п.

Однако, в какой-то момент, сложно поддающийся точному определению, медленно, но уверенно начался процесс «деградации» медиа и, в том числе, участников, которые положительно удивляли ранее. Некоторые медиапродукты опустились до такого жалкого состояния, что оказались комичными и стали субъектами пародий. Таким примером абсурда стала ситуация, когда телевидение, специализирующееся на новостях, в своем рвении создать негативный имидж политическому конкуренту владельца, сделало субъектом новостей отсутствие нескольких запятых (малозначимых) в буклетах последнего. Состояние дел в СМИ было удручающим и в отсутствие избирательной кампании, а то, что ситуация ухудшилась во время избирательных кампаний, подтверждается всеми мониторингами прессы, осуществляемыми до настоящего времени.

После нескольких лет инволюции отмечается очень много случаев диффамации, нарушений права на частную жизнь, манипуляции и пропаганды в молдавской прессе. Зададим себе естественный вопрос: не были ли инволюционные процессы стимулированы и Законом о свободе выражения мнения?

Необходимо признать, что Закон о свободе выражения мнения помог не только добросовестным журналистам, занимающимся расследованиями, и защитил их от опасности проигрыша процессов, но помог и недобросовестным. И в их случае ущемленные лица, которые не соблюдали предусмотренную законом

процедуру, не реагировали достаточно быстро посредством предварительного заявления и впоследствии обращением в судебную инстанцию, теряли срок исковой давности. И в их случае те, кто не мог заплатить крупную пошлину, не мог никак претендовать на существенную компенсацию морального ущерба. Я имею в виду здесь обычную ситуацию, не отрицая того, что некоторые адвокаты могут быть достаточно искусны и найти множество решений в интересах своих клиентов.

То же и с правом на мнение: оно гарантировано одинаково, невзирая на то, ценны ли эти мнения или не представляют никакой ценности. Единственным важным элементом, с юридической точки зрения, является то, что факты должны быть изложены правдиво, точно, без искажения. Впоследствии на основе правильно изложенных фактов можно до бесконечности настаивать на критике, сценариях и апокалиптических видениях, и даже на провокациях и преувеличенных выражениях, но это гарантировано и молдавским законодательством, и практикой Европейского суда по правам человека по ст. 10 (свобода выражения мнения).

## **Взаимодействие с другими законами**

Эффект Закона о свободе выражения мнения не может быть рассмотрен в отрыве от других действующих законов, которые закрепляют или дополняют его положения.

Если говорить, например, о свободе мнения, то в печатной и онлайн-прессе пределы определяются лишь профессиональной деонтологией, надеждой, что под социальным или профессиональным прессингом журналисты не позволят себе неоправданную и заинтересованную диффамацию, манипулирование.

Но в аудиовизуальных СМИ существуют и юридические ограничения: так, статья 7 Кодекса телевидения и радио «Социально-политическое равновесие и плюрализм» содержит ряд положений, призванных обеспечить социально-политическое равновесие, непредвзятость и объективность, не допускать искажения действительности посредством монтажных трюков, комментариев, формулировок или заголовков, соблюдение принципа информирования из нескольких источников. Главное отличие от онлайн и печатной прессы состоит в том, что данные положения закреплены возможностью наказания, предусмотренного в Кодексе телевидения и радио.

Также нарушения тайны частной жизни могли бы наказываться, в том числе, в уголовном порядке, при условии, что они вписываются в требования, установленные следующими статьями Уголовного кодекса; статья 177 «Нарушение неприкосновенности частной жизни»; статья 178 «Нарушение тайны переписки».

ски»; статья 179 «Нарушение неприкосновенности жилища». Предусмотренные санкции являются в общем случае штрафами, неоплачиваемым трудом в пользу общества и лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью. Все же статью 177, предусматривающую, что «незаконное соби́рание или умышленное распространение охраняемых законом сведений о частной жизни, составляющих личную или семейную тайну другого лица, без его согласия наказываются», сложно применять из-за отсутствия определения примененной формулировки «личная или семейная тайна», что дает простор для вольной трактовки.

Существуют еще несколько законов, которые закрепляют или оттеняют положения Закона о свободе выражения мнения: например, это касается запрещения цензуры или определенных аспектов относительно дискурса о ненависти и недискриминации.

## Выводы

Закон о свободе выражения мнения является ответом на вызовы, с которыми столкнулись средства массовой информации. Он помогает занимающимся журналистскими расследованиями и способствует надлежащему исполнению медиа своих общественных функций.

Некоторые процедурные положения Закона о свободе выражения мнения благоприятствуют в равной степени как качественной прессе, которая добросовестно исполняет свои обязанности, так и политически ангажированному и бульварному журнализму, сосредоточенному на скандалах, действующему с нарушениями принципов профессиональной этики в убыток универсальных ценностей, прав человека и общественного интереса.

Этот закон благоприятен для СМИ, исполняющих свою функцию «сторожевого пса» общества. Но если этот закон, в силу определенных обстоятельств, сделает слишком простой деятельность тех, кто занимается диффамацией, существование и, как следствие, его положительные эффекты могут оказаться в опасности. Но готовы ли мы вернуться к старой ситуации и видеть, как добросовестную прессу атакуют судебными процессами с целью ее запугивания?



**Наталья Выговская (Запорожье, Украина)**

## **Вызовы и угрозы социальных сетей для медиа в региональном контексте**

Очевидные вызовы, связанные с распространением социальных сетей, не всегда очевидны для медиа. Главный из них – это спор за первенство профессиональных медиа в доставке информации своей аудитории. Как долго они его удержат в этом стремительном потоке развития новых площадок и новых технологий для получения пользователем абсолютно любого типа контента? И какое место в этом займут этические и профессиональные стандарты, попираемые соцсетями в силу вполне объективных причин, основная из которых: пользователи соцсетей и не должны их придерживаться, потому что это не их работа. В отличие от профессиональных сотрудников СМИ.

Социальные сети, в частности, Facebook, который в 2016 году превысил отметку в полтора миллиарда пользователей, порождают самые разнообразные информационные волны, которые могут захлестнуть и иногда сильно навредить стабильному миру медиа. Основные темы, вызывающие сильный резонанс в сетях, на самом деле совпадают с резонансными темами, которые привлекают медиа. Разберем самые типичные из них.

### **Соцсети, дети и война**

Дети как одна из самых уязвимых категорий, становятся мощными объектами манипулирования, особенно в период ведения войн. Одним из таких опасных и деструктивных информационных сетевых проектов стала история ребенка из Донбасса, о которой рассказал **редактор сайта, развенчивающего фейки, StopFake.org Артем Бабак**: «Прежде всего, опасность соцсетей для журналиста в том, что они превратились в мощный канал распространения непроверенной информации. Шокирующие, эмоциональные и одновременно ложные истории, фотографии или видео распространяются очень быстро. Яркий пример распространения лжи – случай с мальчиком на Донбассе, который якобы ищет свою маму после бомбежки. Фото с его измазанным грязью лицом и призывом помочь «детям Донбасса» было перепощено в Facebook тысячи раз, причем даже на французских и шведских страницах. На самом деле, этот кадр был сделан во время съемок видеоклипа на востоке Украины. Очевидно, что мама ребенка была жива» (<http://www.stopfake.org/foto-s-malchikom-iz-donbassa-ishhushhegomat-postanovochnoe/>).



Действительно, после публикации в Facebook в сентябре 2015 года пост о малыше только на одной странице, например, россиянина Бориса Павличенко <https://www.facebook.com/borispavlichenko> набрал более 10 тысяч «плачущих» и «злящихся» «лайков», его перепубликовали, как минимум, 10 460 раз. Фото появилось в аккаунте вот с таким описанием: «Весь мир, как говорится, «облетело» фото утонувшего малыша-беженца. Жаль его, конечно... Но почему, сука, никто не обратил внимания на это фото мальчика из Донецка, ищущего убитую мать среди развалин разбомбленного ВСУ дома? А, журналисти?» (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10206506203406973&set=a.1144877995261.22691.1626860219&type=3&theater>). Однако именно контекст фото оказался абсолютно ложным: как выяснили журналисты StopFake.org, эта фотография оказалась кадром из видеоклипа «Ангел. Песня о детях Донбасса», в съемках которого принимал участие этот ребенок. Тем не менее этот пост доступен в сети и сейчас.

## Соцсети и недостаточная проверка фактов

«Соцсети довольно быстро распространяют язык вражды, можно сказать, что соцсети – это связующее звено для языка вражды, – считает эксперт Института массовой информации Роман Кабачий. – Есть различия между ролью социальных сетей в России и Украине. Если в России фейки, в которых очень часто содержится язык вражды, продуцируют СМИ, а соцсети, в том числе через разветвленные системы троллей, их распространяют, то в Украине нередко источник фейка – это соцсети, а уже СМИ – или целенаправленно, или по недобросовестности работы журналиста / редактора, неподключенности обязательного фактчеккинга в работу – являются ретрансляторами, и потом уже новость проходит по соцсетям новый круг».

Действительно, использование недостаточно проверенных данных из аккаунтов социальных сетей как единственного источника – еще одна угроза для профессиональных и этических стандартов журналистики. Пример о «российских флагах в запорожской школе» – один из них. Так, (<http://zp.depo.ua/ukr/zp/v-zaporizkiy-shkoli-nakazali-znyati-derzhavnu-simvoliku--22042015115400>) в апреле 2015 года, за две недели до празднования Дня победы, в СМИ появилась информация о том, что директор запорожской школы запретила украинскую символику в классах, а также запретила ученикам ходить с желто-синими ленточками, потому что «осталось терпеть немного: 9 мая в Запорожье придет Россия и наконец-то все наладится». Единственным источником информации стала публикация активиста Игоря Саламахи в одном из местных пабликов. Текст без изменений перепубликовали ряд местных, всеукраинских и российских медиа. Одновременно пост начал активно распространяться по сети, собирая ядовитые

комментарии. То, что это фейк, выяснили журналисты местного молодежного ресурса, просто перезвонив в школу (<http://porogy.zp.ua/2015/04/soobschenie-o-separatizme-v-zaporozhskoy-shkole-104-okazalos-feykom/>). В школе побывала и прокуратура, и СБУ. Результат проверки: заявление активиста оказалось фейком. В школе вся украинская символика оказалась на месте, никто не подтвердил информацию о потенциальном сепаратизме. Что касается Игоря Саламахи, он не впервые распространял недостоверные данные с помощью Facebook.

Кстати, впоследствии Дерио опубликовало еще одну новость: «В Запорожье не нашлось учителей-сепаратистов» (<http://zp.depo.ua/ukr/zp/v-zaporizhzh-nemaevchiteliv-separativ-foto--22042015173300>). Без отсылки к первому сообщению о снятии украинской символики, в тексте изобиловали подробности образцового состояния школы с точки зрения наличия национальной символики. Новость о сепаратизме продолжает сосуществовать с новостью о фейке по поводу сепаратизма до сих пор.

## Соцсети и ошибки официальных лиц

Уже достаточно распространена практика использовать в своих текстах как вполне верифицированный, надежный источник заявления официальных лиц, которые они оставляют в соцсетях. Тем не менее такие заявления могут содержать ошибки, которые потом тиражируются в СМИ без обращения к первоисточнику. Такой пример привела региональная **представительница Института массовой информации в Днепропетровской области Зоя Красовская**: «Когда убили патрульных в Днепре, это случилось 25 сентября 2016 года, внештатный советник министра внутренних дел Украины Антон Герашченко написал пост и распространил данные о подозреваемом ([https://www.facebook.com/anton.gerashchenko.7/posts/1147584881995024?\\_mref=message\\_bubble](https://www.facebook.com/anton.gerashchenko.7/posts/1147584881995024?_mref=message_bubble)). Оказалось, что в предыдущем посте он назвал его Грачевым, а потом поправил на Пугачева. В итоге ряд СМИ продолжали использовать данные о разыскиваемом подозреваемом как о Грачеве. Это продолжилось даже после того, как информация в посте изменилась. Тем не менее некоторые медиа до сих пор оставляют в своих лентах данные о «Грачеве».

## Соцсети и ошибки скорости

Говоря о теме детей, стоит вспомнить и не военный, но очень резонансный случай с убийством в Запорожье 8-летней Насти Бобковой, которую похитили

среди дня и нашли убитой через двое суток. Подобные события — всегда вызов для СМИ. Убийство девочки стало лакмусовой бумажкой непрофессионализма и повсеместного нарушения стандартов: оказались забытыми презумпция невиновности, такие понятия, как баланс, взвешенность, полнота информации, проверка достоверности и простой, однако едва ли не главный принцип: «Не навреди». Социальные сети стали одновременно и ресурсом для медиа, и орудием против них, обнажив реальное положение дел: не СМИ пользуются социальными сетями, а, похоже, социальные сети (и их спикеры) используют СМИ.

Именно социальные сети, в частности, Facebook, консолидировали добровольцев, которые искали девочку. Буквально за сутки информация, что в Запорожье пропал ребенок, была максимально распространена в социальных сетях, количество репостов иногда превышало трехзначные цифры, ее опубликовали многие информационные сайты (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=938226646229716&set=a.361855493866837.99751.100001271670402&type=1&theater>), там же оперативно распространили и фоторобот подозреваемого, который перепубликовали более тысячи раз (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1610159235930736&set=a.1375052706108058.1073741827.100008100241205&type=1&theater>).

Информационный ад начался после того, как подозреваемого в убийстве задержали. С этическими стандартами медиа было покончено: «тварь», «ублюдок», «животное», «мразь» — это далеко не полный перечень того, как называли потенциального убийцу Насти в медиа. Комментарии в соцсетях (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1610159235930736&set=a.1375052706108058.1073741827.100008100241205&type=1&theater>) все больше распространяли панику, вражду, ненависть и злобу. Информация о случившемся в профессиональных СМИ повторялась, искажалась и приукрашалась. Очень быстро распространялись слухи. Лишь некоторые журналисты связывались с правоохранителями и получали короткие комментарии, остальные просто шли за потоком уже опубликованной информации.

Еще задолго до подтверждения официальными структурами факта задержания, задолго до появления подозрений в совершении преступления, задолго до чего-либо официального в сеть выбросили фото избитого до неузнаваемости задержанного, его имя, фото его и его семьи: жены и грудного ребенка. Изображение задержанного — избитого и раздетого — растиражировали очень быстро: по-прежнему «официальными» комментариями считались сообщения правозащитника, пресс-секретарей общественных организаций. Только часть медиа заретушировала лицо мужчины: но далеко не все посчитали нужным это делать. Только часть не называла его «убийцей», «маньяком» (для справки, маньяк — это человек, одержимый какой-либо манией, испытывающий сильное пристрастие к чему-либо) и «педофилом» (в широком смысле педофилия — половое влечение

к детям), хотя данных экспертиз и достоверной информации, указывающей на подобные патологии, не было и не появилось.

Кстати, в феврале 2016 года в медиа появилась информация о том, что свидетели не узнают в подозреваемом убийцу ребенка. (<http://www.061.ua/news/1127118>). Больше новостей пока нет.

## Соцсети и реакция на смерть известных персон

Смерть как этически деликатная тема – очевидно серьезный вызов для медиа. Особенно, если речь идет об известных персонах, в нашем примере – с негативной оценкой. Так, гибель одного из лидеров террористической организации «ДНР» Арсена Павлова (Моторолы), обвиняемого Украиной, в частности, в пытках и убийствах украинских военнопленных, стала одной из самых главных новостей середины октября и одной из главных тем для пользователей Facebook.

**Татьяна Гонченко, редактор запорожского регионального сайта 061.ua** уверена, что новости такого рода нужны не только в центральных, но и в региональных медиа: «Когда что-либо обсуждает вся страна, местное СМИ не может делать вид, что ничего не происходит, даже если само событие не касается конкретного региона. К примеру, наша подборка мнений о смерти Моторолы, которую мы взяли из запорожского сегмента Facebook, два дня была в топе просмотров. ...Я бы хотела сказать, что это чистое информирование, но это будет неправдой. Я, например, вижу в этом возможность пропаганды, так как мы умышленно не публиковали в подборке мнений противоположную точку зрения – людей, которые скорбят по сепаратисту, потому что это было бы подыгрыванием антигосударственным настроениям. В итоге получилась подборка однобоких мнений, в этом есть и момент пропаганды: но в военное время иначе нельзя. Не думаю, что это разжигание ненависти, это, скорее, информирование определенной части населения (неопределившейся) о том, как к этому событию относятся многие патриотически настроенные горожане. СМИ в данном случае является ретранслятором настроения населения (той части, которая мыслит прогосударственно), и это необходимо, чтобы тот же Facebook не жил отдельной жизнью и не варился в собственном соку, где и так все всё понимают».

Вот что, в частности, писали о смерти Моторолы в соцсетях: «Сегодня в аду будет праздник» (<http://www.hromadske-zp.tv/socmerezhi-burxlivo-vidreaguvalina-zagibel-motoroli/>), «А я думал, взрываются только Самсунги» (<http://www.061.ua/news/1405602>). Это же ретранслировали СМИ. **Андрей Лохматов, журналист интернет-издания «Преступности.НЕТ**», региональный представитель Института массовой информации в Николаевской области, обращает внимание на реакцию зрителей и читателей на этот информационный повод: «Несколько

ко дней экстаза. Новость о смерти одного из самых «раскрученных» боевиков «ДНР», конечно, сложно не заметить, региональным СМИ в том числе. Но вот то, что происходило в соцсетях, – удручающе и вызывает беспокойство. Несколькодневное ликование вокруг темы смерти, выдумывание одной за другой шуток и прочего – это чересчур, это грустный показатель того, что мы не хотим никакого перемирия, мы хотим продолжать воевать, и у нас становится нормой публично желать кому-либо смерти, требовать боя, испытывать жажду мести и хотеть крови. Очевидно, что «обсасывание» темы убийства Моторолы ни к чему хорошему в этом смысле не приводит, но опять же проигнорировать эту новость в силу распиаренности личности Моторолы невозможно – ни центральным, ни региональным СМИ».

## Что делать?

По словам **Романа Кабачия, эксперта Института массовой информации**, соблюдение этических норм в украинских СМИ стало особенно актуальным после начала конфликта на востоке страны и аннексии Крыма Россией: «Мы не можем запретить социальные сети как таковые, нам остается лишь повышать уровень медиаграмотности населения, в том числе пользователей соцсетей. К тому же в условиях гибридной и информационной войны нужно изучать методологию, используемую ресурсами, в частности, украинского StopFake, функционирующего в 10 языковых версиях, и его партнеров в Центральной и Восточной Европе».

**Зоя Красовская, медиаэксперт**, рекомендует редакциям задуматься, как грамотно использовать SMM себе на пользу. «Чем лучше редакции будут понимать поведение аудитории и работать над техническими инновациями внутри своих медиа, тем больше шансов на успех даже в самой ленивой и инертной аудитории (если можно так выразиться). Что касается соцсетей как источника информации для СМИ, тут не надо изобретать велосипед: редакциям стоит всего лишь тщательно проверять информацию, подтверждать из нескольких источников, проверять достоверность фото и видео, ведь без этого велики шансы стать ретранслятором фейков и окончательно подорвать доверие к своему СМИ».

**Артем Бабак, главный редактор StopFake**, напоминает: конечная ответственность за использование контента из социальных сетей – всегда на журналисте. «Перед использованием контента из соцсетей журналист должен получить разрешение от пользователя. Единственный вариант, когда журналист может распространить информацию без согласия пользователя соцсети – это вставить контент на сайт пост через специальный код (embed code), который по сути просто является прямым ретранслятором сообщения в соцсети. В таком случае технически редакция не ворует контент. Однако журналист не име-

ет права забывать об этической составляющей: публикуя таким образом чей-то Facebook-пост на сайте издания, журналисты делают видимыми профили этих пользователей для всех читателей, и это может стать причиной для запугивания, угроз или травли пользователя, – уточняет редактор **StopFake**. – Обычные пользователи не всегда осознают большую опасность от соцсетей: они воспринимают Twitter или Facebook как свое частное пространство, а не место, где журналисты охотятся за информацией. Поэтому на журналисте лежит двойная ответственность: за себя и за пользователя (свидетеля). Ведь не зря существует множество историй, когда за неосторожные высказывания или фотографии людей уволили с работы или подвергали моральному прессингу».

## Вместо вывода

Социальные сети создали массу новых возможностей для медиа: на порядок сделали доступнее источники и контент как таковой, в разы увеличили скорость распространения информации, расширили возможности повсеместного использования пользовательского контента. Одновременно все эти возможности создали и новые угрозы: в частности, усугубили проблему верификации аккаунтов социальных сетей, проблему достаточной верификации самой информации, упростили создание и распространение фейков, усилили возможности для распространения «языка вражды» и некорректной лексики, поставив под угрозу фактически все уязвимые группы населения. И эти угрозы медиа, похоже, только осознали.

Наиболее успешным украинским проектом, который работает с социальными сетями, является [StopFake.org](http://StopFake.org). Его эксперты занимаются системной проверкой информации, поступающей из соцсетей, внедряя достаточно качественную методику верификации данных. Однако пока такие проекты – лишь исключение из общих правил. В частности, региональные медиа, особенно онлайн-сегмента, достаточно неграмотно подходят к работе с соцсетями.

Одна из причин этого – элементарное неумение заниматься фактчекингом с учетом новых каналов поступления информации. Есть несколько объяснений такому положению дел. Во-первых, фактчекинг как отдельное направление обучения в вузах пока не является системным или обязательным элементом при получении журналистского образования. В 2016 году стартовала программа по обучению вузовских педагогов преподаванию курсов по фактчекингу, к которому присоединились больше десяти факультетов журналистики. Результатом этого должно стать внедрение учебных курсов или изменение существующих, которые бы включали в себя обучение методикам фактчекинга молодых журналистов. Частично этот процесс уже начался.

С другой стороны, в региональных медиа у журналистов можно наблюдать тенденцию нежелания обучаться новым методам работы с информацией. Например, по собственному опыту организации или участия в подобных тренингах, можно утверждать, что только единичные представители региональной медиасферы готовы принимать участие в таком обучении. Как следствие, неумение профессионально работать с новыми каналами информации, особенно в региональных онлайн-медиа, приводит к системному нарушению профессиональных и этических стандартов при освещении новостных поводов, особенно в сфере конфликтно-чувствительной журналистики.

По сути, на сегодня не существует тех, кто бы системно отвечал за решение этой проблемы. На государственном уровне происходит работа по предотвращению негативного влияния пропагандистских СМИ на широкие массы, что не подразумевает узкой работы с социальными медиа. Со стороны СМИ, особенно региональных, запрос на решение этой проблемы также не сформирован. Однако стоит заметить, что попытки профессиональной работы с соцсетями продолжают реализовывать те медиа, которые в принципе стремятся к высокому уровню профессионализма. Это оставляет поле для оптимизма в укреплении позиций профессиональных и этических журналистских стандартов.

### **III. МЕДИЙНЫЕ СТАНДАРТЫ И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**





Виктор Юкечев (Новосибирск, Российская Федерация)

## О медийных стандартах и общественных расследованиях

*Единственное, с чем стоило бороться все эти 25 лет, – с отсутствием профессиональных стандартов. А стандарты должны бы разобратся со всем остальным.*

Роман Баданин,  
главный редактор телеканала «Дождь»

### Вместо пролога

#### Введение в заблуждение жанром

Интересный диагноз одному из сюжетов программы «Вести недели» поставила эксперт российской Общественной коллегии по жалобам на прессу Светлана Шайхитдинова. Проанализировав «расследование» «Украинское вече» с ведущим Дмитрием Киселевым (8 декабря 2013 года) о событиях на Майдане, она сделала вывод о «введении в заблуждение жанром», когда «разоблачительная» идея, заявленная в самом начале, подается как «итог расследования», и цель эта достигается *через использование ряда манипулятивных приемов визуального и речевого воздействия на сознание аудитории*.

Общественная коллегия детально рассмотрела этот «опус» и пришла к таким выводам: «Сюжет «Украинское вече», сконструированный в логике подгонки жизни под пропагандистскую «колодку», подкрепляющий отобранными кадрами репортажа «установочные» обобщения ведущего, отличается оскорбительно низким качеством, расчетом на неразборчивость, нетребовательность, всеядность информационно зависимой части российского общества, а равно и на распространение и закрепление в российском обществе в целом именно этих начал».

И подобных сюжетов на российском телевидении становится все больше и больше: в объективы «расследователей» попадают «иностранные агенты», лидеры «несистемной оппозиции» и даже их коллеги по цеху – независимые региональные медиа.

Так, в программе «ЧП-расследование» (телекомпания НТВ) 4 марта 2016 года вышел в эфир сюжет «Должники Госдепа», лейтмотивом которого была демонстрация «порочащих связей» региональных издателей, получивших (и возвра-

тивших, между прочим!) кредиты у международного фонда на развитие своей деятельности.

Общественная коллегия по жалобам на прессу рассмотрела обращение группы региональных издателей и определила жанр изученного ею материала как «заведомо ложный донос, как осуществлённую негодными, не применяемыми в честной журналистике средствами попытку подорвать доверие граждан не только к конкретным лицам и средствам массовой информации, составляющим гордость российской журналистики, но и к независимым средствам массовой информации как таковым».

Ну, и что изменилось? Решение Коллегии опубликовано на сайтах самой Коллегии и Союза журналистов России, разослано в ведущие университеты страны, неоднократно процитировано в прессе. Но и дирекция АО «Телекомпания НТВ», и дирекция ГТК «Россия-1» **проигнорировали заседание Коллегии, а руководители НТВ вообще заявили, что не принимают компетенцию Общественной коллегии**. И таких ответов, к сожалению, не становится меньше. Тем временем, в феврале 2014 Дмитрий Киселев получил из рук Президента РФ Орден «За заслуги перед Отечеством» IV степени — «за <...> заслуги в гуманитарной сфере, укреплении законности, защите прав и интересов граждан, многолетнюю добросовестную работу». А еще через год программа Дмитрия Киселева «Вести недели» получила премию ТЭФИ-2015. (ТЭФИ — *индустриальная телевизионная премия, присуждаемая за высшие достижения в области телевизионных искусств* – авт.).

Получается, что именно такие медиа, чья деятельность направлена на распространение и закрепление в российском обществе «неразборчивости» и «нетребовательности», которые подменяют информирование пропагандой, приветствуются профессиональным сообществом и поощряются властью? И если по отношению к их упражнениям употребляется (на высшем государственном уровне!) такой критерий, как «добросовестная работа», тогда, быть может, они не нуждаются в каких-либо других оценках? Им не нужны ни профессиональная этика, ни институты, которые занимаются саморегулированием в медийном поле? Вопросы это, честно говоря, праздные. Конечно же, им это не нужно. Как не нужна какая-либо этика в армейском подразделении, когда есть все объясняющий и все регулирующий воинский устав.

И если служащих в погонах называют «силовиками», то упомянутых (и иже с ними) работников телевидения, по меткому замечанию главного редактора журнала «Искусство кино» Даниила Дондурея, можно называть **«смысловиками»**, которые *занимаются программированием «массовой интерпретации современной российской жизни»*.

Размышляя о редакционной политике в современных российских медиа, главный редактор телеканала «Дождь» Роман Баданин заметил: «Когда в стра-

не деформирована большая часть институтов, нет никаких препятствий к тому, чтобы точно так же деформировалась и журналистика. Поэтому если кто-то думает, что журналисты должны бороться с режимом, коррупцией или пропагандой, то он ошибается. Единственное, с чем стоило бороться все эти 25 лет, – с отсутствием профессиональных стандартов. А стандарты должны бы разобратся со всем остальным».

### «Редакция № 6»

Как же случились все эти деформации в российском медиапространстве? В связи с этим вспоминается документ под названием «Программа реформирования администрации президента», попавший в руки журналистов журнала «Коммерсант-Власть» в 2000 году. Издание выпустило его в свет под названием «Редакция № 6». Составители документа предполагали, что стратегия политического управления администрации президента будет заключаться в ведении «двойной» политики — открытой и закрытой. Открытая политика должна декларировать приверженность нормам Конституции, права, международных обязательств и политических стандартов, «полностью соответствовать демократическим запросам общества», – говорится в документе. Закрытая часть политической работы администрации должна полностью восстановить функции идеологического и организационного контроля над всеми элементами гражданского общества.

Составители документа предложили также механизмы работы со СМИ. Первый механизм должен представлять собой структуру (с использованием возможностей отделов Управления), которая могла бы отслеживать, накапливать, перерабатывать полученную информацию и «вбрасывать» ее обратно в общество, но в «нужном свете». Второй механизм, предложенный авторами, это «... взятие под контроль различных СМИ. Доведение оппозиционных СМИ или сочувствующих оппозиции СМИ до финансового кризиса, отзыв у них лицензий и свидетельств, создание условий, при которых деятельность каждого конкретного оппозиционного СМИ становилась бы управляемой или невозможной».

Сегодня, 16 лет спустя, можно наблюдать, насколько современные методы управления российской медиасистемой приблизились к методам, описанным авторами в «Редакции № 6».

Мне довелось быть рецензентом любопытной дипломной работы студентки 4 курса Новосибирского государственного университета. Работа называлась «Государственная политика Российской Федерации в сфере СМИ». Девушка, которая еще только готовится быть исследователем, ответственно подойдя к истории вопроса, выявила тенденции, характеризующие переход российского государства от Концепции государственной информационной политики (1997) к Доктрине информационной безопасности (2000). Студентка отметила при этом,

что если первая была ориентирована на обеспечение свободного обращения информации, воплощение в жизнь конституционного права на свободный поиск, получение, производство и распространение информации, то вторая во многом подменяет конституционные права и свободы граждан заботой о безопасности государства. И вот к каким выводам она пришла: «В ситуации, когда властные элиты государства осознали необходимость предоставления людям свободного доступа к информации по всему миру с целью обеспечения конкурентоспособности в информационном обществе, но при этом обеспокоились сохранением своего влияния в условиях, когда люди через информационную независимость приобретают слишком большую независимость от власти в целом, можно говорить о слиянии понятий «управление» и «манипуляция».

Вот и диагноз: управление (как организация объектов честными, разумными и прозрачными методами) становится равно манипуляции (скрытому принуждению людей к решениям в интересах отдельной личности или группы всеми возможными способами). И возможно это только тогда, когда исчезают тонкие этические границы между этими методами коммуникации.

### **Единой медийной этики больше не существует?**

И вот, на фоне этой квазижурналистики российские граждане все больше и больше занимаются так называемым «информационным самообслуживанием»: создают свои блоги и аккаунты в социальных сетях и даже занимаются журналистскими расследованиями. Но на основе каких стандартов они это делают?

Один из ярких представителей такого рода гражданского активизма – блогер Руслан Левиев. Одно из его резонансных расследований об участии российских военных в боевых действиях в Украине началось с изучения аккаунтов погибших солдат в социальной сети «ВКонтакте». К этой теме подключились другие добровольцы, которые представлялись друзьями погибших, чтобы уточнить имеющиеся у них сведения и проверить свои гипотезы.

Стоп. Вот здесь нужно сделать паузу для осмысления. «Добровольцы-расследователи» прикинулись друзьями погибших, чтобы получить важные сведения. Они не читали и, скорее всего, не будут читать Кодекс профессиональной этики российского журналиста, где записано, что «при выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации». Ибо журналистами себя не считают. Это чистой воды общественное расследование, а его акторы – гражданские активисты. Что же ими движет, и какая этика к ним применима?

А что движет общественными расследователями, когда они намеренно создают фиктивные профили в социальных сетях для связи с фигурантами расследований и, что называется, втираются к ним в доверие? Мы на своих семинарах неоднократно обсуждали такие способы добывания информации. И всегда зада-

вали вопрос: этично ли при проведении расследований представляться другим человеком? Консенсуса почти никогда не было. Но зато наши коллеги все чаще и чаще при анализе подобных вариантов задавали сами себе вопрос: а что это означает с точки зрения общественного интереса? Не подменяется ли он иногда праздным любопытством? И после длительных дискуссий приходили к выводу: это, в принципе, возможно, если важные и нужные, с точки зрения общественного интереса, сведения нельзя добыть другим, легальным путем.

Обратив внимание на различия интересов и ценностей разнообразных групп (уже не аудиторий!) в современных интерактивных коммуникациях, доцент Института массмедиа РГГУ Максим Корнев в своей статье «Сетевая этика и цифровая прагматика: как быть журналистом и оставаться человеком в современных массовых коммуникациях» приходит к парадоксальному, на первый взгляд, выводу: «Таким образом, сегодня не существует никакой общей универсальной этики. Есть многообразие пересекающихся внутри каждого человека этических измерений. Грань допустимого колеблется в зависимости от того, какой из векторов мощнее воздействует на человека в каждый конкретный момент времени. Силу влияния вектора определяет вовлеченность человека в действия и интересы той или иной группы».

И вот здесь я зафиксирую два важных тезиса: первый – о невозможности единой медийной этики в интерактивную цифровую эпоху, и второй – об этической зависимости человека от его вовлеченности в действия и интересы других групп.

Оба тезиса имеют самое прямое отношение к теме этой статьи: об этике общественных расследований, которые совместно ведут журналисты и гражданские активисты.

### **Общественный интерес как главный этический принцип общественного расследования**

Поскольку наработанной практики в этом формате коммуникационной активности пока немного, я буду опираться на опыт социальной правозащитной сети «Так-так-так», к которой имею отношение как руководитель проекта. Вот основные рекомендации человеку, желающему начать общественное расследование: «Темой общественного расследования может быть любое, представляющее общественный интерес, событие, тенденция или явление. Тему для расследования вы выбираете сами».

Здесь ключевые слова – «сами» (то есть любой зарегистрированный пользователь сети) и «общественный интерес». И вот здесь начинается самое главное. Мы предлагаем каждому участнику сети, желающему начать расследование, задуматься: предполагает ли исследуемая проблема публичное осмысление таких основных угроз:

- угроза сокрытия преступлений и серьёзных проступков;

- угроза общественному здоровью и безопасности;
- угроза введения общества в заблуждение в результате заявлений или действий отдельных лиц или организаций.

(К слову, это практически совпадает с формулировками Медиаэтического стандарта Общественной коллегии по жалобам на прессу).

Каждому автору общественного расследования предлагается при выборе темы как бы включать своеобразный фильтр из этих критериев.

Исходя из них, авторы уточняют проблему и выстраивают версии, верифицируют информацию и определяют пределы вторжения в частную жизнь. И в итоге формулируют общественный вердикт: кто и почему допустил нарушения прав человека и/или законодательства.

Вроде бы, все это должно быть и в журналистском расследовании. В чем же, в таком случае, их отличия? Вот главное: указывая на значимые для общества проблемы, общественное расследование призвано изменить ситуацию или решить проблему.

Давайте посмотрим на этапы общественного расследования, которые обязательны к соблюдению на сайте «Так-так-так» (пользователь не сможет перейти к следующему этапу, не завершив предыдущий).

### Этапы Общественного расследования



И первое, что нам здесь бросится в глаза, – это формирование команды, как обязательное условие совместной деятельности журналистов и гражданских активистов. Вторая особенность – это общественная кампания после публикации медийного текста, то есть реальная деятельность в защиту чьих-то нарушенных прав. Разве здесь не кроется потенциальный конфликт интересов – ведь, следуя этой схеме, журналист должен выходить за рамки «защиты прав граждан в медиасфере» и продолжать эту защиту уже в реальной жизни? Правда, предполагается, что делать он это будет вместе с гражданами, уже как бы не журналист, а как член местного сообщества. Но, тем не менее...

В Кодексе профессиональной этики российского журналиста этот вопрос не регулируется. В нем сказано: «Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности». Но про общественную деятельность – ни слова. Выходит, можно?

Гораздо четче это прописано, например, в «Этических нормах газеты «Вашингтон пост»: «Мы избегаем активного участия в политических акциях, политической деятельности, общественных движениях, демонстрациях и другой деятельности, которая может скомпрометировать нашу репутацию беспристрастного и справедливого издания».

Значит, по завершении общественного расследования, его автор выходит за пределы журналистских стандартов и должен придерживаться уже другой, правозащитной этики? Но у российских правозащитников на сегодняшний день нет единой, общей этики. Быть может, это и хорошо. Вот как сегодня пытаются «внедрить» профессиональную этику в российское правозащитное сообщество. В начале 2014 года депутат Госдумы Владимир Осечкин затеял дискуссию о необходимости этического кодекса правозащитника, ибо, по его словам, – «Назрел целый комплекс проблем в правозащитной деятельности, он связан и с вопросами финансирования, и с вопросами морально-нравственного облика правозащитников». То есть, сама так понимаемая идея кодекса заключалась в том, чтобы отсечь «неправильных» правозащитников. Слава Богу, идея эта до сих пор не реализована. Член Совета при президенте по правам человека Андрей Юров, в принципе, соглашаясь с тем, что правила нужны, заявил: «Если такие критерии начнет разрабатывать власть, это будет кошмар. Какие-то методы саморегулирования нужны, но если критерии какие-то и будут выдвинуты, это должны сделать сами правозащитники. В Декларации о защите правозащитников ООН записано, что каждый человек имеет право защищать свои права и права других людей. Поэтому запретить заниматься правозащитой никому нельзя», — заключил А. Юров.



Итак, констатируем: правозащитная деятельность уводит журналиста за рамки профессии. Любой человек имеет право заниматься правозащитной деятельностью. При этом единой правозащитной этики – чтобы можно было сравнить стандарты журналистов и правозащитников и выявить их реальные сходства и расхождения – сегодня нет.

## Журналисты и правозащитники: pro et contra

Уровень недоверия россиян к продукции профессиональных журналистов в последнее время неуклонно растет. Как следует из опроса фонда «Общественное мнение», доля россиян, не доверяющих СМИ, составила в октябре 2016 года 51%. В августе 2015 года о недоверии заявляли 41% опрошенных. Число доверяющих при этом снизилось с 47% до 40%.

Параллельно наблюдается процесс снижения уверенности граждан в соблюдении своих прав. Об этом из года в год говорится в докладах Уполномоченного по правам человека в Российской Федерации (2014 и 2015 гг.). Если в 2014 году об этом положительно отзывалась почти половина респондентов (44%), то в 2015 году – 36%. По мнению 42% опрошенных в 2015 году, права человека в России не соблюдаются (по сравнению с аналогичными данными 2014 года этот показатель снизился на 4%).

Таков общий фон состояния общественного мнения в России о правах человека, их ценности и значимости для граждан. В то же время, опросы на сайте «Так-так-так», в которых участвуют люди, в той или иной степени знакомые с деятельностью социальной правозащитной сети и применившие для защиты своих прав советы экспертов, показывают, что они в большей степени готовы проявлять гражданскую активность. Так, в опросе, посвященном готовности граждан принимать участие в общественных расследованиях, наибольшее число голосов получил ответ «Хотел бы проявить свою гражданскую позицию, но не знаю, как это делается» – 51%. В свою очередь, граждане, готовые к проявлению гражданской активности, выделяют в качестве наиболее ценных для себя следующие приоритетные права: «Равенство перед законом, право на справедливый суд» – 80%; «Личная свобода и неприкосновенность» – 46%; «Право на свободу слова, свободу совести и убеждений» – 44%; «Право на осуществление общественного контроля» – 42%.

Можно сделать вывод, что именно те граждане, которые имеют представление о взаимосвязи конституционных прав и свобод с их личным благополучием, в большей степени готовы принимать участие не только в защите своих собственных прав, но и в общественном контроле за обеспечением прав человека.

Иными словами, они готовы становиться правозащитниками, хотя большинство из них так себя и не называет.

Но если единой правозащитной этики пока нет, а правозащитой может заниматься любой человек (в том числе, и журналист), может быть, есть смысл говорить о некоей общей этике совместной деятельности в современном коммуникационном пространстве?

Попытки выработки этических стандартов в правозащитном сообществе были, есть и будут. И всегда главным объектом в них будет конкретный человек (или группа людей), чьи права нарушены. Юристы называют их «клиентами». Вот и различие: разве может быть «клиент» у журналиста вообще и у журналиста-расследователя, в частности? При этом мы договорились, что квазиразследования федеральных ТВ-каналов и квазижурналистов типа Дмитрия Киселева мы по части журналистики не числим. Вполне очевидный ответ: конечно же, нет, не может. И, в частности, в решениях Общественной коллегии по жалобам на прессу неоднократно говорилось о недопустимости смешения журналистской и правовой (правозащитной) деятельности. Так что же, сам замысел общественных расследований ущербен?

Уверен, что нет. Если мы вспомним, что более половины россиян сегодня не доверяют профессиональным массмедиа, то будет понятно желание граждан все больше и больше заниматься «информационным самообслуживанием». И лучший вариант такого «самообслуживания», на мой взгляд, – участие в общественных расследованиях вместе с профессиональными журналистами, где обе стороны будут обогащать друг друга: граждане журналистов – пониманием важности прав человека, а журналисты граждан – технологиями и стандартами качественной работы с информацией. И тогда представления об этике этого общего дела будут у них сближаться. А, как известно, любое дело начинается с нашего представления о нем.

## Король умер. Да здравствует король?

И все-таки, доказательство, что чего-то объективно не существует сейчас, не тождественно предположению, что «этого не может быть никогда» (как утверждал чеховский «ученый сосед»).

И я прихожу к такому выводу: сегодня целесообразно говорить (и спорить!) не столько об отдельных этиках журналистов, блогеров, правозащитников, адвокатов, живущих в едином интернет-пространстве, сколько о постоянном поиске этических подходов к саморегулированию в сфере современных массовых коммуникаций. Которые сами по себе являются ничем иным, как полем взаимодействия разных людей. В том числе, и с разными этическими принципами.

Как метко заметил в той же статье Максим Корнев, «несмотря на очевидный распад крупных этических форм, сама по себе этика не пропадает из человеческих отношений. Но теперь нужно принимать этику как многообразие динамических систем, которые состязаются между собой...».

## **Вместо эпилога**

### *Ангелы и демоны*

Один из крупнейших социологов современности Мануэль Кастельс в книге «Власть коммуникации» высказал такое предположение: «...чем больше автономии предоставлено пользователям благодаря технологиям коммуникации, тем больше шансов, что новые ценности и новые интересы будут возникать в сфере массовой самокоммуникации, достигая, таким образом, общественного сознания. Соответственно, подъем массовой самокоммуникации, как я называю новые формы сетевой коммуникации, увеличивает возможности социальных изменений без какого-либо определения контента или цели таких социальных изменений. Люди, осознавая себя, являются ангелами и демонами в одно и то же время, и так наша увеличивающаяся способность влиять на общество будет просто проектом, открыто сообщаемым, кем мы являемся в каждом пространственно-временном контексте».

Запомним ключевые слова: «массовая самокоммуникация» и «социальные изменения без определения цели таких изменений».

И это значит, что наши поиски этических стандартов в сфере этих самых «массовых самокоммуникаций» будут продолжаться всегда. Ибо, по Кастельсу, «люди, осознавая себя, являются ангелами и демонами в одно и то же время».

Марина Дорош (Киев, Украина)

## Медиаграмотность как инструмент повышения журналистских стандартов

Есть целый ряд факторов, которые влияют на соблюдение журналистами профессиональных стандартов, среди них – экономическая независимость СМИ, свобода слова, качественное журналистское образование, развитая система саморегулирования отрасли. Ещё один фактор, который упоминается гораздо реже и часто упускается из виду, это медиаграмотность аудитории. Тем не менее именно медиаграмотность, хоть и не напрямую, может влиять, во-первых, на повышение качества журналистских материалов, во-вторых, она является одним из способов противостоять пропаганде.

### Что мы подразумеваем под медиаграмотностью

Конфликт на Донбассе, военная агрессия РФ против Украины и постепенное осознание влияния российской пропаганды привели к тому, что понятие медиаграмотности всё чаще на слуху: о нём упоминают и медиаэксперты в Украине, и на международном уровне (в частности, см. аналитические отчёты [тут](#) и [тут](#)). Несмотря на это, нам представляется, что среди широкой общественности нет понимания, что такое медиаграмотность и взаимосвязанное с ней понятие медиаобразование. Часто медиаобразование путают с журналистским образованием и ошибочно подразумевают под ним подготовку создателя медиаконтента.

Итак, в широком смысле **медиаграмотность – это знания и умения, которые дают возможность человеку анализировать и критически оценивать информацию из разных типов медиа**. В книге «Медиаграмотность. Критическое мышление в мультимедийном мире» (Corwin, 2012) американских медиапедагогов Синди Шейбе и Фейз Рогоу приводится наиболее часто встречающееся определение в США: «способность получать доступ, анализировать, оценивать и продуцировать коммуникацию». Авторы добавляют ещё такие компоненты, как «понимание, рефлексия и общественное действие».

В документе ЮНЕСКО «**Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов**» ([Media and Information Literacy Curriculum for Teachers](#), 2011, на русском языке [тут](#)) дается определение, которое чётко обозначает основные умения медиаграмотного человека. Приведём его полностью:

*«Медийная и информационная грамотность воплощает в себе базовое понимание: (а) функций медиа, библиотек, архивов и других информационных служб в демократических обществах; (б) условий, при которых средства массовой информации и информационные службы могут эффективно выполнять эти функции; а также (в) методов оценки качества выполнения этих функций через предлагаемые ими контент и услуги.*

*Это понимание, в свою очередь, должно позволить пользователям осмысленно взаимодействовать с каналами коммуникации и информации. Компетенции, приобретаемые через медийную и информационную грамотность, способны развивать в гражданах навыки критического мышления, которые позволят им требовать от медиа и других поставщиков информации предоставления высококачественных услуг. Коллективными усилиями они способствуют созданию благоприятных условий, позволяющих медиа и другим информационным службам предоставлять высококачественные услуги».*

Необходимо также упомянуть о **пяти ключевых принципах медиаграмотности**, которые впервые были сформулированы Ассоциацией учителей в г. Онтарио в 1987 году и включены министерством образования Канады в Media Literacy Resource Guide (1989). С того времени эти принципы остаются фундаментальными для системы медиаобразования:

- 1) все медиамесседжи сконструированы;
- 2) медиа формируют наше восприятие реальности;
- 3) разные аудитории по-разному воспринимают медиамесседжи;
- 4) в месседжах есть коммерческое вмешательство;
- 5) все медиамесседжи включают точки зрения.

Одно из направлений медиаграмотности – новостная грамотность – непосредственно связано с умением анализировать конкретный сюжет или печатный материал, ставя вопросы об авторстве, использованных комментариях, владельце СМИ. Такой зритель или читатель – активный, а не пассивный медиапотребитель: он понимает, какими должны быть журналистские стандарты, и способен заметить их нарушения, например, подмену фактов суждениями, транслирование только одной точки зрения, отсутствие баланса в представлении политических сил, использование языковых манипуляций, нагнетание эмоций, использование языка вражды. В результате он более требователен и избирателен в выборе источников информации, делая его в пользу более качественных СМИ. Также он рефлексирует – комментариями, жалобами в СМИ или органы регулирования медиа.

Мы понимаем, что такая схема –

*повышение медиаграмотности –> отказ от некачественного продукта  
–> стремление журналистов делать более качественные материалы,  
дабы сохранять доверие аудитории –*

не так однозначна. Так как, во-первых, осознание манипуляций в медиа не обязательно приводит к реальному изменению поведения (отказу от этих медиа), ведь медиапотребление зависит и от других факторов. Во-вторых, как мы уже упоминали в начале, соблюдение журналистами стандартов – комплексный процесс, и он невозможен, если нет механизмов обеспечения свободы слова и независимости редакционной политики. Тем не менее важно отметить, что одна из целей медиаобразования состоит в том, чтобы человек искал информацию из разных источников и на её основе мог принимать более качественные гражданские решения, например, в ходе выборов, потому что медиаграмотная аудитория усложняет использование СМИ в политических или бизнес-интересах.

## Медиаобразование в Украине

В Украине активно заговорили о важности медиаграмотности в связи с конфликтом на Донбассе, рассматривая её как инструмент противодействия пропаганде.

Но внедрение медиаобразования началось гораздо раньше. Ещё в 2010 году была принята **Концепция внедрения медиаобразования**, в рамках которой в 2016 году завершается экспериментальный этап внедрения, в ходе которого в части школ (официально участие принимает около 120 школ из разных областей) преподается факультативный курс по медиаграмотности для учеников старших классов. Многие школы подключились к эксперименту неофициально, в разных формах медиаобразование внедряется и в начальной школе. За это время были разработаны учебные программы, изданы пособия для учителей и проведены тренинги (большинство из них – усилиями общественной организации «Академия украинской прессы» и Института социальной и политической психологии НАПН Украины), часть педагогов прошли подготовку в учреждениях последиplomного образования. В апреле 2016 года Концепция была обновлена, поскольку в информационной среде появились новые вызовы: эскалация конфликта, информационная война, медийная ретравматизация пострадавших в ходе конфликта, медиатравма войны.

Среди вопросов, которые обсуждаются сейчас, – нужна ли медиаграмотность как обязательный предмет в школах. С одной стороны, да, поскольку

в украинских школах остается негибкая постсоветская модель образования: учебные планы зависят от указаний министерства, вносить инновации самостоятельно сложно. Если же среди части учителей нет понимания важности медиаобразования, то инициатива от них исходить не будет. С другой стороны, медиаграмотность во многих европейских странах в первую очередь интегрируется в другие предметы (например, языки и литература, история, искусство), поскольку рассматривается как навык, необходимый в современной жизни, и выносить его только как отдельный предмет – недостаточно. Многие сходятся во мнении, что нужен и отдельный предмет, и обязательная интеграция в другие.

Ещё одна проблема: некоторые учителя путают использование медиа на уроках с медиаобразованием. Они могут, во-первых, увлечься изготовлением медиапродукции (школьные новости и газеты, социальные ролики) – но хоть творчество и есть один из компонентов медиаобразования, он не главный. Во-вторых, иногда учителя главным достижением считают использование в классе видео, аудио, презентаций. Использование технологий в учебном процессе – важный момент, но он точно автоматически не ведёт к развитию критического мышления.

Несмотря на эти проблемы, мы видим, что на уровне школы процесс всё же не стоит на месте. Но сейчас важным становится другой вопрос: **как быть с медиаграмотностью взрослых?** Эксперты указывают, что медиаграмотность нужно развивать как можно в более раннем возрасте, но значит ли это, что можно условно махнуть рукой на тех, кто принимает решения сейчас и является главной аудиторией СМИ? И как измерить уровень их критического мышления?

Здесь следует отметить, что одна из причин, по которой нужно повышать медиаграмотность, в частности, в Украине – это влияние владельцев СМИ (олигархов) на редакционную политику, в особенности на крупных телеканалах, что часто приводит к искажению повестки дня. Замечают ли это зрители? Согласно **опросу украинских граждан**, который проводился в феврале 2015 года, только 11% считают, что в ток-шоу отстаивают интересы политиков, а 22% полагают, что там поднимаются важные социально-политические вопросы (34% считает, что имеет место и то и другое, и 21% не смотрит ток-шоу). В другом блоке вопросов 35% согласились с утверждением, что медиа влияют на их политическую позицию и социальное поведение, около 28% так не считают (опрос проводился ОО «Детектор медиа» (тогда – «Телекритика») и Киевским институтом социологии, полные данные и ответы [здесь](#) ). Эти данные продемонстрировали, что подход к медиа скорее не критический. Тогда же задавался вопрос о том, нужны ли «дополнительные знания про медиа, дабы не поддаваться вероятному влиянию со



стороны медиа». 35% ответили, что это очень близко или близко их точке зрения, 27,4% затруднились с ответом, и для 29% это оказалось не близко их точке зрения.

Масштабный проект по медиаграмотности для взрослого населения был реализован с июля 2015 года по март 2016 года под названием «**Программа медиаграмотности для граждан**» в партнерстве трёх организаций: **IREX, Академии украинской прессы и Stopfake**. Основной формой были тренинги, которые проходили в 14 областях Украины. Всего в тренингах приняли участие более 15 тысяч граждан. Среди участников было большое количество учителей школ, преподавателей вузов, библиотекарей, учёных, психологов, журналистов местных СМИ. Тренинги проводились и для внутренне перемещенных лиц. Обучение касалось трёх основных тематических блоков: информация и массмедиа, манипуляция и борьба (пропаганда и фейк как разновидность информационной манипуляции), язык вражды.

Среди минусов этой программы – фокус именно на фейках и пропаганде: учитывая информационную войну со стороны России, этот акцент понятен, но нужно осознавать, что медиаграмотность – это более широкое понятие, иначе есть риск превратить медиаобразование исключительно в защитный механизм. Другой минус – география проекта включала только восточные и южные области. Тем не менее этот проект был чрезвычайно важен и уникален: впервые для взрослого населения проводились массовые тренинги по медиаграмотности.

## Медиаобразование в странах Восточной Европы

Если говорить о медиаобразовании в других странах Восточной Европы, то ситуации похожи тем, что отсутствует системный подход, однако осознание необходимости двигаться в этом направлении есть – инициативы в первую очередь внедряются неправительственными организациями и активными педагогами. В **Молдове** медиаобразование началось в 2014 году, реализуется в первую очередь Центром независимой журналистики путем тренингов. Основной акцент – на умении фильтровать информацию, распознавать манипуляции. Центром была разработана концепция медийной грамотности, но официальной она не стала, происходит её фрагментарное внедрение в школах. Как поясняют медиапедагоги, отдельного предмета внедрять не планируется, поскольку его легче интегрировать в уже существующие.

В **Беларуси**, как и в большинстве постсоветских стран, критическое мышление не является компонентом образовательной системы, кроме того, развитию медиаграмотности препятствует отсутствие свободного медийного простран-



ства, а государство никак не способствует развитию этого направления. В то же время сообщество педагогов очень консолидировано, активны общественные организации – акцент делается на адаптации международного опыта, педагоги ищут и создают методические пособия, постоянно обновляя их.

В **Грузии** в 2011 году Министерство образования презентовало новый учебный план, где медиаобразование было утверждено как одна из компетенций учащихся: формально оно должно было включаться в разные предметы, но на практике официально внедряется слабо. Кроме того, как отмечают педагоги, существует проблема влияния религии на образование, что препятствует развитию критического мышления. Неправительственные организации внедряют программы по борьбе с пропагандой: не только для детей, но и для взрослых – они являются более эффективными, чем официальные программы (например, проект Myth Detector).

Учитывая полный контроль государства над СМИ в **России**, можно удивиться, узнав, что здесь тоже существуют институции, которые внедряют нечто, именуемое медиаобразованием. Дело в том, что трактовка понятия медиаграмотность зависит от целей и интересов конкретной организации. Очевидно, что больше уделяется внимания такому компоненту как, например, безопасность детей в сети, обращение с цифровыми медиа, но никак не критическому мышлению – если такие инициативы и существуют, то очень локально.

Интересен опыт **Чехии** – примером практической медиаграмотности в школах является проект программы «Один мир в школах» (Jeden svět na školách), который реализует неправительственная организация People in need. В 2015 году чешские медиаэксперты и журналисты разработали курс о современной российской пропаганде, сейчас он размещен на ресурсе проекта, которым пользуется около 3,5 тыс. школ. Курс состоит из пяти тематических блоков: 1) «Крым. Возвращение на родину» посвящен российской пропаганде, которая направлена на внутреннюю аудиторию; 2) «Мир в соответствии с RT (Russia Today)» – про пропаганду, направленную вовне; 3) российская пропаганда в Чехии; 4) российско-украинский конфликт и информационная война; 5) сравнение ситуации в Чехословакии в 1968 году после вторжения советских войск и ситуации в Крыму в 2014 году – урок иронически назван «Нам они тоже помогали». Как рассказали учителя, основная цель курса – не заставить ученика занять определенную точку зрения, а научить его ставить вопросы, анализировать медиаконтент и сравнивать информацию из разных источников. Этот курс может читаться как отдельный предмет или интегрироваться в уже существующие. После общения с чешскими педагогами стало ясно, что внедрение подобных курсов облегчает сама их система образования, которая была реформирована в 2005 году. В результате реформы школы смогли более самостоятельно формировать учебные планы.

## Новые вызовы

Потребность в медиаграмотности в постсоветских странах связана в первую очередь с тем, что здесь гражданское общество не настолько развито, как в европейских демократиях. А СМИ в большинстве не являются независимыми и не выполняют роль «четвертой власти», население же помнит период, когда медиа в тоталитарном государстве выступали рупором власти и плюрализм мнений не допускался. История СМИ в Западной Европе и Соединенных Штатах иная, как и иная история медиаобразования – во многих странах включение медиаобразования в школьную программу и вузы имеет многолетнюю историю: потому логично, что для нас западный опыт является интересным для изучения. Однако сейчас и исследователи, и практики наблюдают достаточно неожиданную ситуацию, когда переосмыслить подходы к медиаграмотности необходимо и в тех странах, где, казалось бы, всё в порядке. Доказательством тому служат события 2016 года – Брексит и победа Дональда Трампа – результаты референдума и выборов в США некоторые эксперты склонны называть победой популизма над здравым смыслом.

Феномен действительно любопытен: на протяжении избирательной кампании в США серьезные американские СМИ регулярно опровергали заявления кандидата от республиканской партии, занимались фактчекингом, поддавливая его на лжи, публиковали доказательства нелицеприятных фактов из жизни Трампа. Однако результат выборов оказался неожиданным, что заставляет самих журналистов задумываться, что они сделали не так – перестарались ли с откровенной критикой Трампа (издания не скрывали своей позиции против этого кандидата), что вызвало обратную реакцию у аудитории, или не смогли найти каналы, дабы достучаться до потенциальных избирателей Трампа. Похожая ситуация возникла и в Британии – в авангарде кампании за выход из ЕС были желтые издания, такие как The Sun и Daily Mail. При этом в основе этой кампании были сообщения, которые запугивали иммигрантами и утверждали, что ЕС «обкрадывает» Британию, чтобы поддержать маленькие страны. Издания типа The Financial Times, The Guardian или The Economist старались представлять разные мнения, но таблоиды, видимо, взяли своими большими тиражами – так, согласно исследованию университета Лафборо, если учитывать тиражи, то 82% газетных статей поддерживали выход Британии из ЕС.

И Брексит, и победа Трампа заставляют заново осмысливать роль и влияние медиа. Речь, кстати, идёт и о менее масштабных, но уже внушающих опасение явлениях – как, например, феномен «лживой прессы» (Lügenpresse) в Германии. Этот термин, который использовался во времена нацистской Германии, снова ввели в обиход ультраправые силы, такие как движение Pegida. Продвигая ан-

тииммигрантскую риторику и выступая против «исламизации Германии», это движение использует популистские лозунги, обвиняя немецкую прессу во лжи. Фактически клеймо «лживая пресса» не имеет под собой каких-то оснований и стало удобным ярлыком, которые используют праворадикалы и их сторонники касательно всех мейнстримовых СМИ. Это привело к тому, что и обычные граждане, сталкиваясь с неприятной для них информацией или позицией в СМИ, делают заключение, что это «лживая пресса».

В этой ситуации хочется спросить: а как же медиаграмотность? В конце-концов, почему не проанализировать сообщения в прессе на предмет соблюдения журналистских стандартов, в том числе достоверности, и не проиллюстрировать, действительно ли конкретное СМИ – лживое.

Как сказала мне в личной беседе одна из немецких медиапедагогов, система медиаобразования в Германии действительно требует усовершенствования, поскольку основной фокус в ней – на медиапроизводстве, а новостной грамотности, к примеру, уделяется очень мало внимания или не уделяется вовсе. Такая программа связана, видимо, с тем, что, как уже было сказано, считается, что гражданское общество находится на достаточно высоком уровне и потребности такой нет. С одной стороны, это так, и медиапотребитель здесь гораздо более активный и сознательный, о чём говорит хотя бы большое количество обращений или жалоб в немецкий Совет прессы, которые могут касаться разных аспектов, в том числе этических стандартов СМИ. Но сам факт того, что термин «лживая пресса» распространился далее маргинальных кругов, говорит, что определенные пробелы есть.

Опыт внедрения предмета о российской пропаганде в Чехии, «Программа медиаграмотности для граждан» и StopFake в Украине, Myth Detector в Грузии – эти инициативы возникли в ответ на вполне конкретный «раздражитель» в виде российской пропаганды: общественные организации и интеллектуальные круги осознали необходимость реагировать на этот фактор. Вероятно, что это осознание, как и свои триггеры, появляются и в других странах, заставляя говорить о медиаграмотности на мировом уровне. 20–22 сентября 2016 года в Джакарте прошел [Global Forum for Media Development \(GFMD\)](#). Это мероприятие, проходящее раз в четыре года, в нём принимают участие представители разных организаций, занимающихся медиаразвитием в разных частях света. В нынешнем году одна из секций была посвящена медиаграмотности – на ней обсуждалось, что сейчас следует больше выделять ресурсов на это направление. Представленное там исследование аналитического центра СИМА изучало, на какие сферы медиаразвития доноры выделяли деньги в 2011–2015 гг. Оказалось, что медиаграмотность составляет только 1% (прямая помощь конкретным СМИ составила, например, 36%, а тренинги для медийщиков – 19%).

## Выводы

Очевидно, что для каждой страны путь развития медиаграмотности будет специфичен – нужно учитывать исходные условия в виде системы образования и государственной политики. **Важно, чтобы усилия предпринимались с разных сторон – государства, третьего сектора, самих СМИ.**

На уровне государства должно быть понимание, что медиаграмотность – это одна из составляющих информационной безопасности. Так, в отчёте ОБСЕ 2015 года «Пропаганда и свобода медиа» в перечне «инструментов» для реагирования сказано, что нужно «прикладывать усилия для развития образовательных программ медиа- и интернет-грамотности». Какие именно усилия могут быть? Нужно понимать, что для внедрения медиаграмотности в образовательную систему следует осуществить ряд изменений на разных уровнях. Выделить финансирование на подготовку педагогов для этого направления: внедрить новую специальность в педагогические вузы, программы повышения квалификации. Также необходимо вводить медиаграмотность либо как отдельный предмет в школы и вузы, либо реформировать систему образования таким образом, чтобы учебные заведения были более свободны в формировании учебных планов. Кроме того, необходимо развивать и финансировать исследования в сфере медиапсихологии, влияния медиа, привлекая и зарубежный опыт – научные результаты станут основой для разработки новых учебных программ и помогут принимать решение, какие направления медиаграмотности следует развивать. Следует сказать, что сознательные педагоги должны также занимать активную позицию – заявлять о потребности внедрения медиаобразования, выступать от имени профессиональных союзов или ассоциаций, а не просто ждать «приказа из министерства».

**Общественные организации** наиболее эффективны в секторе неформального образования. Это могут быть и занятия для детей при образовательных центрах, и инициативы для студентов, и тренинги для взрослых, и курсы дистанционного обучения. Сложно, как правило, собрать взрослые аудитории и мотивировать их. Самый лучший путь – работать с уже собранными группами: например, родители в школах и детских садах, посетители музеев и библиотек, аудитории неформальных учебных учреждений и конкретных НКО. Тренинги по новостной грамотности полезно проводить и для журналистов: примеряя на себя роль потребителя, который видит некачественный продукт, журналисты могут больше задумываться о профессиональной ответственности.

**СМИ** как канал распространения медиаграмотности может быть очень эффективен, но он и наиболее неоднозначен. Если представить себе тематическую рубрику о медиакритике в журнале или на телеканале, то вряд ли там будут

открыто говорить о влиянии собственника на СМИ или о заказных сюжетах, ведь велика вероятность, что конкретно этот телеканал сам обслуживает интересы своего собственника. Наиболее эффективными являются независимые медиа, такие проекты, как StopFake в Украине, «Лапшеснималочная» в России, европейский проект против языка вражды Get the Trolls Out!. Важно, чтобы медиакритика подавалась при этом в разных форматах, в том числе и развлекательном, дабы достичь широкой аудитории.

**Петру Маковой (Кишинэу, Республика Молдова)**

## **Саморегулирование СМИ в Республике Молдова и деятельность Совета прессы**

*Вызовы, с которыми сталкиваются в настоящее время журналисты Республики Молдова, и ограничения, которые необходимо преодолевать в их повседневной деятельности, многочисленны, при том, что страна как бы движется по пути демократизации и сближения с европейскими ценностями. Тотальная зависимость главных информационных каналов от владельцев, которые являются политиками или лицами с сильной политической зависимостью, отсутствие лояльной и честной конкурентной среды на небольшом и сконцентрированном олигархизированном медиарынке, все более частые барьеры на пути доступа к информации общественного интереса – вот лишь несколько проблем молдавской журналистики. А эти проблемы ведут, к сожалению, к снижению уровня журналистских стандартов. Консолидация механизмов журналистского саморегулирования на национальном уровне и в каждой редакции в частности стала более чем необходимостью, будучи единственным шансом реабилитации профессии журналиста в глазах аудитории СМИ, которые все больше понимают, что ими часто манипулируют.*

### **Несмотря на манипулирование, пресса пользуется доверием аудитории**

Последние социологические опросы показывают, что в Республике Молдова телеканалы являются главным источником информации для граждан, после чего следуют интернет, радио и печатные СМИ. Согласно данным Барометра общественного мнения за октябрь 2016 года, одного из наиболее объективных социологических исследований Молдовы, 74,5% из опрошенных респондентов смотрят телевидение ежедневно, а для 78,1% из них телевидение является самым главным источником информации. Это исследование было проведено Институтом общественных политик Молдовы и Центром социологических исследований и маркетинга «СBS-АХА» в период 6–16 октября 2016 года при финансовой поддержке Фонда Сороса в Молдове и Восточноевропейского фонда. Опрос проводился среди 1109 человек из 82 населенных пунктов (за исключением приднестровского региона), являющихся репрезентативными для взрослого населения Республики Молдова. На втором месте находится интернет, кото-

рым ежедневно пользуются 45,6% респондентов, в том числе 39,8% назвали его главным источником информации. Радио на третьем месте в рейтинге средств массовой информации, его слушают ежедневно 33,3% респондентов, а 24% из них считают его самым важным медиаресурсом. Рейтинг печатных СМИ падает, лишь 8,2% респондентов регулярно черпают информацию из газет и журналов, а 11% из них считают, что печать является главным источником информации. Согласно тому же опросу, около 40% молдавских граждан имеют значительное либо некоторое доверие к средствам массовой информации. Следует отметить, интервьюируемые молдаване сказали, что российские СМИ, ретранслируемые в Республике Молдова посредством местных компаний, внушают им большее доверие, чем молдавские.

Эти данные очень любопытны, особенно в сравнении с выводами другого исследования «Измерение восприятия социально-политических новостей потребителями продукции СМИ в Республике Молдова», осуществленного в конце 2015 года Центром независимой журналистики в сотрудничестве с Институтом маркетинга и опросов (IMAS) при финансовой поддержке Посольства Соединенных Штатов Америки в Молдове. После опроса 1137 человек из 74 населенных пунктов Молдовы, авторы данного исследования пришли к выводу, что большая часть потребителей медиапродуктов (62% респондентов) понимает, что означает «манипулирование», воспринимают этот феномен как вредный, а подавляющее большинство – 70% интервьюируемых – считает, что пресса манипулирует информацией.

Таким образом, после суммарного сравнительного анализа этих двух исследований можно прийти к противоречивому, но верному выводу, что в Молдове потребители продукции СМИ, хотя и понимают, что ими манипулируют или могут манипулировать посредством вещательных каналов, все-таки кредитуют их значительным уровнем доверия. Однако есть основание считать, что общество имеет все более критическое отношение к журналистам и СМИ, а залог доверия неуклонно снижается, что подтверждается все более агрессивной реакцией многих потребителей СМИ на качество журналистских продуктов и все более частыми жалобами в адрес разных структур, общественных и государственных организаций. Это происходит прежде всего потому, что значительная часть медиарынка контролируется определенными заинтересованными группами, в том числе политическими и экономическими, а олигархизация и концентрация собственности средств массовой информации позволяет политическим деятелям вмешиваться в редакционную политику для манипулирования общественным мнением и влиять на принятие решений организациями, а также гражданами, участвующими в выборах.

Вместе с тем, в последние годы некоторые молдавские политики и даже председатель Высшей Судебной палаты, недовольные критикой со стороны средств



массовой информации, неподконтрольных политикам и партиям власти (в некоторых случаях критика была аргументирована и основана на фактах, в других случаях – без какой-либо фактологической базы), попытались поставить вопрос о возвращении в законодательство уголовного наказания за диффамацию в прессе, исключенного из Уголовного Кодекса в 2004 году. Эти инициативы были жестко раскритикованы гражданским обществом и журналистами, вследствие чего не имели развития. Но сигнал в адрес журналистского сообщества был очень ясен: политика всегда может навязать новые ограничения свободе выражения мнения и свободе печати, которую они считают для себя неудобной.

Рекламный рынок Республики Молдова очень мал, согласно последнему тематическому исследованию, он оценивается в 22,3 миллиона евро в год, и занят в большей части компанией *Casa Media*, контролируемой Владимиром Плахотнюком, бизнесменом и политиком с плохой репутацией, который является также владельцем самого крупного медиахолдинга Молдовы *General Media Group* (в который на конец 2015 года входили, согласно официальным данным, четыре из пяти каналов с национальным покрытием Республики Молдова и несколько радиостанций). До сих пор все попытки обеспечения климата лояльной конкуренции на медийном и рекламном рынках не привели к желаемому результату. Ранее эксперты установили, что попытки либерализации и реформирования отрасли, объявленные и запланированные властями после 2009 года, имели формальный характер, а в некоторых областях бездействие властей усугубило ситуацию и привело к консолидации монополий.

Такое положение вещей неблагоприятно влияет на плюрализм и свободу мнения, передаваемых средствами массовой информации, и ведет к манипулированию и дезинформации общества. Так, во время избирательной кампании по выборам президента, которая прошла в Республике Молдова в октябре – ноябре 2016 года, информационные источники были массово использованы владельцами – политиками или политически аффилированными лицами для дискредитации оппонентов, распространения ложных и тенденциозных сообщений. Многие журналисты и эксперты в области СМИ выражают озабоченность в связи с дискредитацией профессии журналиста и полным игнорированием профессиональных деонтологических норм политически контролируемыми СМИ, которые часто используются в целях диффамации.

## **Возможности журналистского саморегулирования в Молдове**

В данных условиях, очень важны эффективные действия сильных и заслуживающих доверия структур журналистского саморегулирования, которые могли



бы сплотить большую часть профессионального сообщества вокруг стандартов качества, присущих честным и ответственным профессионалам СМИ.

В годы после объявления независимости, в Республике Молдова было несколько попыток создания и консолидации механизмов журналистского саморегулирования как на национальном уровне, так и в рамках некоторых редакций, компаний или ассоциаций средств массовой информации. Некоторые из этих инициатив выдержали испытание временем, другие не состоялись по разным причинам. Первый деонтологический кодекс журналистов Республики Молдова был принят на Внеочередном съезде Союза журналистов Молдовы (UJM), который состоялся 4 мая 1999 года и назывался Кодекс принципов профессиональной этики (Деонтологический кодекс). Статья 21 этого Кодекса предусматривала:

*«Для применения принципов, изложенных в настоящем Кодексе профессиональной этики, журналисты должны создать механизм его соблюдения. Таким механизмом является Национальная комиссия по журналистской этике, которая в своей работе основывается на собственном Положении, состоит из видных представителей данной профессии, избираемых на съезде Союза журналистов Молдовы, и которая признается представителями всех организаций средств массовой информации республики, будучи таким образом признанной всеми журналистами, которые работают в сфере массмедиа страны».*

Этот совет – Национальная комиссия по этике – был создан Союзом журналистов Молдовы и показал более или менее эффективную деятельность в первые годы после создания. Однако в последующем эта комиссия практически прекратила свою деятельность, и ей не удалось стать заслуживающей доверия структурой по мониторингу и внедрению Кодекса принципов профессиональной журналистской этики. Таким образом, область журналистского саморегулирования осталась без должного внимания на национальном уровне.

Между тем, несмотря на то, что государственный орган, регулирующий законодательно область аудиовизуальной коммуникации – Координационный совет по телевидению и радио – принял Кодекс поведения радиовещателей, посредством которого радио и телеканалы Молдовы взяли на себя обязательства соблюдать ряд правил и норм поведения в профессиональной деятельности (см. статью «Координационный совет по телевидению и радио (КСТР) – инструмент регулирования и саморегулирования аудиовизуального рынка Республики Молдова», автор – *Олга Гуцуцуи*), а самая большая медиакомпания страны – Общественная национальная компания Teleradio Moldova приняла несколько документов, которые также предусматривают обязанности и деонтологические

стандарты для журналистов этой компании (см. статью «*Элементы саморегулирования в ОНТ Компания «Телерадио-Молдова», автор – Татьяна Бундуки*»), ситуация в данном направлении не улучшилась. Опрос относительно текущих проблем средств массовой информации Молдовы, осуществленный в 2008–2009 годах, показывал что около 70% журналистов Молдовы не знакомы с нормами профессиональной этики.

В конце 2009 года инициатива Ассоциации независимой прессы (API), которая издала пособие для журналистов «Книга стиля с этическими нормами» с рекомендациями и ответами на многие этические вопросы и дилеммы, с которыми сталкиваются журналисты в повседневной жизни, вернула на повестку дня работников СМИ необходимость развития эффективной структуры журналистского саморегулирования. В конце 2009 года, после консультаций с группами журналистов и потребителями медиапродукции, шесть неправительственных организаций из области средств массовой информации и прав человека создали Совет прессы Республики Молдова, как национальную структуру журналистского саморегулирования по образцу некоторых европейских стран. Впервые в состав этой структуры были включены не только представители журналистской среды, но и представители потребителей продукции СМИ, избранные посредством публичного и прозрачного конкурса. Учредители постановили, что Совет прессы будет заниматься продвижением объективной и качественной журналистики; продвигать социальную ответственность прессы и позитивную практику саморегулирования; рассматривать жалобы потребителей, в том числе физических и юридических лиц, об искаженном представлении фактов в прессе и будет посредником в досудебном решении конфликтов; разработает предложения по консолидации профессиональных стандартов в журналистике и по улучшению общественной политики в отношении с прессой; будет продвигать культуру диалога и взаимного уважения между прессой и потребителями продукции СМИ и т.д.

За короткий период времени, новой структуре журналистского саморегулирования удалось утвердиться и даже придать импульс процессу пересмотра Кодекса, принятого в 1999 году. После консультаций с журналистами, издателями и экспертами в области СМИ нашей страны и из-за рубежа была разработана новая редакция Деонтологического кодекса журналиста Республики Молдова, которая была подписана в рамках национальной конференции, состоявшейся 3 мая 2011 года. Кодекс подписали более 90 информационных организаций Молдовы, в том числе крупнейшие компании телевидения и радио, а Совет прессы был уполномочен выполнять задачи по мониторингу применения Кодекса и рассмотрения случаев его нарушения.

Сегодня Совет прессы Республики Молдова является представительной структурой, состоящей из девяти членов, пять из которых представляют жур-

налистскую среду (в том числе один представляет СМИ административно-территориальной автономии Гагауз Ери), а четыре члена представляют сообщество потребителей продукции СМИ. Члены Совета выбираются на два года специальной комиссией с участием представителей учредителей, гражданского общества и некоторых публичных структур, специализирующихся на СМИ и правах человека. Основная функция Совета состоит в рассмотрении жалоб, которые относятся к издательской деятельности журналистов и средств массовой информации Республики Молдова. В то же время, Совет прессы разрабатывает рекомендации по консолидации профессиональных стандартов, проводит кампании по продвижению ответственной журналистики и предоставляет бесплатные консультации потребителям прессы о правах и обязанностях журналистов. После пяти лет деятельности, Совет утвердился как заслуживающая доверия структура журналистского саморегулирования на национальном уровне и в Восточной Европе. Решения и рекомендации Совета в целом принимаются журналистским сообществом, примерно в 70% случаев редакции следуют рекомендациям по результатам рассмотрения жалоб (см. статью «*Этические проблемы молдавских СМИ на основе конкретных случаев*», автор – Виорика Захария).

Кроме основной деятельности, Совет прессы интенсивно занимается продвижением журналистской деонтологии и стандартов качества посредством общественных дискуссий, встреч с потребителями, кампаний в поддержку журналистской этики и т.д. Так, Совет проводит кампанию против плагиата «Плагиат – это воровство!» для обращения внимания журналистского сообщества на случаи плагиата в средствах массовой информации, запрещенного Деонтологическим кодексом журналиста. Начиная с 2015 года, Совет учредил Национальную премию за профессиональную журналистскую этику и деонтологию, присуждаемую в результате конкурса, в котором могут участвовать средства массовой информации из Республики Молдова, заявляющие свои кандидатуры самостоятельно либо по представлению потребителей продукции СМИ или экспертов. Конкурс состоит из нескольких этапов, в том числе онлайн-оценки редакций-претендентов со стороны общественности, а также мониторинга их профессионального поведения экспертами в соответствии с Деонтологическим кодексом журналиста.

В целях распространения знаний и позитивной практики в журналистике Совет прессы Молдовы запустил онлайн-платформу [www.mediaforum.md](http://www.mediaforum.md), где происходит постоянное общение и обмен мнениями, информацией и опытом между профессионалами в области СМИ относительно главных проблем с которыми они сталкиваются в повседневной жизни. Дискуссии на этой онлайн-платформе структурированы по пяти тематическим разделам: «Деонтология и этика», «Повышение профессионального уровня СМИ», «Менеджмент СМИ», «Законодательство СМИ» и специальный раздел для потребителей продукции СМИ под

названием «Целься в прессу!». Пользователям предлагается активно участвовать в обсуждении текущих тем и заявлять новые темы для дискуссий, предлагать модераторов и экспертов, а возможность размещения комментариев доступна пользователям, которые авторизуются через социальные сети Facebook, Odnoklassniki, LinkedIn или Twitter. С декабря 2016 года, на mediaforum.md дан старт циклу дистанционных обучающих курсов (вебинары, мастер-классы, онлайн-консультации) для всех заинтересованных в улучшении практики и уровня знаний в области журналистики лиц.

Второй год подряд под эгидой Совета прессы в Республике Молдова проводится Форум массмедиа – значимое событие, в котором участвуют многочисленные представители журналистского сообщества: журналисты, редакторы, менеджеры СМИ, другие работники медиаорганизаций страны, а также представители государственных органов, посольств и иностранных представительств, фондов и международных организаций. Первый Форум массмедиа состоялся 27–28 октября 2015 года: были проведены дискуссии и семинары по самым актуальным молдавской журналистики темам, мастер-классы зарубежных экспертов. Участники Форума приняли резолюцию и «Дорожную карту» по развитию СМИ Республики Молдова, которые были признаны властями как отправные документы для изменения общественной политики в области средств массовой информации.

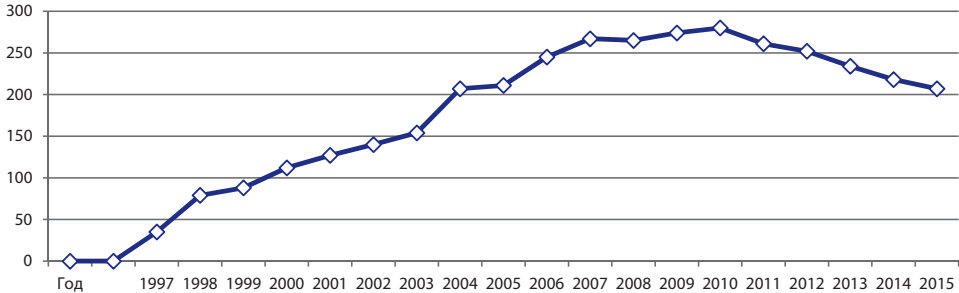
В заключении отметим, что существование и эффективное функционирование независимой от политического класса структуры журналистского саморегулирования, авторитетной для журналистского сообщества и потребителей продукции СМИ, которая активно продвигает журналистские стандарты и социальную ответственность СМИ совместно с добросовестными журналистами, неправительственными организациями из других областей, активистами и другими представителями общества потребителей медиапродукции, однозначно может служить «противоядием» для все более учащающимися попытками политического подчинения информационного пространства с целью манипулирования общественным мнением. Но для достижения этого благотворного для общественного интереса эффекта такое противоядие необходимо будет применять в дальнейшем еще долгое время.

Ольга Гуцуцуй (Кишинэу, Республика Молдова)

## Координационный Совет по телевидению и радио (КСТР) – инструмент регулирования и саморегулирования аудиовизуального рынка Республики Молдова

Аудиовизуальный рынок Республики Молдова на определенных этапах пережил периоды как прогресса, так и регресса, в зависимости в равной степени от экономического фактора и от внедрения новых информационных технологий. Изменение во времени числа обладателей лицензий на вещание и разрешений на ретрансляцию связано, по большей части, как с ростом (до 2010 года), так и с уменьшением (до 2015 года) числа студий кабельного телевидения. Это происходило потому, что в период 2010–2015 гг. число студий значительно сократилось за счет слияний и сдачи в аренду некоторых вещательных организаций.

Рис №. 1. Динамика развития аудиовизуального рынка в 1997–2015 гг.



Согласно последнему отчету о деятельности Координационного совета по телевидению и радио (за 2015 год), на 1 января 2016 года в Республике Молдова было зарегистрировано 207 обладателей лицензий и разрешений, в том числе на ретрансляцию:

В области телевидения:

- 32 – в области телевидения с эфирным вещанием;
- 11 – в области спутникового телевидения, в том числе 4 – и с эфирным вещанием;
- 31 программный комплекс, распространяемый только посредством кабельных сетей.

В области радиовещания:

- 55 – в области эфирного радиовещания;
- 1 – в области спутникового радиовещания, в том числе и с эфирным вещанием;
- 41 – в области проводного радиовещания.

В области программных комплексов:

- 73 – в области ретрансляции телеканалов посредством кабельного телевидения;
- 2 – в системе MMDS;
- 1 – в системе ретрансляции GSM.

Вместе с тем в январе 2016 года Координационный совет по телевидению и радио объявил конкурс на эксплуатацию первого Multiplex (A) емкостью в 15 слотов для программных комплексов телевидения стандартной четкости. Согласно последней информации Министерства информационных технологий и связи, он должен был запуститься 1 ноября 2016 года и обладать национальным покрытием для 15 телевизионных каналов. В настоящее время национальным покрытием обладают лишь пять телеканалов, из которых один является общественным, а остальные четыре принадлежат одному владельцу. Схожая ситуация отмечается и в области радиовещания, где из восьми радиостанций с национальным покрытием, одна является общественной, остальные – частными, две из которых принадлежат тому же медиахолдингу, в котором находятся и четыре телевизионных канала с национальным покрытием вместе с другими радиостанциями с региональным покрытием. Вот почему аудиовизуальный рынок Республики Молдова сталкивается с большой проблемой – концентрацией медийной собственности, что может вылиться в искажение публичного дискурса и исключение или неполное изложение определенных точек зрения.

Таким образом, аудиовизуальный рынок Республики Молдова состоит из: 36% – распространители программ, 35% – телеканалы и 29% – радиовещание.

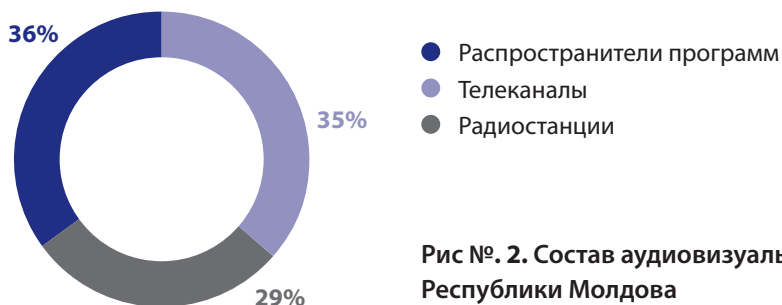


Рис №. 2. Состав аудиовизуального рынка Республики Молдова

В соответствии с положениями Кодекса телевидения и радио Республики Молдова № 260 от 27 июля 2006 года, Координационный совет по телевидению и радио (КСТР) является гарантом общественных интересов в области телевидения и радио и органом, ответственным за внедрение и соблюдение телерадиовещательными организациями и распространителями программ законодательства в области телевидения и радио. В качестве гаранта, Совет обязан обеспечить обществу ответственный аудиовизуальный рынок, который строго следовал бы принципам аудиовизуальной коммуникации, свободы выражения и плюрализма мнений. Вместе с тем Совет должен обеспечивать защиту человеческого достоинства и несовершеннолетних, информационного пространства, языкового и национально-культурного достояния.

Защита потребителей программ как миссия Координационного совета по телевидению и радио осуществляется путем общего мониторинга программных комплексов радио и телевидения и тематическими мониторингами по разделам: *обеспечение плюрализма мнений и социально-политического плюрализма; соблюдение нравственности и защита человеческого достоинства; защита несовершеннолетних; защита языкового и национально-культурного достояния; обеспечение равных прав и доступа к программным комплексам; мониторинг избирательных кампаний и др.*

## **Кодекс поведения телерадиовещателей**

Согласно положениям Кодекса телевидения и радио, одним из полномочий Совета является принятие Кодекса поведения телерадиовещателей в целях разработки концепции программных комплексов в соответствии с законодательными нормами и европейскими стандартами. Таким образом, 26 декабря 2007 года Решением № 127 КСТР принял Кодекс поведения телерадиовещателей. Положения документа обязывают телерадиовещателей излагать истину, сообщать лишь точно проверенные факты, обеспечивать беспристрастность, сбалансированность и поощрять свободное формирование мнений путем представления точек зрения всех участвующих сторон и по возможности основных взглядов оппозиции.

Чтобы показать как телерадиовещатели соблюдают или, наоборот, не соблюдают эти положения, сошлюсь на несколько пришедших в адрес регулирующего органа заявлений, предметом которых является как раз несоблюдение принципов аудиовизуальной коммуникации.



## Соблюдение нравственности и защита человеческого достоинства

В этом разделе Кодекс телевидения и радио устанавливает посредством ст. 41 ч. (1) п. d) обязанность Совета обеспечивать «защиту человеческого достоинства», которая регламентируется и общей формулировкой статьи 6 «*Гарантирование нравственности и обеспечение защиты несовершеннолетних*», которая запрещает вещание программ, содержащих любые формы призывов к розни. В то же время, Европейская конвенция о трансграничном телевидении, чьи нормы обязательны для телерадиовещателей, находящихся под юрисдикцией Республики Молдова, вменяет им четкие обязанности, которые относятся к «*уважению достоинства человека*». Кодекс поведения телерадиовещателей также устанавливает четкие нормы, которые следует соблюдать при изображении лиц, оказавшихся в уязвимом положении, или с негативным подтекстом, чтобы не допустить нарушения основных прав человека. Несмотря на эти обязательства регулирования и саморегулирования, Координационный совет по телевидению и радио постоянно получает уведомления о несоблюдении принципов аудиовизуальной коммуникации в программных комплексах некоторых телерадиовещателей. Это ведет к диффамации личности, несоблюдению тайны частной и семейной жизни, использованию оскорбительных выражений по отношению к другим лицам, нарушению презумпции невиновности и др.

Примером в этом случае может служить обращение от 25 июня 2015 года от г-на Георге Брега, в тот период депутата парламента Республики Молдова. Он уведомил КСТР, что 19 июня 2015 года в контексте местных выборов телеканал Jurnal TV транслировал передачу «Прямой разговор», в рамках которой «обсуждалась политическая ситуация в стране и местные выборы от 28 июня 2015 года». Заявитель утверждал, что ведущая передачи высказала позицию в отношении местных выборов и жестко раскритиковала кандидата ЛП на должность генерального примара мун. Кишинэу Д. Киртоакэ, что, по мнению заявителя, является нарушением положений закона в области телевидения и радио. Г-н Георге Брега просил КСТР расследовать этот случай и представить информацию о принятых мерах. После мониторинга указанного сюжета были установлены отклонения как от положений Кодекса телевидения и радио, так и от Кодекса поведения телерадиовещателей, в том числе: несоблюдение обязанности четко отделять факты от мнений, не искажать умышленно информацию, не предъявлять беспочвенных обвинений и строго соблюдать презумпцию невиновности.

Важно отметить, что подобные отклонения часто встречаются и в программных комплексах других телеканалов, особенно в период избирательной кампании.



## Защита несовершеннолетних от негативного воздействия информации

«Приоритет наилучшего обеспечения интересов ребенка», законодательно утвержденный Конвенцией о правах ребенка (принята Генеральной ассамблеей Организации Объединенных Наций 20 ноября 1989 г., участником которой является Республика Молдова), обязывает всех социальных субъектов уважать и создавать необходимые условия для соблюдения прав ребенка во всех ситуациях, областях, независимо от места или времени. Наилучшее обеспечение интересов ребенка в области средств массовой информации подразумевает ответственность трех субъектов: родителей, производителей медиауслуг и регулирующих органов. Для КСТР продвижение этого направления является постоянной заботой. В этом отношении было проведено несколько мониторингов, вследствие которых в целях защиты детей Совет постановлением № 196 от 23 декабря 2014 г. выступил с некоторыми обязательными рекомендациями для всех телерадиовещательных организаций, которые создают сюжеты с участием детей. Таким образом, при создании сюжетов такого рода телерадиовещатели обязаны проявлять большую ответственность. Рассказывая о драматических событиях, недостаточно лишь техническим способом закрывать изображения детей-жертв, в обязательном порядке должны приниматься меры по сохранению конфиденциальности как детей, так и их близких. В сообщениях о несчастных случаях и преступлениях необходимо учитывать нормы хорошего тона, отраженные в Деонтологическом кодексе журналиста. Эти рекомендации относятся в основном к выпускам новостей в прайм-тайм, в то время как телерадиовещатели которые хотят непременно поставить акцент на шокирующих материалах, должны транслировать этот тип новостей после 22.00.

Даже в этих условиях некоторые телерадиовещатели допускают нарушения в данном вопросе. Красноречивым примером является заявление от 26 июня 2015 г. г-на Петру Маковея, секретаря Совета прессы Республики Молдова, в котором он проинформировал КСТР о том, что Совет прессы обратил внимание «на трансляцию телеканалом Canal 3 в передаче *Unitatea de gardă* репортажей, содержащих детали преступлений, детали техники самоубийств и информацию, нарушающие права ребенка». «Совет прессы просит КСТР рассмотреть соответствие репортажей, транслированных телеканалом Canal 3 в передаче *Unitatea de gardă* 16 и 19 июня 2015 года, положениям законов, включая Кодекс телевидения и радио, Кодекс поведения телерадиовещателя, Закон о защите детей от негативного влияния информации, и наложить санкции, предусмотренные законодательством». Отчет по мониторингу журналистского материала установил отклонения от всех трех актов, упомянутых в заявлении. И, как следствие, КСТР

начал кампанию по мониторингу других телеканалов на предмет соблюдения прав детей в аудиовизуальных программах.

## Обеспечение плюрализма мнений и социально-политического плюрализма

К сожалению, надо признать, что в этом отношении некоторые средства массовой информации, умышленно или нет, злостно нарушают аудиовизуальное законодательство. Телерадиовещатели полностью игнорируют положения Кодекса поведения, Деонтологического кодекса и, не в последнюю очередь, Кодекса телевидения и радио, *который предусматривает, что сообщаемая информация должна быть достоверной и не искажаться посредством различных монтажных трюков*. Несмотря на это, если обратиться к репортажам телевизионных каналов Prime и Publika TV от 22 декабря 2015 года, отмеченных в заявлении Ассоциации по развитию культуры и защите авторских и смежных прав APOLO, то можно найти серьезные отклонения от принципов аудиовизуальной коммуникации. Отправной точкой является название сообщения «Макароны и галоши вместо зарплат и пенсий. Ион Стурза подвергся критике со стороны земляков из Пыржолтен». Согласно заявителю, репортаж «был тенденциозный и манипулирующий, так как искаженно информировал потребителей программ о позиции односельчан в отношении назначения кандидата на должность премьер-министра». Репортер уточняет, что односельчане (из с. Пыржолтень) г-на Стурзы, в то время кандидата на должность премьер-министра, сомневаются в его способности преодолеть кризис в стране, в случае, если он станет премьер-министром Республики Молдова. В действительности журналист манипулировал общественным мнением, так как интервьюируемые лица, которые критиковали Иона Стурзу, являлись жителями другого села, а именно Пэнэшешть Страшенского района. Случайно или нет, но данный репортаж не содержал другого мнения относительно личности г-на Стурзы.

Плюрализм мнений и социально-политический плюрализм отсутствуют и в программном комплексе некоторых телевизионных каналов, ретранслируемых на территории Республики Молдова. Еще одним доказательством служат три тематических мониторинга телевизионных каналов, которые ретранслируют аудиовизуальные медиапродукты из Российской Федерации (два реализованы в 2014 году, и один – в 2015 году). Речь идет о телевизионных каналах: Prime («Первый канал»), TV 7 (НТВ, до 31 января 2015 года), REN TV Moldova (РЕН ТВ), RTR Moldova (Россия РТР) и Rossia 24. Мониторинги касались соблюдения принципа социально-политической сбалансированности в рамках информационных про-

грамм «Время», «Сегодня», «Вести», «Новости 24» и «Вести (Rossia 24)», а также других передач информационно-аналитического характера. Даже если, как было указано выше, данные мониторинги датированы 2014 и 2015 годами, основные тенденции актуальны и сегодня. В феврале 2016 года вследствие фактов, выявленных одним из членов КСТР, был произведен мониторинг программного комплекса телеканала REN TV Moldova. Речь шла о сюжете в рамках передачи «Военная тайна», транслированном 30 января 2016 года и в повторе 1 февраля 2016 года. Данные мониторинга показали, что телевизионный канал REN TV Moldova допустил нарушения положений ст. 6 (*Гарантирование нравственности и обеспечение защиты несовершеннолетних*), ч. (1), ст. 7 (*Социально-политическое равновесие и плюрализм*), ч. (4) п. а), б), с), ст. 10 (*Права потребителя программ*), ч. (1), (2), (5) Кодекса телевидения и радио, и положений ст. 1, 2, 4, 7 и 9 Кодекса поведения телерадиовещателей, которые обязывают журналистов отражать истину, ясно отделять факты от мнений, не искажать умышленно информацию и соблюдать принцип презумпции невиновности. Как следствие, канал был наказан: Совет приостановил право обладателей лицензии на трансляцию рекламы на 72 часа.

Это лишь несколько примеров нарушений, которые, к сожалению, для некоторых средств массовой информации стали слишком частыми, особенно во время избирательной кампании. При просмотре некоторых новостей создается впечатление, что иные вещатели забыли, каково настоящее предназначение журналистики и превратились в механизмы, действующие против ценностей журналистики и общества. Все чаще в СМИ Республики Молдова тиражируются подделки, а в изложении сюжетов прибегают к манипуляции и дезинформации. Таким образом нарушается конституционное право граждан на «правдивое информирование». Если несколько лет тому назад мы искали решение для борьбы с внешней пропагандой, то сейчас мы его ищем в борьбе с пропагандой внутренней. Однозначно то, что все эта ситуация является результатом погони за сенсациями, влияния политики и концентрации аудиовизуального рынка под управлением заинтересованных субъектов.

Следовательно, очень важно оперативно находить разумные решения против манипуляции и дезинформации с целью недопущения роста и укоренения этих явлений в молдавском информационном пространстве.

**Татьяна Бундуки (Кишинэу, Республика Молдова)**

## **Элементы саморегулирования в ОНТ Компания «Телерадио-Молдова»**

Деятельность общественной компании «Телерадио-Молдова», на мой взгляд, чрезмерно регламентирована национальным законодательством. Это, вероятно, наследие ушедших времен, когда существовала всего одна радиовещательная организация – государственная, над которой требовалось установить полный контроль, как над органом тогдашней единственной правящей партии. Сегодня другие времена, но регулирование по-прежнему существует. По большей части оно оправдано: когда все покупается и продается, в том числе информация и радиовещательные организации, гражданин должен иметь право хотя бы на минимальное информирование через общественную телерадиокомпанию. И все же в условиях, достаточно жесткого регулирования деятельности общественной радиовещательной организации, по сравнению с частными, остается место и для саморегулирования. Возможно, регламенты и существуют именно по причине отсутствия саморегулирования. Международная практика очень убедительно доказывает истину: когда профессиональное сообщество не заботится о собственной деятельности и имидже, тогда вмешивается государство с разного рода регламентами и с четким описанием ответственности за действия редакции.

Известно, что любое правительство любой страны стремится к спокойной жизни и не желает волнений, которые в силу исполнения своей естественной и законной миссии создает пресса. Но одно дело, когда средства массовой информации разрабатывают для себя собственные правила поведения, делают их публичными и следуют им. И совсем другое, если СМИ ждут, когда правительство укажет им, что и как делать.

Почему важно, чтобы средства массовой информации располагали правилами, которые они выполняли бы, и с которыми было бы знакомо общество? Потому что, если правила будут работать на пользу обществу, то оно станет поддерживать средства массовой информации. И так будет продолжаться до тех пор, пока эти правила соблюдаются, даже если правительству это будет не по нраву. Только в этом случае правительство не сможет пойти против общества.

Также именно общество будет наказывать средства массовой информации каждый раз, когда они отступят от взятых на себя обязательств. А санкции общества могут быть очень серьезными, если отталкиваться от постулата, что средства массовой информации существуют и работают для общества. Думаю, несправедливо, когда средства массовой информации служат обществу, а нака-

зываются властью. Какой могут быть санкции со стороны власти? Скорее всего, штрафы. Для богатой медийной организации штраф как грипп – проходит быстро. Санкции же со стороны общества могут быть смертельными: никто не будет покупать твою газету, никто не будет слушать или смотреть твои программы, потому что не обязан. Подобная ситуация может иметь два последствия, и оба они негативные: исчезает мотивация существования СМИ, и они банкротятся, или, что еще хуже, медиаорганизация может оказаться в руках кого-то (партии, олигарха), кто использует ее в неблагоприятных целях – либо идеологических, либо экономических.

Действительность, и не только молдавская, предоставляет нам множество сценариев, но не надо забывать, что свободные СМИ могут быть хорошими или плохими, несвободные СМИ могут быть лишь плохими.

Деятельность компании «Телерадио-Молдова» с 1990-х годов и до сих пор была бурной, впрочем, как и деятельность местных средств массовой информации в целом. Но, так как влияние телевидения на граждан было и остается значительным, то и внимание общества сконцентрировано в основном на ТВ.

В новую эпоху средств массовой информации «Телерадио-Молдова» шагнула без собственных правил игры. Это произошло, возможно, по причине того, что именно послушание времен Государственного Комитета по телевидению и радиовещанию Совета министров МССР сохранилось по инерции и после того, как исчезла МССР. Так или иначе, хотя до 2007 года «Телерадио-Молдова» сменила несколько раз свой статус, организация не разработала правила саморегулирования. Этот факт вызывает сожаление, так как в остальных средствах массовой информации страны произошли определенные изменения, в том числе и в области саморегулирования. Но перемены никак не коснулись «Телерадио-Молдова». Думаю, это произошло во многом потому, что Общественная компания считала себя особенной и отдельной от остальных средств массовой информации. Кажется, такое самовосприятие не преодолено до сих пор.

Напомню, что в 2006 году был принят новый закон регламентирующий область телевидения и радиовещания – Кодекс телевидения и радио. В данном Кодексе можно найти много профессиональных норм, которые в других странах существуют только в документах саморегулирования. Таким образом, будучи прописанными в законе, они попадают в сферу права, а не саморегулирования. Хотя Молдова не является единственным случаем в этом смысле, сам по себе данный факт достоин сожаления и упреков: свобода средств массовой информации имеет больше шансов выжить в условиях саморегулирования, чем регламентации.

Как известно, саморегулирование означает адекватный процесс профессионализации, который включает следующие основные характеристики:

- 1) единый набор знаний о роли и смысле профессии и профессионалов;

- 2) систему институтов по формированию профессионалов;
- 3) кодексы этики на уровне профессиональных гильдий, на уровне вида средств массовой информации, на уровне медийных организаций;
- 4) орган надзора за соблюдением профессиональной деонтологии;
- 5) профессиональные ассоциации, созданные на национальном, отраслевом уровнях и т.д.

В данной статье меня интересует существование / отсутствие принятых профессиональных норм и особенно их соблюдение, которое является показателем зрелости профессии.

Появление этических и деонтологических кодексов в журналистике везде в мире было реакцией на попытки чрезмерной регламентации деятельности средств массовой информации со стороны органов власти посредством законов. Напомню, что один из первых деонтологических кодексов журналистики был создан в 1923 году в США под названием «Каноны журналистики». Он был разработан ассоциацией редакторов газет и признавал высшими ценностями для журналистов свободу слова и право человека на правдивую информацию. Соответствующие ценности находятся практически во всех документах саморегулирования журналистики. Например, один из самых известных документов – Декларация принципов поведения журналистов, принятая в Бордо (Франция) в 1954 году Международной федерацией журналистов и измененная в 1986 году на XVIII-м съезде Федерации в Хельсинки (Финляндия), устанавливает первой обязанностью журналиста уважение к истине и право общества знать эту истину. Иначе говоря, этика журналиста имеет в своей основе определенные ценностные принципы, а профессиональное сообщество той или иной страны собственными кодексами может конкретизировать их в большей или меньшей степени. Для журналистов европейских стран путеводителем в разработке профессиональных норм может служить Резолюция 1003 (1993) Парламентской Ассамблеи Совета Европы о журналистской этике. Резолюция среди прочего конкретизирует: «работа СМИ – один из видов «посредничества», предоставляющий информационные услуги, и права, которыми они обладают в связи со свободой информации, зависят от их получателей, то есть от граждан... Субъектом этого права является гражданин, который в этой связи имеет также право требовать, чтобы информация, предоставляемая журналистами, была достоверной в том, что касается новостей, и честной в том, что касается мнений, без постороннего вмешательства как со стороны властей, так и частного сектора... Власти не должны считать себя собственниками информации... Ни издатели и владельцы, ни журналисты не должны считать себя собственниками новостей».

В условиях Республики Молдова развитие телевидения и радио стимулировало и деятельность по разработке отдельных новых профессиональных норм для сотрудников отрасли. Разработка норм следовала по двум направлениям: нормы для радиовещательных организаций в целом и нормы для общественных радиовещательных организаций в частности. Процесс организации общественной службы радио и телевидения включил в себя создание двух документов саморегулирования: «Кодекса принципов, стандартов и рекомендаций продюсера Общественной компании «Телерадио-Молдова» и «Профессиональных стандартов и принципов журналистской этики в передачах ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» (оба доступные на официальном сайте организации [www.trm.md](http://www.trm.md)).

Первый документ, хотя и был разработан до принятия в 2006 году Кодекса телевидения и радио, был принят постановлением Совета наблюдателей (№ 1/35(3) только 7 ноября 2007 года. Он объемён (77 страниц), основателен и основан, в том числе на соответствующих документах британской корпорации BBC, признанной в мире за достигнутые успехи в деле саморегулирования в журналистике. Кодекс включает в себя 33 раздела и конкретизирует поведение сотрудников компании в разных ситуациях: от сбора информации и отражения событий в информационных программах до отношений со властью, политиками и поставщиками рекламы в соответствии с всемирно признанными профессиональными стандартами. Этическим нормам и несовместимостью с ними посвящен 29-й раздел, а следующий относится к отношениям компании с обществом, в том числе п.3 – «Жалобы и петиции», уточняет: «Любая жалоба или петиция, которая относится к передачам «Телерадио-Молдова», должна быть немедленно передана при необходимости Комиссии по этике или Юридической службе». По мнению составителей, знание положений Кодекса «облегчит процесс создания по-настоящему общественной телерадиовещательной службы».

Кодекс обозначает рамки, размеры и риски существования и деятельности ОНТ Компания «Телерадио-Молдова», ставя перед всеми сотрудниками новые задачи, обязанности, требования, не затрагивая принцип свободы выражения мнения.

Раздел 29 Кодекса, названный «Этические нормы и несовместимости», включает в п. 29.1. «Деонтологические принципы», который, среди прочего, предусматривает: «Каждый журналист ТРМ, достойный этого имени, считает своим долгом соблюдение этих принципов. Остальные деонтологические моменты в деятельности радио-тележурналистов ТРМ конкретизированы в Уставе радио-тележурналиста ТРМ и в Положении Комиссии по этике Компании». Уточним, что хотя документ был принят Наблюдательным советом еще в 2007 году, до настоящего момента не существует ни комиссии по этике, ни положения о ней. Возможно, они и не нужны, так как в рамках общественной организации по радиовещанию была создана служба омбудсмена.



В любом случае текст документа требует редактирования и обновления. Как пример могу привести тот же раздел 29 в котором предусмотрено, что «радио-тележурналисты Общественного радиотелевидения ответственны не только за то, что и как они освещают, но и за то, какой резонанс могут иметь эти программы, материалы в обществе после вещания, помня, что задача социального единства и вовлечения всех членов общества остается для них первостепенной». По моему мнению, социальное единство и вовлечение всех членов общества является первостепенной задачей не журналистов, а правительства. Журналисты могут и должны содействовать достижению этой цели, но не принимать на себя основную ответственность за данную задачу.

Вдобавок, последний раздел – «Заключительные положения» – предусматривает: «Учитывая, что в настоящее время технологии в области радио и телевидения меняются, также в процессе изменения находятся и некоторые редакционные аспекты общественного телерадиовещания, этот Кодекс остается открытым для дополнения, изменения и усовершенствования, которые послужат на пользу ОНТ Компания «Телерадио-Молдова». Одним из источников «подпитки» этого кодекса новыми положениями, нормами, требованиями и рекомендациями остается опыт журналистов и менеджеров компании «Телерадио-Молдова». И в данном случае необходимо отметить, что хотя положение является разумным, в реальности не было предпринято никаких действий по дополнению, изменению и усовершенствованию соответствующего документа.

Второй документ саморегулирования деятельности сотрудников общественной службы – «Профессиональные стандарты и принципы журналистской этики в передачах ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» – хотя и разработан позднее, был принят Советом наблюдателей тем же решением № 1/35 (2) от 7 ноября 2007 года. Документ более компактен (22 пункта) и в целом отвечает своему названию. Например, первый пункт «Профессиональные стандарты» ставит акцент на точности, беспристрастности, достоверности, ответственности, независимости, соблюдении закона и т. д. А п. 19.1, называющийся «Этические критерии рекламы», постановляет:

«Передачи ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» будут содержать рекламные материалы, которые соответствуют этическим принципам и нормам:

- Сообщения в рекламе должны быть правдивыми. Вводящие в заблуждение рекламные материалы являются незаконными и неэтичными.
- Объявленные цены должны быть правдивыми и не вводить в заблуждение потребителя.
- Рекламные материалы не должны сравнивать два разных продукта.
- Не могут транслироваться рекламные материалы, которые могут ввести в заблуждение потребителя относительно продукта или услуги.



- Рекламные ролики не должны быть направлены против здравого смысла, религиозных и других чувств, слушателей и телезрителей.
- Рекламные ролики для детей требуют особого внимания; они не должны содержать элементов, которые угрожали бы их здоровью, безопасности или воспитанию. Те же критерии применяются и для рекламных роликов с участием детей.

Трансляция рекламных роликов, которые противоречат указанным критериям, должна быть отклонена администрацией.

ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» приложит максимальные усилия для поддержки гуманитарных проектов и организаций».

Зато п.21.5 – «Подарки, льготы и прочие специальные знаки благодарности» – не проливает свет на проблему, так как, среди прочего, предусматривает: «Сотрудники должны отказываться от подарков стоимостью более \_\_\_\_\_. Если такой подарок не может быть отклонен по протокольным или схожим соображениям, подарок должен быть передан во владение ОНТ Компания «Телерадио-Молдова». Также как и последний пункт – «Заключительные положения»: «Профессиональные стандарты и принципы журналистской этики в передачах ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» будут применены после \_\_\_\_\_». Таким образом, констатируем что хотя эти важные документы и были приняты Наблюдательным советом, но до сегодняшнего дня они остаются неполными.

Отдельно отметим п.16, называющийся «Омбудсмен / Опекун профессиональных стандартов и журналистской этики», который содержит очень полезную идею для обеспечения эффективности механизма саморегулирования в журналистике.

Инициатива установления службы омбудсмена в рамках общественной радиовещательной организации пришла со стороны гражданского общества еще в июле 2011 года, когда была организована двухдневная национальная конференция с участием омбудсменов общественных служб радио и ТВ из Румынии и Эстонии. Тогдашняя администрация компании проявила интерес к инициативе. Менее восприимчив был Наблюдательный совет. Этим объясняется то, что он только в начале 2016 года (11 февраля) утвердил измененное Положение о функционировании службы омбудсмена, то есть через два года после создания соответствующей службы (1 апреля 2014 года). Уточним, что Наблюдательный совет в обновленном составе проявил открытость и пригласил инициаторов службы на слушания первого отчета о деятельности омбудсмена, за 2014–2015 годы. Это содействовало лучшему пониманию роли и смысла омбудсмена. До тех пор существовали определенные противоречия: омбудсмену приписывали и несвойственные ему функции, такие как посредничество при решении трудовых споров. Присутствие на слушаниях представителей гражданского общества, в том

числе председателя Совета по печати, расставило точки над «і» и впоследствии облегчило редактирование адекватного Положения о функционировании службы омбудсмана. Положение содержит 5 разделов, первый – «Общие положения» – предусматривает, среди прочего: «Служба омбудсмана является независимым посредником между обществом и компанией по проблемам, касающимся миссии национальной общественной радиовещательной организации и представлении сотрудников в том, что касается профессиональной деонтологии». Согласно документу, служба омбудсмана в своей деятельности «соблюдает следующие основные принципы:

- а) независимость;
- б) профессиональную честность;
- в) беспристрастность и равноудаленность;
- г) доступность;
- д) прозрачность».

Положение предусматривает точные полномочия службы омбудсмана и механизмы исполнения этих полномочий. В «Заключительных положениях» оно предусматривает, что «Настоящее положение может быть подвергнуто пересмотру службой омбудсмана по согласованию с администрацией компании в зависимости от приобретенного опыта и передовой европейской практики».

Определенные элементы, которые стимулировали бы механизмы саморегулирования, можно найти и в Уставе ОНТ Компания «Телерадио-Молдова», в утвержденном Наблюдательным советом постановлении № 87 от 30 августа 2013 года и зарегистрированном в Государственной регистрационной палате 23 сентября 2013 года. Таким образом, в ст.2 – «Миссия» – уточняется: «Компания служит исключительно общественному интересу и имеет миссию:

- в) информировать общество беспристрастно, равноудалено, с позиции плюрализма;*
- г) продвигать гражданскую журналистику».*

А среди «Принципов» находятся следующие:

- «е) полный, беспристрастный и равноудаленный подход к событиям, представляющим общественный интерес;*
- г) плюрализм мнений и социально-политическое равновесие;*
- д) тематическое, географическое, культурное, лингвистическое и конфессиональное разнообразие».*

Среди ценностей, которые разделяет компания, находятся:

- е) профессиональная требовательность и этика;*
- г) безупречное поведение, вежливость и терпимость в отношениях с обществом;*
- ж) прозрачность и общественный контроль».*

Ст. VIII – «Управление человеческими ресурсами», п.12 – предусматривает:

*«Сотрудники компании будут действовать в соответствии с нормами профессиональной этики, проявляя верность и лояльность по отношению к организации».*

Учитывая вышеизложенное, можем заключить, что в ОНТ Компания «Телерадио-Молдова» был создан определенный механизм саморегулирования, включающий в себя два внутренних нормативных акта с правилами профессионального поведения журналистов и служба омбудсмана, которая следит за их соблюдением. Но, как известно, механизм сам по себе не функционирует. Он должен быть «включен». Необходимы действия, которые улучшили бы механизм саморегулирования и которые принесли бы выгоду общественной службе. В первую очередь следует отредактировать, дополнить и обновить документы, о которых шла речь. Мы могли бы перенять практику других государств, например, Финляндии. В этой стране, которая много лет подряд возглавляет список мирового Индекса свободы прессы, деонтологический кодекс пересматривается ежегодно для адаптации к эволюции общества.

Несомненно, была бы благоприятным более тесное сотрудничество между службой омбудсмана «Телерадио-Молдова», омбудсменом Ассоциации независимой прессы и Советом прессы, который обладает семилетним опытом работы. Подобные действия, думаю, подняли бы уровень саморегулирования в Общественной компании «Телерадио-Молдова» в частности и в средствах массовой информации Молдовы, в целом.

## **IV. СМИ и журналистская этика в освещении конфликтов**



**Иосиф Дзялошинский (Москва, Российская Федерация)**

## **Медийные стратегии вражды: языковые и образные средства**

Для России как трансформирующегося общества характерен значительный конфликтный потенциал. И хотя специалистам понятно, что в основе этих конфликтов лежат демографические, экономические, экологические, технологические, политические, а также социокультурные факторы, которые отражают различия в менталитете, культуре, религии, образовании, этике разных народов и цивилизаций, многие обвиняют российскую прессу в том, что эпидемия нетерпимости обрушилась на общество именно по вине журналистов. Иногда обвиняют всю прессу в целом, иногда – только негосударственную прессу.

Эти обвинения опираются на достаточно надежные эмпирические данные, которые свидетельствуют о том, что средства массовой информации России с большим энтузиазмом живописуют насилие и жестокость, и отнюдь не способствуют толерантности и мультикультурализму [Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. М.: Academia, 2007; Толерантность как фактор противодействия ксенофобии: управление рисками ксенофобии в обществе риска. М.: Наука, 2011].

### **Кто – «свой», кто – «чужой»?**

Оппозиция «свой – чужой» является одной из центральных тем современного гуманитарного дискурса. Б. Ф. Поршнев писал о том, что обособление «мы» и «они» в первую очередь лежит в основе культурных и языковых различий, поскольку группы, стараясь отличаться друг от друга, взаимно отталкиваются и стремятся к взаимонепониманию. Существуют по меньшей мере пять исследовательских подходов к феномену «свои – чужие» [Шипилов А. В. Свои, чужие и другие. М.: Прогресс-Традиция, 2008]. Не вдаваясь в анализ этих подходов, укажем, что продуктивность оппозиции «свой – чужой» объясняется гибкостью, удобством и простотой в плане манипулирования сознанием [Баженова Е. А., Лапчева С. А. Оппозиция свой – чужой в политическом дискурсе // Современная политическая лингвистика. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. С. 16-18]. При этом объектом оценки в политическом дискурсе чаще всего становятся группы (люди, социумы, явления, вещи и др.), которые воспринимаются как «свои» или «чужие», а также события и факты, которые находятся в той

или иной связи с названными группами. Особенно часто объектом негативной оценки становятся политические оппоненты [Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта-Наука, 2006].

Выполненные под руководством автора этой статьи исследования показали, что в модели действительности, конструируемой российскими СМИ, существует значительное количество образов «чужих», которые, в свою очередь, распадаются на несколько подгрупп разной степени опасности. В частности, в качестве «чужих» в российских СМИ маркируются следующие социальные группы: 1) представители власти; 2) представители различных народов и этносов; 3) «богатые» и «олигархи»; 4) мигранты и приезжие; 5) представители неправославных конфессий; 6) представители некоторых социальных групп (бомжи, алкоголики, ВИЧ-инфицированные, геи, лесбиянки и т.п.); 7) молодежь и подростки; 8) таковой универсальный «чужой», как Запад.

### Что делать с «чужим»?

История человечества выработала несколько форм отношения к «чужому». Их можно сгруппировать следующим образом. В первую группу можно включить позитивные модели организации взаимоотношений с «чужими»: мультикультурализм, транскультурализм, интеркультурализм. Во вторую группу форм взаимоотношений с «чужими» целесообразно включить нейтральные модели, такие как бездействие, которое означает пустить всё на самотек, в надежде, что всё само собой как-нибудь образуется. (Очевидно, что само собой ничего не образуется и эта форма организации взаимоотношений довольно быстро заменяется на одну из двух других.) В третью группу форм взаимоотношений с «чужими» входят враждебные модели: изоляционизм, апартеид, ассимиляторство, насилие.

При этом одной из самых активно используемых форм насилия является информационная агрессия, или медиаагрессия. Информационные агрессии разного типа становятся важной частью коммуникации между государствами, бизнес-корпорациями, различными экономическими и политическими акторами. Более того, есть три основных сферы, в которых информационная агрессия рассматривается как допустимый и весьма эффективный способ достижения целей: межгосударственные отношения, политическая сфера и бизнес.

Существуют различные стратегии медиаагрессии [Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. Екатеринбург : УрГУ, 1997; Речевая агрессия в современной культуре // Сб. научных трудов / Под общей ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2005], анализ которых позволяет утверждать, что любая стратегия состоит из двух обязательных

элементов: основных целей, на достижение которых направлена деятельность субъекта, и эффективных, по какому-то критерию, способов (технологий) достижения этих целей.

## Речевые ресурсы медиаагрессии

Говоря о медиаагрессии, прежде всего обращают внимание на речевые средства [Агрессия в языке и речи. Сборник научных статей под ред. И.А. Шаронова. М., 2004; Речевая агрессия и гуманизация общения в средствах массовой информации. Екатеринбург : УрГУ, 1997; Речевая агрессия в современной культуре // Сб. научных трудов / Под общей ред. М. В. Загидуллиной. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2005]. В современной лингвистике словосочетания речевая (словесная, языковая, вербальная, коммуникативная) агрессия, язык вражды, словесный экстремизм, дискурс ненависти стали почти терминологическими. Мы рассматриваем речевую агрессию как целенаправленное, мотивированное, преимущественно контролируемое (через сознательный выбор речевых стратегий и тактик, а также отбор речевых и языковых средств) речевое поведение. Речевая агрессия может проявляться в рамках любого типа общения (межличностного, группового, массового) и любого дискурса, независимо от его временных и национальных факторов. В основе агрессивного общения независимо от типа коммуникации лежит установка адресанта на антидиалог. Данный тип речевого поведения характеризуется двойной интенцией: выражение негативного отношения к кому-либо (аффективный вектор речевой агрессии); ориентация на субъектно-объектный тип общения с адресатом, которая проявляется в деструктивном речевом поведении (прагматический вектор).

Вот лишь некоторые из речевых ресурсов медиаагрессии.

### Выбор/конструирование слов и выражений

Наиболее распространенным и лучше всего освоенным языковым инструментом, который используется для целей речевого воздействия, конечно, является выбор слов и эквивалентных им сочетаний, в частности, фразеологизмов. В силу разнообразия лексической семантики выбор слов оказывается универсальным инструментом, с помощью которого осуществляются самые разные виды воздействия.

С помощью выбора слов осуществляется воздействие и на образ действительности. Чаще всего приходится встречаться с эвфемизмами – словами, представляющими действительность в более благоприятном свете, чем она могла бы быть представлена. Языковые механизмы, стоящие за эвфемизмами, различны.



Например, называя гражданскую войну событиями, говорящий использует излишне абстрактное описание ситуации, при котором многое (реально самое важное) оказывается невысказанным, однако и называя ее крупномасштабными столкновениями вооруженных группировок в борьбе за власть, он тоже манипулирует образом действительности, ибо такое описание (словарное определение гражданской войны) разрушает единый образ ситуации. Называя нечто трагедией, а не преступлением, говорящий тем самым делает неуместным разговор об ответственности, ибо у преступления виновник есть, а у трагедии его нет.

Еще одним резервом речевого воздействия посредством лексического выбора является создание (иногда заимствование) новых слов и выражений. Дополнительной возможностью, имеющейся в русском языке, является изобилие эмоционально окрашенных суффиксов.

### **Выбор синтаксических конструкций**

Достаточно широкий выбор средств речевого воздействия предоставляется синтаксисом. Выбор синтаксической конструкции способен, в частности, менять точку зрения, включать или не включать в фокус внимания тех или иных участников ситуации и тем самым достигать того же эвфемистического эффекта – или, напротив, избегать его.

Общая формула этих приемов выглядит так: конкретный субъект действия или источник информации не называется – создается представление об объективном характере действия или информации. Активно используется такой прием, как манипуляция главными и вторичными предикациями. Суть приема заключается в том, что предикативное ядро предложения не является главным по значимости или по смыслу. И наоборот, главный по значимости элемент информации выражается средствами вторичной предификации: причастиями, деэпричастиями, существительными действия и т.д. Таким образом, прием имеет две модификации: он позволяет либо прятать нежелательную предикацию, либо выдвигать менее значимую, но желательную, на первый план.

### **Управление скрытыми смыслами**

В статье Ю.К. Пироговой «Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования (на материале рекламных и PR-сообщений)» показано, что ряд эффе́ктивных механизмов коммуникативного воздействия основан на использовании информации, которая представлена в сообщении в скрытом виде. Речь идет о таком способе передачи информации, при котором она в явном виде не выражается, но с необходимостью извлекается адресатом при интерпретации сообщения. Адресат может использовать при этом свои знания о мире и социальные стереотипы, представления о традициях речевого этикета или о речевых стратегиях и намерениях адресанта, сведения о

свойствах используемого языка или иных семиотических систем. Имплицированная информация является неотъемлемой частью любого сообщения.

### Выбор макроструктур

Макроструктуры (относительно новый, но быстро ставший общеупотребительным термин нидерландского лингвиста Т.А. Ван Дейка) – это такие средства организации языковых текстов, которые выходят за пределы предложения. Например, распространенными приемами в политических текстах являются диалогизация и использование вопросно-ответных структур; декларации намерений почти неизбежно оформляются в виде списков и так далее [Паршин П. Речевое воздействие].

### Неречевые ресурсы медиаагрессии

По нашему мнению, в состав неречевых ресурсов медиавоздействия входят следующие знаковые системы.

1. Телесные знаковые системы описаны во множестве работ [Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов. СПб., 1997; Бороздина Г. В. Психология делового общения. М.: ИНФРА, 2000; Браун Л. Имидж – путь к успеху. СПб.: Питер, 2000; Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. М.: Дело, 1991; Григорьева Т. Д. Основы конструктивного общения. Новосибирск; М., 1997; Дебольский М. Психология делового общения. М., 1991; Иванова Е. Н. Эффективное общение и конфликты. СПб., Рига, 1997; Крейдлин Г. Е., Кронгауз М. А. Семиотика, или азбука общения. М., 1997; Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие для бизнесменов. М., 1997; Лабунская В. А. Невербальное поведение. Ростов н/Д., 1986; Панкратов В. Н. Психотехнология управления собой. М.: Сфера, 1998; Пиз А. Язык телодвижений. Нижний Новгород, 1992; Фаст Д. Язык тела. М., 1997; Хилл Н. Думай и богатей. М., 1995; Холл Э. Как понять иностранца без слов. М., 1997; Швальбе Б. Личность, карьера, успех. М.: Прогресс, 1993 и др.]. В их состав входят: габитус (общие пропорции тела), осанка, динамика движения, походка; язык головы (лоб, лицо, нос, подбородок, шея, плечи); язык взгляда; язык рук и пальцев; язык жестов; язык прикосновений; язык действий и поступков.

2. Иконические знаки (идеограммы), в которых означающее внешне похоже на означаемое (дорожные знаки, указатели, чертежи). Значение идеограммы – это в чистом виде идея, понятие или даже набор понятий, связанных ассоциативно с изображаемым предметом. Так, например, изображение глаза с капающими из него слезами обозначает горе в письменности майя. Знак, изображающий ногу,

может означать и саму ногу, и действие «стоять», и действие «ходить». Возможности передачи информации с помощью идеографии ограничены.

3. Среда, в которой происходит коммуникация, начиная от геометрии и семиотики пространства и температурного режима и заканчивая цветом и запахом, также является мощным средством воздействия. В свою очередь, в предметной среде можно выделить такие знаковые системы, как пространственные отношения, еда, угощения и напитки, одежда, украшения и аксессуары и т.п.

4. Символы как ресурс коммуникативного воздействия. Понятием «символ» обычно обозначают семиотические знаки, обладающие особыми, дополнительными смыслами, невоспроизводимыми никакими рациональными средствами. Другими словами, символ – это такой знак, который, обозначая какие-то предметы, явления или процессы, одновременно указывает на связь означаемого предмета или явления с высшими ценностями или высшими силами [Дзялошинский И. М. Коммуникационные процессы в обществе: институты и субъекты. М.: НИУ ВШЭ, 2012].

5. Существуют такие коммуникационные ресурсы, которые сложно отнести к перечисленным выше группам. Например, человеческие поступки. Понятием «поступок» обозначается сознательное действие, реализованный акт свободной личности по отношению к другому человеку. А это означает, что в любом поступке человек не только утверждает себя как личность, но и выражает свое отношение к другому человеку, группе или обществу. Как правило, любой поступок содержит в себе вербальные и невербальные компоненты и представляет собой сложную знаковую систему. Поэтому попытки некоторых исследователей отнести поступки к невербальным ресурсам представляются не совсем корректными.

В реальной практике все эти ресурсы, как правило, используются в разных комбинациях. Так, например, привлечение телезрителя к процессу противостояния «своих» и «чужих» происходит при помощи специальных инструментов, среди которых условно можно выделить визуальные образы, монтаж и слово.

## Технологии медиаагрессии

Понятием «технологии» предлагается обозначать совокупность способов (методов) деятельности, прошедших практическую и научную проверку, доведенных до совершенства и представленных в виде такого алгоритма, который может быть многократно использован для решения сходных задач, достижения заданных результатов.

Для группировки различных технологий в некие комплексы можно использовать несколько критериев. Например, критерий психологической опасности.

Этим понятием обозначается степень угрозы для психического здоровья человека. Само содержание понятия «безопасность» означает отсутствие опасностей или наличие возможностей надежной защиты от них. Опасность же рассматривается как наличие и действие различных сил (факторов), которые являются дисфункциональными, дестабилизирующими и/или деструктивными по отношению к какой-либо системе. Причем дисфункциональными, дестабилизирующими или деструктивными факторами являются такие силы, которые нарушают нормальное функционирование системы, вплоть до вывода ее из строя и полного уничтожения [Грачев Г. В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998].

С этой точки зрения, можно выделить следующие технологии коммуникативного воздействия. Безопасные технологии: информирование; убеждение; диалог. Относительно безопасные технологии: управление коммуникативной ситуацией; использование провокативных высказываний и действий; использование подставных фигур и другие формы мимикрии; технологии социальной ответственности. Опасные технологии: технологии дезинформации; псевдологические технологии; психологическое манипулирование; технологии психологического насилия. Высокоопасные технологии коммуникативного воздействия: технологии социальной индукции; суггестивные технологии (внушение); нейролингвистическое программирование.

## Заключение

Анализ существующих практик коммуникативного воздействия на сознание и поведение людей, показал, что в информационно-психологической войне главным объектом агрессии является общественное, групповое и индивидуальное сознание, а информация выступает лишь носителем определенных сигналов, которые должны вызвать существенные изменения в сознании и поведении людей. Информационные технологии, применяемые в психологических операциях, воздействуют на когнитивные структуры человека. В результате у него образуется новая модель (картина) мира, как правило, выгодная для манипулятора. В качестве информационного оружия в этом аспекте возможно введение следующих типов информации: «введение новой, неизвестной объекту воздействия информации; введение искаженной информации; введение новых правил обработки информации (с помощью порождения сомнения в верности старых правил)» [Кулаковская В. Информационные войны – это реалии. И бизнес должен знать об этом].

Усложнение и высокая динамика социальных процессов, умножение и повышение плотности информационных потоков, появление принципиально новых средств воздействия делают многих людей марионетками в руках искусных манипуляторов. Современная наука уделяет этой проблематике большое внимание. При этом отчетливо выделяются две основные позиции. Сторонники одной – и их подавляющее большинство – увлеченно занимаются выполнением заказов на разработку все более эффективных технологий воздействия на людей. Представители другой позиции, видимо, ощущающие себя некими высшими существами, препарировать «объекты воздействия», с отстраненным любопытством анализируя процессы, факторы и результаты коммуникативного воздействия.

И есть очень небольшая группа исследователей, которые стремятся разработать модели, схемы, технологии, использование которых поможет защитить личность от скрытого воздействия, делающего человека средством, инструментом чьих-то амбиций и желаний; поможет сохранить в условиях тотального воздействия на умы и поступки свое право на самостоятельность мысли, право на индивидуальность, право на выбор.

Конечно, никто, кроме самой личности, не сможет защитить ее от нежелательного воздействия. Безусловно, прав Иммануил Кант, когда-то сказавший: «Имей мужество пользоваться собственным умом». Однако очевидно, что хотя ресурсы самозащиты личности велики, но не безграничны. Поэтому назрела необходимость создания системы общественного противодействия информационным агрессиям. И любые инициативы здесь будут востребованы.

**Сергей Штурхецкий (Острог, Украина)**

## **Проблемы соблюдения журналистских стандартов во время освещения событий в зоне боевых действий**

Основой устойчивого демократического развития общества являются свободные и беспристрастные СМИ, которые предоставляют достоверную информацию и способствуют распространению общественной дискуссии, формированию общественного мнения, наработке общественной повестки дня. Отсутствие свободных СМИ, как и деформации в их функционировании, приводят к болезненным последствиям для общества. Так, настоящим вызовом для украинского общества стала необходимость противостоять гибридной информационной войне, сохраняя демократические стандарты свободы слова и плюрализма. В свою очередь, украинские медиа и журналисты, которые еще не укрепились окончательно в соблюдении профессиональных принципов, столкнулись со сложным выбором между демонстрацией своих патриотических убеждений и неуклонным соблюдением журналистских стандартов, которое могло бы привести даже к человеческим потерям в условиях ведения боевых действий. Очевидно, существует определенная модель соблюдения журналистских стандартов в особых условиях и в обычных обстоятельствах. Боевые действия и опасность, которой могут быть подвергнуты военнослужащие или мирные жители через обнародование в медиа мест их расположения, особенностей быта, обеспечения и т. п., диктуют определенные ограничения в отношении таких требований как оперативность, точность и т. д. Ситуация в украинских реалиях осложняется еще и тем, что не только медиа, но и представители государственных органов и военных ведомств не были готовы к таким экстремальным событиям. В условиях, когда полный запрет уже не мог действовать, а полная свобода действий могла бы привести к трагическим последствиям, и начался в Украине в начале 2014 года спонтанный поиск модели взаимодействия медиа и власти в рамках заданных профессиональными журналистскими стандартами.

### **Скандалы в украинском «медиадоме»**

Проблеме соблюдения журналистских стандартов и профессиональной этики посвящали свои исследования такие украинские специалисты, как Валерий Иванов, Татьяна Кузнецова, Елена Кутовенко, Владимир Резун и другие. И в течение последних трех лет (2014–2016), во время освещения боевых действий, эта

проблема стала предметом не только узкопрофессиональных исследований, но и острых общественно-политических дискуссий. Имели право медиа в прямом эфире информировать о состоянии воинских частей в Иловайске? Могли критиковать чиновников Минобороны за неуклюжую (в условиях военного времени – преступную) политику поставок вооружения? 2016 год ознаменовался по меньшей мере четырьмя громкими дискуссиями этого плана – привязка Иловайской трагедии к расследованию об офшорах высших должностных лиц государства, обнаружение сайтом «Миротворец» базы данных журналистов, которые получили «аккредитацию» на территории, неконтролируемой Украиной; публикация видеорепортажа корреспондентом «Новой газеты» о гибели украинских военнослужащих. Стоит отметить, что консенсус в обществе по этим вопросам до конца не найден, а реакция внутренней политической элиты и международных организаций нередко противоположны.

## Стандарты для мирного времени

Рассмотрим основные журналистские стандарты, которых следует придерживаться в, так сказать, мирное время. Итак, основными стандартами, которыми руководствуется журналист в своей профессиональной деятельности, являются: баланс мнений и точек зрения, оперативность, достоверность (ссылки на источники), отделение фактов от комментариев, точность, полнота представления фактов и информации по проблеме.

Важной составляющей этической профессиональной деятельности журналиста является также доступность материалов для понимания его аудиторией и недискриминационный аспект.

Основными нормативными источниками, где отражены данные стандарты, являются Кодекс этики украинского журналиста, Декларация принципов поведения журналистов Международной федерации журналистов и другие международные стандарты и принципы журналистской этики.

Рассмотрим подробнее каждый из указанных стандартов. Во-первых, это – баланс мнений и точек зрения. Согласно п. 10 Кодекса этики украинского журналиста, точки зрения оппонентов, в том числе тех, кто стал объектом журналистской критики, должны быть представлены сбалансированно. Также должны быть представлены оценки независимых экспертов. То есть, если журналистское сообщение говорит о конфликте, то должны быть представлены две стороны конфликта. Еще лучше – когда кроме сторон конфликта (которые, конечно, ангажированные) слово предоставляется и независимым экспертам. Для интернет-изданий допускается оперативное сообщение новости с представлением одной точки зрения, если через некоторое время (по разной методологии мони-



торинга, в частности, одной из них – 12 часов после первой новости) появится вторая новость с позицией другой стороны. При этом в бэкграунде (часть текста, которая рассказывает о разворачивании событий, их исторических предпосылках) этой новости должны содержаться ссылки на первую публикацию и краткое описание ее сути.

Во-вторых – оперативность. Пункт 1 Кодекса этики украинского журналиста определяет, что главная обязанность журналиста – «содействовать обеспечению права граждан на получение оперативной информации». Журналисты должны указывать, когда именно произошло событие. «На днях...», «недавно...» – таких слов в лексиконе профессиональных журналистов не существует. Если не содержится информации, когда произошло событие, то, вероятнее всего, этого события и не происходило. Как исключение (в случаях, когда журналисту сложно установить точную дату события) допускается указание на определенные временные рамки, в которых оно произошло.

В-третьих – достоверность (ссылки на источники). Пункт 6 Кодекса этики украинского журналиста определяет, что «первейшей обязанностью журналиста является уважение к праву общественности на полную и объективную информацию о фактах и событиях». Международная декларация принципов поведения журналистов закрепляет положение, что журналист обязан подавать информацию, ссылаясь на факты, происхождение которых он знает. Другим следствием этого стандарта является то, что журналист должен четко указывать на свои источники информации и называть экспертов, у которых брался комментарий, или название и другие детали исследований, которые упоминаются в материале с возможностью проверить их достоверность. Сформулируем это следующим образом: журналист прямо не обязан проверять, говорит ли господин/госпожа А правду. Однако журналист должен быть уверен, что господин/госпожа А является экспертом в данном вопросе, а кто-либо из аудитории может убедиться в том, что господин/госпожа А дал/дала именно такой комментарий. Но и в этом правиле есть исключение, ведь при наличии опасности для физического здоровья, профессиональной деятельности источника или эксперта журналист имеет право не обнародовать их. Имеет он право это сделать только по требованию суда.

В-четвертых – отделение фактов от комментариев. Пункт 9 Кодекса этики украинского журналиста устанавливает, что факты, суждения и предположения должны быть четко отделены друг от друга. Тем более в материале должно быть четко видно, где суждения самого журналиста (если они там вообще уместны), а где изложение фактов.

В-пятых – точность. Международная декларация принципов поведения журналистов закрепляет положение, что уважение к истине и праву общественности на правду – первая обязанность журналиста.



В-шестых – полнота представления фактов и информации по проблеме. Согласно п. 6 Кодекса этики украинского журналиста, любая тема требует максимально полного набора фактов и мнений. Поэтому задача журналиста – все это найти в компетентных источниках. Для интернет-СМИ стандарт считается соблюденным при наличии бэкграунда в сообщении.

Доступность называют еще одним журналистским стандартом, особенно важным для широкой телевизионной аудитории. Журналисты могут сделать отличный материал, но рассказать его непонятным (с использованием профессиональной лексики, например) языком, чем сведут на нет все свои усилия по информированию граждан.

### **Бывает ли этической журналистика конфликта?**

Что касается журналистики конфликта, то чрезвычайную важность приобретают при освещении событий недискриминационные аспекты, которые при «мирной» журналистике являются составными частями профессиональных стандартов по умолчанию. Рассматривая этот – недискриминационный – аспект, стоит упомянуть о гендере, инклюзивности и «языке вражды».

Так, важным показателем сбалансированности и полноты представления информации является также гендерный аспект – равное представление экспертов, ведущих, несмотря на их пол. Недопустимым для соблюдения стандартов является сексизм или любые другие проявления гендерной и другой дискриминации.

Необходимым условием развития цивилизованного общества является инклюзивность (привлечение, включение) людей с особыми потребностями в общественную жизнь. Понятно, что это невозможно при отсутствии упоминаний в СМИ о таких людях, при игнорировании их потребностей и мыслей. И наоборот, профессиональное, то есть соответствующее журналистским стандартам освещения в медиа проблем людей с инвалидностью поможет разрушать стереотипы относительно них. Речь идет об использовании журналистами корректной языка (например, избегать таких фраз, как «болеет ...», «жертва (чего-то)», которые вызывают дискомфорт или сожаление и внушают ощущение постоянной боли и безнадежности, избегать использования образов, передающих страдания, опасности, изоляцию или пассивность). Общение с такими людьми требует дополнительного такта, иногда – средств коммуникации (например, специального дизайна на страницах газет и т.д.), нестандартного подхода к поиску идей для своих материалов.

О недопустимости дискриминации мы должны говорить и при освещении событий с участием беженцев (вынужденных переселенцев из другого государ-

ства), вынужденных переселенцев (граждан, которые в пределах одной страны были вынуждены покинуть свои места проживания), детей, стариков.

Собственно, именно об этом емко говорит и ст. 15 Кодекса этики украинского журналиста: «Никто не может быть подвергнут дискриминации из-за своего пола, языка, расы, религии, национального, регионального или социального происхождения или политических пристрастий. Указывать на соответствующие признаки лица (группы людей) следует лишь в случаях, когда эта информация является неременной составляющей материала. Необходимо воздерживаться от намеков или комментариев, касающихся физических недостатков или болезней человека, избегать употребления оскорбительных выражений, ненормативной лексики». Подобные антидискриминационные нормы мы найдем и в международных стандартах журналистики.

Дискриминация происходит различными методами, она может быть неярко выражена (например, смещение акцентов, манипулятивные заголовки и т.д.), но нередко она сопровождается определенными словами-маркерами, которые составляют лексический запас «языка вражды». Не только применение самим журналистом слов-маркеров из «языка вражды», но иногда безответственная ретрансляция дискриминационных или ненавистнических лозунгов или призывов может привести и к распространению этого «языка вражды» в обществе и к повышению уровня нетерпимости к отдельным социальным или национальным (религиозным, возрастным и т.д.) группам.

## Этика военного времени

Во время боевых действий и экстремальных ситуаций журналистов ожидают серьезные испытания, которые отражаются на подготовленных ими материалах. Журналисты должны осознавать определенные объективные риски для окружающих от безусловного соблюдения стандартов. Например, полнота предоставленной информации о расположении войск, цитирование источников могут принести вред как конкретным людям, так и государственным интересам Украины. Но где та грань, когда заканчивается обычная осторожность или забота о чьей-то жизни и начинается цензура, замалчивание важных тем? В конце 2014 года медиаэксперт Игорь Куляс предложил свой подход к применению стандартов при освещении боевых действий.

Например, И.Куляс обосновывает необходимость учитывать определенные особенности при применении стандартов. Рекомендации, озвученные во время международной конференции «Стандарты журналистской деятельности во время конфликта», которая состоялась 18 ноября 2014 года, стали основой для формирования профессиональной позиции по ряду щепетильных вопросов. Напри-

мер, это касалось особенностей применения стандарта оперативности (ведение прямых репортажей с зоны боевых действий и с оккупированных территорий, установление точной даты события). Также были вопросы и об особенностях применения стандартов точности и достоверности (рассказ о событиях, которые произошли в недоступных для журналистов местах, передача информации от официальных структур, использование чужого фото- и видеоматериала, видеоархива при иллюстрации рассказа, распространение информации о погибших, раненых, пропавших без вести, заложниках, вопросы обеспечения анонимности участников и очевидцев событий в зоне конфликта и т.д.) Сложные темы - особенности применения стандарта полноты представления информации (например, обнародование данных о перемещении и местах дислокации войск или отдельных подразделений, публикация точных данных о количестве военных на разных участках боевых действий и т.п.); особенности применения стандарта сбалансированности подачи информации (предоставление слова террористам, а также их сторонникам в материалах новостей не только для озвучивания фактических данных); особенности применения стандарта отделения фактов от мнений (закрывающиеся прежде всего в подборе нейтральной лексики для подачи материала).

Контекст информационной войны, которая сопровождает вооруженный конфликт, диктует еще одну опасность для профессиональной устойчивости журналистов: речь идет о необходимости психологической уравновешенности. Журналистов могут использовать как ретрансляторов выгодных для пропагандистов панических настроений, да и журналисты как обычные люди могут терять равновесие, когда на их глазах происходят драматические и трагические события. Как отмечает психолог Наталья Улько, «наши журналисты оказались не готовыми корректно подавать события, которые происходили».

По мнению Натальи Улько, журналисты должны воздерживаться от постоянного показа крови, мертвых тел. «Важно показывать тех, кто выжил, – давать надежду. Журналисты должны делать акцент не на том, что произошло, а на том, что происходит сейчас, как решается ситуация».

## Что будет после войны?

Во время боевых действий журналист подвергается значительным психоэмоциональным и физическим нагрузкам, опасности для жизни и здоровья. В этих условиях журналисты готовят материалы, которые требуют пристального внимания редакторов в части особенностей соблюдения журналистских стандартов.

На сегодня в Украине еще не существует устойчивого общественного консенсуса по соблюдению журналистских стандартов во время войны, а сформированные в конце 2014 года «Рекомендации» еще могут пересматриваться и дополняться. Имеющиеся в нормативных материалах по журналистской этике месседжи должны быть интерпретированы сообразно тому массиву кейсов, которые приходится отечественным журналистам при освещении конфликта. Важным представляется (особенно в «послевоенное» время, характеризующееся значительным социальным напряжением, большим количеством внутренне перемещенных лиц и т.п.) обращать внимание на такие аспекты соблюдения журналистских стандартов, как недискриминационный (инклюзивный) аспект, неиспользование «языка вражды». Еще требует дополнительного исследования влияние на психоэмоциональное состояние журналиста экстремальной ситуации, а также соответствие профессиональной этике фактов трансляции журналистом через свои материалы чувства страха, тревоги (или, напротив, надежды) большим социальным группам.

**Лиана Куц (Донецк / Киев, Украина)**

## **Освещение тематики переселенцев и жителей неподконтрольных украинскому правительству территорий в украинских СМИ: этапы развития**

Вооруженный конфликт на востоке Украины создал новые вызовы и новые возможности для украинских медиа.

Боевые действия и фактически состояние войны прямо отразились на содержании, тональности и контексте публикаций. Появились новые темы, новые герои и даже новые штампы. В данной статье будет рассмотрена эволюция освещения тем, связанных с внутренне перемещенными лицами (ВПЛ), или вынужденными переселенцами, а также жителями временно неподконтрольных украинскому правительству территорий, в украинских печатных и онлайн-СМИ.

Развитие тематики прошло четыре условных этапа.

- 1. Март – июль 2014 г.**
- 2. Август 2014 г. – январь 2015 г.**
- 3. Февраль – декабрь 2015 г.**
- 4. С января 2016 – по настоящее время.**

### **Этап 1**

О первых переселенцах из Крыма и Донбасса украинские СМИ писали с большой долей сочувствия. О переселенцах первой волны говорили как о проукраински настроенных гражданах, которые не считали возможным жить на незаконно аннексированном полуострове или на захваченных пророссийскими силами территориях.

*«Львов гостеприимно принимает крымских татар, которые перебираются из беспокойного Крыма»* (<http://tsn.ua/ukrayina/lviv-gostinno-priymaye-krimskih-tatar-yaki-perebirayutsya-z-nespokiyного-krimu-338290.html>), *«По Украине уже катится первая волна беженцев»* (<http://misto.vn.ua/news/item/id/7023>) – эти и подобные заголовки характерны для публикаций первого периода. *«Уже больше недели Львов встречает русских, крымских татар, украинцев, которые оставляют свои дома в Крыму под угрозой физической расправы за проукраинскую по-*

зицию. *Общественную позицию львовян поддержали власти города и области*, – говорится в последней публикации на сайте «Місто» (Винница).

В этот период СМИ много пишут об активности обычных граждан, которые помогают вынужденным переселенцам и подталкивают власть активно решать возникающие проблемы.

## Этап 2

Массовое появление публикаций о «неправильных», недостаточно патриотично настроенных, «неблагодарных» переселенцах из Донбасса. Формирование и закрепление стереотипов.

Один из распространенных стереотипов – противопоставление якобы «недостаточно патриотичных» жителей Восточной Украины «патриотичным» жителям Западной Украины. Региональные медиа подхватывают темы, которые активно обсуждаются в это время в принимающих переселенцев украиноязычных регионах: например, перспективы возможной «русификации» украиноговорящих городов и областей, а также ситуация с мобилизацией в Вооруженные силы переселенцев.

*«Четвертая волна мобилизации. Как рекрутируют переселенцев из Крыма и Донбасса во Львове»* – публикация под таким заголовком появилась на львовских сайтах «Радио Воскресение» и [lubin.in.ua](http://lubin.in.ua) (<http://lubin.in.ua/2015/02/16/4-hvyliia-mobilizacii/>). В ответ на вопрос журналиста о мобилизации переселенцев из Донбасса и Крыма практикующий психолог Вилена Кит отмечает: *«Если рассмотреть детальнее, то чем гуманнее является отправлять в зону боевых действий и подвергать опасности львовянина или тернопольянина, любящего отца и любимого мужа, сына матери, добропорядочного гражданина и перспективного работника?»* В данном ответе, как и в интервью в целом, содержится противопоставление жителей разных регионов Украины, при этом о жителях Западной Украины говорится только в положительном ключе, тогда как о жителях Донбасса и Крыма – как со знаком «плюс», так и «минус».

*«Появилась новая профессия – беженцы из Донбасса»* – так озаглавило публикацию издание «Деловая столица» (<http://www.dsnews.ua/society/poyavilas-novaya-professiya-bezhentsy-s-donbassa-25072014190600>). Подзаголовок обобщает: *«Люди бегут не только от войны, но и за халявой»*. *«Беженцы с востока Украины не хотят работать – на это стали жаловаться как украинские, так и российские чиновники»*, – категорично заявляет автор. В качестве аргумента для такого тезиса приводятся высказывания двух местных руководителей, опубликованные на их страницах в Facebook, и анонимные мнения со ссылкой на «запорожских волонтеров» или жителей Западной Украины.

*«Беженцы не хотят работать за 1700–1800 грн., которые им предлагают, обосновывая свой отказ тем, что дома они получали в разы больше», – говорят в Запорожском штабе по вопросам переселенцев. О том, что многие жители Донбасса отказываются от предлагаемых рабочих мест, рассказывают в западных областях Украины», – говорится в публикации. «Судя по всему, сейчас формируется новая категория – «профессиональные» беженцы с Донбасса, которые не хотят работать и пытаются устроиться за чужой счет», – делает вывод автор.*

Общим свойством тенденциозных публикаций является отсутствие четкого разделения фактов и мнения автора, а также отсутствие точки зрения самих переселенцев, которые становятся объектом для критики. Зачастую журналист не является свидетелем конфликта, якобы связанного с поведением переселенцев, и не общался лично с его участниками. Тем не менее журналист берет на себя смелость давать негативную оценку действиям и взглядам всех жителей Донбасса, которые покинули свой дом из-за боевых действий.

### **Этап 3**

В украинской журналистике начинают обсуждать проблемы языка вражды. Количество негативных публикаций о переселенцах и жителях оккупированных территориях снижается. В конце 2015 года некоторые местные СМИ вообще прекращают освещать жизнь данных категорий граждан – даже в нейтральном ключе.

Об этом свидетельствуют результаты мониторинга конфликтно-чувствительного освещения проблем социальных групп, связанных с военным конфликтом на востоке Украины (<http://osvita.mediasapiens.ua/content/files/special-report-overcoming-barriers-media-in-covering-conflict-sensitive-issues-ukr.pdf>). Исследование было проведено Координатором программ ОБСЕ в Украине и ОО «Детектор Медиа» и увидело свет в начале 2016 г. *«Темы, связанные с переселенцами, жителями освобожденных и оккупированных территорий, по мнению журналистов, получают несколько меньшее освещение в связи с меньшим интересом со стороны аудитории, недостатком ресурсов СМИ, проблемами с доступом. Кроме того, журналисты имеют более неоднозначное отношение к этим социальным группам, в сравнении с военными. Впрочем, журналисты в целом не склонны к чрезмерным обобщениям и осознают проблемы стереотипизации в медиа», – говорится в выводах исследования.*

В сентябре 2015 г. в Национальном союзе журналистов Украины (НСЖУ) состоялась конференция, предметом обсуждения которой стал «язык вражды» в СМИ, использование которого связано с вооруженным конфликтом. Участники обсуждения высказались за создание словаря терминов для освещения событий

на востоке страны, и за то, чтобы журналисты «не подбрасывали дрова» в огонь конфликта. В то же время, отмечали выступающие, значение имеют не только отдельные слова-термины, но и контекст в целом.

## Этап 4

Наряду с лучшими образцами журналистских работ, где поднимаются проблемы данных категорий граждан, закрепляются определенные стереотипные модели освещения тематики ВПЛ и жителей неподконтрольных территорий. Медиа четко разделяются на два вида: те, кто последовательно, всесторонне и творчески подходит к освещению данных тем, и те, кто делает это поверхностно, освещая преимущественно точку зрения власти или ретранслируя стереотипы.

«Есть несколько факторов, которые усиливают стереотипы. В медиа переселенцев рассматривают как общественно опасные элементы, нахальных, неблагодарных людей, которые не могут самостоятельно решать свою судьбу. Язык ненависти используют непосредственно в журналистских материалах, где много оценочных суждений. Это негативная тенденция, которая может повлиять на отношения местных сообществ и ВПЛ», – заявил во время круглого стола во Львове в феврале 2016 г. переселенец из Донецка, историк и политолог Станислав Федорчук ([http://tvoemisto.tv/news/pro\\_shcho\\_movchat\\_pereselentsi\\_u\\_lvovi\\_73989.html#sthash.ap76zuB0.dpuf](http://tvoemisto.tv/news/pro_shcho_movchat_pereselentsi_u_lvovi_73989.html#sthash.ap76zuB0.dpuf)).

Факторов, повлиявших на трансформацию темы, несколько.

1. Новизна и социальная острота тематики.
2. Вооруженный российско-украинский конфликт и вовлеченность всего общества, в том числе лично журналистов, отказ со стороны некоторых журналистов и СМИ от журналистских стандартов «на время войны».
3. Отсутствие прямых источников на неподконтрольных территориях.
4. Стереотипность восприятия, усиленная социальными сетями и превалирующим общественным мнением.
5. Нехватка квалифицированных кадров.
6. Конкуренция за читателя, отсюда – броские, но не всегда отвечающие содержанию заголовки онлайн-медиа, публикации с нарушениями журналистских стандартов.

Перечень причин будет неполным без учета фактора «горизонтальной истории» – событий, происходивших в Украине в обозначенное время и оказавших прямое влияние на содержание медиа. При этом многие совпадения во времени наводят на мысль об использовании СМИ – осознанном или «вслепую» – как



инструмента для создания определенного общественного мнения, как площадки для пропагандистских материалов.

В частности, первый всплеск резко негативных материалов о переселенцах и жителях оккупированных территорий Донбасса пришелся на август – сентябрь 2014 года. Стоит помнить, что вторая половина августа 2014 года – это обострение на фронте, Иловайский «котел», многочисленные жертвы с украинской стороны, трагедия для многих и многих семей. 24 августа 2014 года – «парад военнопленных» в Донецке в день, когда вся Украина праздновала День независимости. Поэтому волна материалов, где переселенцы и жители оккупированных территорий представлены в негативном свете, выглядит или как попытка «назначить виновных» в трагическое для страны время, или как попытка расколоть общество по географическому признаку.

Аналогичная волна негативных публикаций о жителях востока Украины пришла на январь – февраль 2015-го – пик боев за Донецкий аэропорт, выход украинских военных из окружения в Дебальцево, обстрелы мирных Мариуполя и Краматорска, гибель мирных жителей во время обстрела Донецка.

«Беженцы, которых приютили в санатории под Киевом, сорвали со школы украинский флаг» (<http://fakty.ua/186092-bezhency-kotoryh-priyutili-v-sanatorii-pod-kievom-sorvali-so-shkoly-ukrainskij-flag>), «Украина спасает тех, кто ее ненавидит: беженцы-сепаратисты» (<http://fakty.ictv.ua/ua/index/read-news/id/1528034/>), «Переселенцы с Востока три месяца обворовывали квартиры тернополян» (<http://nday.te.ua/pereselentsi-zi-shodu-try-misyatsi-obkradaly-kvartyry-ternopolyan/>), «Винницкие переселенцы отказались собирать клубнику», «Переселенцам деньги, а львовянам – мобилизация» (<http://inlviv.net/life-of-city/pereselencjam-grosh-a-lv-v-janam-mob-l-z.html>) – такие заголовки можно было встретить в местной и центральной прессе. В заголовках умышленно противопоставлялись переселенцы и местные жители, делался акцент на негативных чертах отдельных жителей Донбасса.

Упомянутая ранее публикация «Четвертая волна мобилизации. Как рекрутируют переселенцев из Крыма и Донбасса во Львове» появилась вскоре после того, как подразделения Вооруженных сил Украины понесли большие потери под Дебальцево, а в регионах Украины были зафиксированы протестные настроения против очередной волны мобилизации. В частности, в западных областях Украины звучали требования призывать в армию переселенцев из Донбасса, которые, по мнению выразителей протестных настроений, уклоняются от исполнения долга. В местных СМИ так и не получилось выстроить диалог на эту тему.

После начала минского переговорного процесса («Минск-2», февраль 2015 г.) и относительной стабилизации ситуации на фронте количество дискриминационных высказываний в отношении переселенцев и жителей оккупированной

части Донбасса стало снижаться. Также сократилось и количество публикаций на эти темы.

Особенностью освещения данных тем является то, что часто негативные публикации основаны на сообщениях из социальных сетей, слухах и т.п., а не на проверенных фактах. С одной стороны, социальные сети во время вооруженного конфликта на востоке страны становятся источником оперативных сообщений, фото, видеоматериалов. Даже пресс-центр штаба Антитеррористической операции (АТО) размещает официальные сообщения в первую очередь на странице в Facebook. С другой стороны, появился целый ряд интернет-сайтов, которые отбирают темы и новости исключительно из социальных сетей без какой-либо проверки. Печатные СМИ более тщательно относятся к соблюдению журналистских стандартов. Тем не менее зачастую информацию о жизни на неподконтрольных территориях черпают только из социальных сетей, поскольку не имеют прямых источников.

Резкая тональность публикаций в социальных сетях параллельно с обострением на фронте способствует мобилизации общества, создает определенный эмоциональный фон. Одновременно с затишьем в зоне боевых действий наступает «перемирие» и в социальных сетях.

Если говорить о языке медиа по отношению к переселенцам или жителям временно оккупированных территорий, то печатные СМИ избегают ярлыков в текстах журналистов. Чаще всего дискриминационные высказывания содержатся в цитатах политиков, которых цитирует издание.

Например, бывший народный депутат Украины, советник министра культуры Александр Бригинец употребляет слово «ватники» по отношению к жителям оккупированных территорий. Это высказывание охотно цитируют онлайн-ресурсы. *«Как только из Донбасса уйдет вся нечисть в виде оккупантов, люди сразу успокоятся. Это просто ватники, которые верят в то, что им комфортно»* (<http://zmiya.com.ua/facebook-news-rating/100001640119682/903566823041313/read>).

Александр Кириш, народный депутат Украины, в блоге на сайте «Обозреватель» называет отдельные районы Донецкой и Луганской областей *«осколками двух криминогенных областей»*, откуда, по мнению депутата, расползаются *«метастазы, портя воздух «донецкой ментальностью»*. И о переселенцах: *«Кто не нашел себе работу, добро пожаловать обратно, нам тунеядцы из независимых республик не нужны»* (<http://obozrevatel.com/blogs/41289-lichnaya-pozitsiya-po-donbassu.htm>).

Предубежденное отношение к переселенцам иногда демонстрируют и должностные лица. *«На Волинь прибывают ВИЧ-инфицированные переселенцы»*, – говорится в публикации на сайте информационного агентства «Волинські новини»

[www.volynnews.com](http://www.volynnews.com). «Врач обмолвилась, что большинство из таких пациентов – не лучшие в социальном плане лица», – отмечает автор.

«Павлоград заполнили переселенцы и преступники. Городской голова рассказал об ужасающей ситуации с преступностью в городе», – такой заголовок появился на местном сайте «Лица» [www.litsa.com.ua](http://www.litsa.com.ua).

Другой резонансный пример – высказывание заместителя министра социальной политики Василя Шевченко, который в эфире радио «Свобода» в июле 2016 года использовал дискриминационную риторику в отношении жителей определенного региона. «Ведомствам досталась финансовая система после режима, который, кстати, был выбран преимущественно Востоком этой страны», – сказал чиновник.

В последнем случае представитель министерства социальной политики оправдывал действия своего ведомства – кампанию по унижительной проверке переселенцев, усложнение процедуры получения пенсий для жителей оккупированных территорий и т.п. Эта кампания началась в январе – феврале 2016 года и сопровождалась очередным всплеском негативных высказываний в отношении жителей неподконтрольных территорий и переселенцев. И не только на уровне столичных чиновников. Вместо решения проблем внутренне перемещенных лиц – жилье, работа – местная власть (а вместе с ней – и журналисты) дает оценки поведению самих переселенцев. Пример: публикация «В Павлограде переселенцы сбежали из модульного городка» (<http://www.sobytiya.dp.ua/news/16/18881>).

Политики и чиновники после таких дискриминационных высказываний не встречают осуждения в тех СМИ, где превалирует точка зрения власти.

В феврале – марте 2016 года автор публикации как представитель Национального союза журналистов Украины в рамках проекта Координатора ОБСЕ в Украине приняла участие в публичных дискуссиях между журналистами, представителями местной власти и общественных организаций в восьми городах Украины. Дискуссии были посвящены острым вопросам, возникающим в территориальной общине в связи с вооруженным конфликтом на востоке Украины. В частности, речь шла об освещении проблем бойцов АТО, их семей, гражданских активистов - волонтеров, переселенцев, жителей прифронтовых и оккупированных территорий.

Дискуссии прошли в Харькове, Полтаве, Краматорске, Херсоне, Львове, Луцке, Ивано-Франковске и Ужгороде. По итогам обсуждения можно выделить несколько аспектов освещения тем, связанных с переселенцами и жителями оккупированных территорий, в местной прессе.

Преобладают информационные жанры, мало аналитических материалов или «лайфвых» историй.

Поводом для публикации, как правило, становится пресс-релиз от органа местной власти или событие, связанное с участием руководителей местной власти (открыли центр, оказали помощь, отправили на отдых и т.п.).

Переселенцы выглядят в местной прессе как жертвы, как люди, которым нужно помогать и которых «жалко». Мало историй об активных жителях, которые своими силами строят жизнь на новом месте или помогают другим.

Журналисты жалуются на то, что нет общественного запроса на истории успеха переселенцев, на положительное освещение тем, связанных с ВПЛ.

Жизнь жителей оккупированных территорий в местных печатных СМИ практически не представлена. О жителях прифронтовых территорий газеты пишут редко, оправдывая это тем, что читателям интересны прежде всего местные новости.

Журналисты не готовы обсуждать на страницах местных газет тему примирения и постконфликтного общества.

Анализ публикаций о проблемах переселенцев и жителей оккупированных территорий в украинских медиа свидетельствует о том, что многие журналисты и издания не справились со сложной социальной темой. Колебания в освещении проблем совпадали с «качелями» в настроениях общества, часто отражали только позицию представителей власти. Дискриминация по отношению к переселенцам или жителям оккупированных территорий приводит к изоляции, изоляция порождает агрессию, а агрессия продолжает конфликт.

Кроме того, прослеживается зависимость между обострением ситуации в зоне боевых действий, риторики политиков и появлением журналистских материалов с дискриминационными заголовками или контекстом, из которого следует дискриминация определенных социальных групп по географическому, языковому, этническому принципу. Такая зависимость может свидетельствовать об использовании СМИ как инструмента пропаганды и о неумении журналистов противостоять такому давлению.

**Юлия Абибок (Донецк / Киев, Украина)**

## **Очевидный «враг». Внутренне перемещенные лица в украинских СМИ**

«Вы знаете историю Советского Союза? Были «враги народа»: куркули, офицеры в 1937 году, люди, побывавшие в плену во время войны, евреи, космополиты, стилиаги... Вся советская культурная матрица была построена на том, что в государстве должен быть внутренний враг, с которым государство должно бороться. Это не меняется. «Враг народа» должен быть!», — говорил мне однажды глава одной из ромских организаций, поясняя феномен стигматизации тех или иных меньшинств в современной Украине. Мы все еще живем в советской культурной матрице.

Приблизительно в 2004 году у Украины появился новый «враг народа». «Донецкие». Маховик политического противостояния раскручивал все новые и новые стереотипы: люмпен, бандиты, дикари... Начавшаяся в 2014 году война добавила этим образам новых красок. Сотни тысяч вынужденных переселенцев из пораженного войной Донбасса — Донецкой и Луганской областей — стали удобной мишенью для натренированных десятилетним противостоянием с «донецкими» политиков и медийщиков.

### **Ложь и статистика**

8 октября одно из самых авторитетных украинских изданий «Зеркало недели» опубликовало статью первого заместителя главы Национальной полиции (входит в структуру Министерства внутренних дел) Вадима Трояна «Война на уголовном фронте», в которой Троян описывал проблемы, с которыми имеет дело Национальная полиция. В статье говорилось также о росте преступности в Украине. Причинами этого явления Троян называл «увеличение обращения оружия, появление ветеранов боевых действий, общее маргинализирующее влияние на общество, интенсивные миграционные процессы, ослабление экономики, снижение благосостояния населения».

«Напрямую связана с войной также новая для Украины проблема, прямо влияющая на уровень преступности: беспрецедентный рост количества вынужденных переселенцев. Все ли они законопослушны? Очевидно, что нет — особенно когда перед большинством из них кардинально встает вопрос решения элементарных бытовых нужд (поиск жилья, работы, учебных заведений для детей), что,

в свою очередь, требует значительных финансовых затрат. С начала 2016 г. взяты на учет 1,8 млн переселенцев (1,4 млн семей из Донбасса и Крыма). При этом еще около 800 тысяч человек не зарегистрировались как переселенцы», — рассуждал первый заместитель начальника Национальной полиции Украины.

«Как следствие, — писал дальше он, — уже сейчас отмечается повышение среднестатистического роста краж в регионах, где сконцентрировано большинство беженцев. Это в первую очередь Киев (рост вдвое), Николаевская (+60%), Одесская (+61) и Харьковская (+62%) области».

Дальше Троян отмечал, что «все же многие аналитики на первое место среди причин роста преступности» ставят падение уровня жизни и увеличение безработицы. По его информации, безработица в Украине с 2013 года выросла на 2,2%. «При этом следует привести результаты криминологических исследований, согласно которым увеличение безработицы на 1% приводит к росту уровня преступности на 6%».

Троян критиковал также так называемый «закон Савченко», согласно которому срок, проведенный заключенным в СИЗО, равен двум тюремным срокам такой же продолжительности. То есть, если суд наказал человека двумя годами лишения свободы, но судебный процесс длился год, и все это время подозреваемый находился в СИЗО, его следует отпустить прямо из зала судебных заседаний. Выпущенные на свободу раньше срока заключенные совершили около 10% повторных преступлений, отмечалось в статье.

Все это имеет смысл рассказать, чтобы перейти к сути данного исследования. В день, когда была опубликована статья Вадима Трояна, на сайте «Зеркала недели» появилась новость с заголовком «В регионах, где сконцентрировано большинство переселенцев, значительно возросло количество краж». Сообщение со ссылкой на статью первого заместителя начальника Нацполиции начиналось так: «В Украине отмечается повышение среднестатистического роста краж в регионах, где сконцентрировано большинство переселенцев. Это в первую очередь город Киев (рост вдвое), Николаевская (+60%), Одесская (+61%) и Харьковская (+62%) области». Ниже «ЗН» приводило цитату из статьи о росте внутренне перемещенных лиц (ВПЛ) и данные об их количестве, которые также содержались в статье Трояна. Никакой дополнительной информации и комментариев в тексте не было.

Сообщение быстро распространили другие СМИ. Так, крупнейший и самый известный украинский сайт «Украинская правда» на следующий день после выхода статьи «Зеркала недели», 9 октября, опубликовал новость под заголовком «В регионах, где много переселенцев, стало больше краж — Троян». Начиная свой короткий текст ссылкой на статью «ЗН» с данными Вадима Трояна о росте краж «в регионах, где сконцентрировано большинство переселенцев», «УП» написала также о других причинах роста преступности, перечисленных выше. О проблеме

«закона Савченко» говорилось в следующем сообщении «Украинской правды», опубликованном через полсутки после предыдущего. На сутки после сообщения о вынужденных мигрантах опубликовал другие выдержки из статьи Вадима Трояна и сайт «Зеркала недели» (их можно посмотреть [здесь](#) и [здесь](#)).

Сообщение «ЗН» ретранслировала масса других, более мелких сайтов, оно также породило множество комментариев. Так, на сайтах «Детектор медиа» (специализированное онлайн-издание о журналистах и медиа) и «Медиапорт» (авторитетный харьковский веб-портал) спустя некоторое время появились опровержения указанной Трояном связи роста преступности в четырех регионах Украины с приездом туда вынужденных переселенцев. Как отмечали корреспонденты «Детектора медиа» и «Медиапорта», только один из указанных в статье в «Зеркале недели» регионов входит на самом деле в число лидеров по количеству официально зарегистрированных ВПЛ — Харьковская область (190 тысяч человек). По данным на июль 2016 года, которые имеются в моем распоряжении, если Киев насчитывал у себя 137 431 человек из числа вынужденных переселенцев, то Одесская область — 38,9 тысяч, а Николаевская — всего 8 199. При этом больше всего ВПЛ было зарегистрировано в восточных областях Украины, где значительного роста преступности полиция не зафиксировала. Кроме Харьковской это Днепропетровская область — 73 411 человек, Запорожская — 127 724, Луганская — 273 632, Донецкая — 722 500. Корреспондент «Медиапорта», опираясь на официальные данные Генеральной прокуратуры Украины, также констатировал, что рост преступности происходит почти во всех областях страны, включая те, где зарегистрировано одно из наименьших в Украине количество вынужденных переселенцев.

Примечательно, однако, не только то, что заместителю руководителя Национальной полиции Украины зачем-то понадобилось совершить информационный подлог (данные о количестве ВПЛ по регионам регулярно публикуются областными администрациями и Министерством социальной политики — эта информация общедоступна). В фокусе статьи Вадима Трояна в «Зеркале недели» были, как уже отмечалось, не переселенцы, а рост преступности и преобразования в правоохранительных органах. Примечательно то, что два крупных и уважаемых издания выделили из всего этого громоздкого текста в первую очередь именно часть, касающуюся ВПЛ, и опубликовали ее без каких-либо дополнений, не потрудившись даже сверить данные.

Для сравнения, ряд других крупных изданий — «Левый берег», «Новое время» и государственное информационное агентство «Укринформ» — вовсе не публиковали информации из статьи Вадима Трояна. Однако последнее через десять дней после выхода статьи опубликовало интервью с Трояном, задав в том числе и вопрос о влиянии ВПЛ на рост преступности. «Влияют, но это скорее сопутствующий войне, а не самостоятельный фактор, — пояснил Троян. — По-



давящее число из более полутора миллионов вынужденных переселенцев из Донбасса и Крыма – законопослушные люди, но есть и другие. Например, в одном из домов в Киеве было совершено за прошлое лето 12 краж, этим летом еще 8 краж. Этим промышляли две группы, мы их взяли, они оказались из Донецка. Из первой группы мы взяли четыре человека, из второй – троих, и еще двое сейчас в бегах. Вот эти 9 человек совершили 20 квартирных краж в одном доме! Это один из ярких примеров».

Несмотря на демонстративную попытку обойти острые углы, и руководитель Национальной полиции, и корреспондент совершили очередную манипуляцию. Любые такого рода данные имеют значение в сравнении, но Вадим Троян не сказал, например, сколько квартирных краж было в целом совершено в Киеве за то время, что на востоке Украины идет война, откуда происходят участники других подобных преступлений, если они были пойманы, были ли пойманные воры зарегистрированы как переселенцы (молодые мужчины редко прибегают к регистрации в качестве ВПЛ, чтобы избежать мобилизации).

## В информационном потоке

Информационный вирус, о котором шла речь выше, нашел для себя благодатную среду. Украинские СМИ имеют давнюю традицию демонизации жителей Донецкой и Луганской областей и выходцев из этих регионов, о чем автору этих строк приходилось писать еще без малого десять лет назад (эти статьи можно найти [здесь](#), [здесь](#) и [здесь](#)). Прочно укоренившийся стереотип об этих регионах как «бандитских» был частично перенесен с местных элит на всех жителей Донбасса и даже принят ими как часть мощной региональной идентичности. То, что ранее льстило болезненной гордости и питало теорию о собственной исключительности, в 2014–2016 годах сыграло очень злую шутку с носителями этой идентичности, вынужденными спасаться от войны на мирных территориях Украины. Нынешнее руководство правоохранительных органов не могло не понимать, что наносит прицельный удар.

Речь идет не только о Вадиме Трояне. Указывать на ВПЛ как преступников стало плохой традицией украинского Министерства внутренних дел. При этом стоит подчеркнуть, что с понятием «вынужденные переселенцы» ассоциируются именно люди, покинувшие Луганскую и Донецкую область, а не те, кому — в гораздо меньшем количестве — пришлось оставить аннексированный Россией Крым. За две недели до появления статьи Трояна на сайте МВД Украины появилось [сообщение](#) под заголовком «Арсен Аваков призвал Раду поддержать законопроект о криминальных проступках». Арсен Аваков — министр внутренних дел Украины, Рада — украинский парламент. Сам по себе заголовок едва ли по-



буждает открыть и прочитать кроющийся под ним текст. Однако в самом тексте говорилось, в частности, что «среди других причин обострения криминогенной ситуации в стране министр выделил масштабные миграционные процессы». «За годы войны в Киев приехало около миллиона беженцев-мигрантов с территории Донбасса. По всей стране от двух до трех миллионов человек создают также определенную проблематику», — цитировала Авакова пресс-служба МВД.

В данном случае обращает на себя внимание как раз то, что глава Министерства внутренних дел говорит как о людях, «создающих определенную проблематику», именно о ВПЛ из Донбасса, опуская тех, кто покинул Крым. Кроме того, в очередной раз вызывают вопрос цифры. Официальное количество зарегистрированных переселенцев — около 1,7 млн человек, а количество незарегистрированных Вадим Троян оценивал в 800 тыс. При этом известно, что только в одной Донецкой области числятся свыше 700 тыс. вынужденных переселенцев. Непонятно ни как глава МВД смог насчитать миллион ВПЛ в Киеве, где зарегистрировано менее 140 тыс. человек, ни как объяснить наличие в стране «от двух до трех миллионов» ВПЛ только из Донбасса, да и саму разницу между «от» и «до» — ни много, ни мало миллион человек.

Вызывала вопросы и сама необходимость основывать такого рода публичные призывы на сомнительных цифрах, не подкрепленных никакими данными о собственно связи между «миграционными процессами» и ростом преступности, которая, как свидетельствует мини-исследование «Медиапорта», на самом деле неясная. Арсен Аваков, в отличие от Вадима Трояна, указывал всего два фактора ухудшающейся криминогенной обстановки в стране: массовые миграции населения востока Украины и «переходной период» в работе милиции из-за прошедшей реформы.

Тем не менее, часть сообщения пресс-службы МВД, как и в случае со статьей Трояна, подхватили СМИ. «Аваков назвал миграцию из Донбасса причиной роста преступности в Украине», — говорилось в заголовке соответствующего сообщения «Зеркала недели». Связь роста преступности с реформой МВД в этом сообщении тоже отмечалась, но вынести в заголовок редакция решила другой мессидж. Точно так же поступила «Украинская правда», опубликовав сообщение с заголовком «Аваков считает, что миграция из Донбасса привела к росту преступности». «Левый берег» также сообщал, что «Аваков счел миграцию с Донбасса причиной роста преступности», однако у этого сообщения был еще и подзаголовок: «Также на рост уровня преступности повлияла реформа полиции». «Новое время», публикуя сообщение из того же источника, дало ему заголовок без акцента на ВПЛ: «Аваков назвал три ключевые причины роста криминогенности в Украине». В «бэкграунде» этой новости содержалась также ссылка на высказывание главы Национальной полиции Хатии Деканоидзе, имевшее место двумя днями ранее. Деканоидзе говорила о значительном росте имущественных

краж, назвав его единственной причиной общее обеднение населения. «Укринформ» такой новости не размещал вовсе.

Но еще более интересным и показательным было развитие этой истории. Через три недели после сообщения пресс-службы МВД и через несколько дней после выхода статьи Вадима Трояна Арсен Аваков решил, очевидно, смягчить последствия того, что можно было бы принять за начало публичной травли ВПЛ из Донбасса со стороны руководства МВД, либо просто уйти от критики обратившихся к нему журналистов. Отвечая на их вопросы, министр попытался радикально сместить акцент своего предыдущего сообщения. «Правда в том, что миллионы людей были вынуждены покинуть свой дом. Эти люди, оставшись без дома, переехали в Киев, Харьков, Днепропетровск и, по сути, стали жертвой роста преступлений, это спровоцировало рост преступности. Не нужно подменять это тем, что переселенцы провоцируют преступность, — преступность провоцирует ситуация, в которой они оказались. Они оказались без дома, без средств к существованию и стали легкими жертвами для уголовного элемента», — поправлял свое же заявление трехнедельной давности Аваков. Снова, однако, повторив свое утверждение о притоке в Киев «до миллиона» вынужденных переселенцев, глава МВД еще раз отметил, что «эти люди — легкая жертва для уголовного мира. Находясь в аффекте, горе, переходных жизненных обстоятельствах, они становятся жертвами многих преступлений. И это провоцирует волну [преступности]».

Комментарии Арсена Авакова, которые распространило информационное агентство «Интерфакс», опубликовали сайты [«Левый берег»](#), [«Новое время»](#) и [«Укринформ»](#). Ни на «Украинской правде», ни в «Зеркале недели» эти опровержения ранее опубликованных обвинений не появились.

## Анатомия проблемы

Целью этого исследования была не попытка обличить некоторые уважаемые СМИ. Приходится констатировать, что и издания, которые принято считать качественными и даже в некотором смысле эталонными (бывший главный редактор «Зеркала недели» основал и бессменно возглавляет Комиссию по вопросам журналистской этики), могут позволить себе публикацию непроверенной и манипулятивной информации и использование «языка вражды». Но есть основания считать, что меньше всего в этой проблеме личных антипатий журналистов и сознательного манипулирования. Собирая материалы для этого текста, я обнаружила заголовок сообщения от редакции, являющейся моим основным местом работы и состоящей из ВПЛ: «В столице преступные группы из Донецка в одном только доме ограбили 20 квартир — Троян». В тексте, основанном на

рассмотренном выше интервью Вадима Трояна «Укринформу», даже отмечается, что, по словам первого заместителя начальника Национальной полиции, «в Киевской области около 30 тысяч переселенцев, которые официально зарегистрированы безработными» (стоит еще раз повториться, что такого рода данные сами по себе ни о чем не говорят: необходимы «цифры» для сравнения).

В феврале текущего года автор этой статьи вместе с коллегой по учебе на PhD-программе «Массовые коммуникации» Национального университета «Киево-Могилянская академия» Галиной Будивской под руководством д-ра Дарьи Орловой по заказу ГО «Детектор медиа» провели исследование среди журналистов региональных и общенациональных СМИ, освещающих темы, связанные с конфликтом на востоке Украины. Результаты показали, что подавляющее большинство украинских СМИ не имеют четких выработанных правил освещения конфликта, включая специальные словари и рамки допустимого в публикациях на такие острые темы с огромным манипулятивным потенциалом. Написание сложных текстов, влияющих на судьбы сотен тысяч людей, происходит во многих случаях интуитивно, «автоматически». Редакторы новостных лент зачастую попросту теряются в бесконечном потоке сообщений.

Редактор новостной ленты, принимающий решение опубликовать или не опубликовать ту или иную информацию, в подобных случаях часто стоит перед серьезной дилеммой. Навредишь ли ты переселенцу или поможешь, обнажив странный образ мыслей чиновника и его тягу к использованию сомнительных данных? Вопрос в том, считаем ли мы своих читателей разумными и хорошо информированными людьми, или такими, что не воспринимают информацию критически и легко поддаются манипуляциям. А также в том, как мы оцениваем свою ответственность за ретрансляцию уже опубликованного (не нами) текста, написанного к тому же человеком, который наделен высокими властными полномочиями. Или мы будем утверждать, что вся ответственность за распространение недостоверной информации лежит на нем?

К сожалению, давно сформировавшаяся специфика украинских интернет-СМИ такова, что информация в новостных лентах публикуется без проверки в расчете на то, что окажись она недостоверной, найдется заинтересованное лицо, которое ее опровергнет. Как правило, это работает. Но даже если исходить из этой «традиции», то к «Зеркалу недели» и «Украинской правде», так и не опубликовавшим опровержения утверждениям Вадима Трояна и Арсена Авакова, остаются вопросы. Поэтому мы можем обсуждать и фактор действительной предвзятости редакторов новостных лент двух изданий, и умышленное распространение недостоверной информации, и использование «языка вражды» в отношении конкретной социальной группы. Но проблема еще и в том, что автор, не ставящий своей фамилии под текстом (как это и принято для новостных сообщений интернет-изданий), не чувствует и ответственности за опубликован-

ное. К тому же редакторами новостных лент в интернет-изданиях зачастую становятся самые молодые и неопытные журналисты.

Этот анализ приводит нас также к табуированной теме, которую старались как можно аккуратнее обходить и высокопоставленные чиновники Министерства внутренних дел, и — в еще большей мере — сами журналисты. Речь идет об участниках боевых действий на востоке Украины, в некоторых случаях возвращающихся домой с оружием, боевыми навыками и тяжелым посттравматическим синдромом. С самого начала войны украинская публика определила для себя героев и антигероев. Естественно, что по одну сторону противостояния стали мужчины, отправившиеся или отправленные защищать страну. Люди, бежавшие от войны, «вместо того, чтобы защищать свои города» (популярный упрек со стороны пользователей соцсетей и блогеров), возможные тайные или явные «сепаратисты» оказались для многих, в том числе лидеров общественного мнения, на стороне противоположной. То, что рост преступности, в том числе убийств, отчасти связан именно с людьми, которым полагается быть положительными героями этой большой истории, и публичные спикеры, и СМИ предпочитают умалчивать.

Последнее объясняется не только страхом перед общественным недовольством или агрессией. Очевидный соблазн найти очередного «врага народа» реализуется именно благодаря ВПЛ, «донецким» и без того традиционно виноватым в бедах страны. Ко всему прочему, переселенцы — пассивная, разрозненная и безмолвная группа, члены которой заняты в большей мере элементарным выживанием и не имеют влиятельных публичных лоббистов. При этом нельзя сказать, что украинские СМИ к этой группе открыто предвзяты или даже враждебны. Наше исследование для ГО «Детектор медиа» показало еще и то, что проблемы и истории ВПЛ попросту неинтересны украинским журналистам, которые, в свою очередь, констатируют, что на тексты о переселенцах нет спроса у их аудитории. Поэтому, несмотря на все попытки зарубежных доноров обеспечить этой группе присутствие в СМИ, для массовой аудитории она до сих пор остается немой и невидимой.

Есть ли решение у этой проблемы? Основа ее, к сожалению, находится далеко за рамками возможностей журналистики. Тем не менее, первое, что можем сделать мы, это реагировать на случаи, подобные описанным выше, напоминая коллегам о нормах качественной журналистики. Стоит также уделять больше внимания обучению журналистов, в том числе редакторов новостных лент — с помощью специальных тренингов и регулярных обсуждений специфических case-studies. Мы также не должны обходить вниманием проблемы, с которыми имеют дело ВПЛ, даже если такие публикации не пользуются большим интересом у наших читателей. Наконец, украинским интернет-изданиям давно следует пересмотреть подходы к наполнению их новостных лент. Проверка информации

и ответственное отношение даже к тем текстам, под которыми не ставится фамилия автора (и которые через несколько часов после их публикации исчезнут с главной страницы сайта, вытесненные более свежими новостями), должны стать общими принципами редакций, относящих себя к категории качественных СМИ. Но на это требуется консенсус всех таких редакций, иначе конкуренция в погоне за «горячими» фактами перечеркнет все благие намерения.

**Юлия Суркова (Донецк, Украина)**

## **Состояние СМИ и проблемы свободы слова на территории вооруженного конфликта востока Украины**

На востоке Украины наряду с военными действиями, в ходе которых по данным ООН погибло около 10 тысяч человек, продолжается также информационная война. Пророссийские силы даже спустя два года после обретения контроля над Донецком, ограничивают работу украинских СМИ в Донбассе, а местные строго цензурят. Отсутствие доступа украинских СМИ, неполный доступ для иностранных медиа, подчёркнутая лояльность российских журналистов и марионеточная политика местного инфополя на сегодня привели к тотальному игнорированию законов журналистской этики и свободы слова на территориях, где продолжается вооруженный конфликт. Всемирная организация Репортеры без границ (RSF) в 2015 году опубликовала рейтинг свободы прессы, в котором Украина заняла не утешительное 129-е место из 180 стран.

### **Украинские новости – под запретом**

Сегодня в газетных киосках Донецка не найти ни одного проукраинского издания, а большинство украинских телеканалов и новостных сайтов заблокированы по требованию представителей ДНР. Из прессы, напечатанной в Украине, цензуру ДНР смогли обойти только женские журналы благодаря своей неполитической тематике. Поэтому, чтобы узнать новости, жители Донбасса, не подконтрольного Украине, смотрят российское ТВ или ищут их в Интернете.

Печатная украинская пресса не поступает на территорию «ДНР» уже более 2х лет, после того, как часть редакций была захвачена пророссийскими вооруженными лицами, а часть коллективов СМИ из соображений безопасности сами покинули зону боевых действий. На сегодня самыми популярными изданиями в Донецке являются – российская «Комсомольская правда» и местная «Донецкую республику». Оба издания откровенно пророссийской направленности.

Существует также тенденция, когда российские издания, поддерживающие сепаратистов, выдаются за украинские СМИ. Например, газета «События недели», которая продается в киосках союзпечати по Донецку. На первой полосе этого издания значится, что это «всеукраинская информационно-развлекательная газета». Но указанный адрес редакции в городе Таганрог (Российская Федерация) развеивает все сомнения о его происхождении.

Вещание украинских телеканалов на территории ДНР также отсутствует более двух лет, кроме того по решению правительства ДНР через местных провайдеров заблокированы более 20 новостных сайтов украинской направленности, среди них «Остров», «Украинская правда», «УНИАН», «Новости Донбасса» и другие. Отсутствие украинских каналов связано с тем, что вышка, через которую они транслируются, сейчас под контролем властей ДНР.

Чтобы читать запрещенные сайты и смотреть телеканалы, некоторые дончане пользуются мобильным интернетом или устанавливают специальные компьютерные программы, обходящие блокировку. Но такую изобретательность проявляет небольшой процент населения, основная же масса готова потреблять более доступный пророссийский информационный продукт.

Представитель Донецкого института информации, выходец из Донецка, Виталий Сизов уверен, что украинские СМИ сегодня не в состоянии бороться за аудиторию, которая осталась в городах, подконтрольных ДНР. «Местные СМИ не могут давать объективной картины из-за полной зависимости от местных администраций. Почти все украинские СМИ были изгнаны. На свой страх и риск работают отдельные журналисты, в адрес которых нередко звучат обвинения в предательстве, но и они не могут дать объективной картины, в виду угрозы расправы. Западным СМИ конфликт уже не интересен пока он не находится в горячей стадии. В итоге, люди пребывают в информационном вакууме», - рассказывает Сизов.

По его мнению, в Донецке сегодня нет альтернативы пророссийским СМИ. «Дончане находятся в постоянном стрессе из-за войны и хотят видеть новости о том, что происходит. Поэтому обращаются к массе российских и местных пропагандистских телеканалов, которые оперативно дают картинку с места событий», - уверен эксперт.

## **Доступ лишь для лояльных СМИ**

По данным правительства ДНР, сейчас на территории «республики» действуют 24 сайта, 135 газет, 11 телеканалов и 6 радиокomпаний. Это СМИ, которые прошли регистрацию в органах самопровозглашенной ДНР. И хотя чиновники ДНР утверждают, что регистрация СМИ является бесплатной и добровольной, даже российские журналисты признаются, что оформление часто проходит под давлением.

Например, редактор донецкого отделения «Московского Комсомольца» Дмитрий Дурнев признался, что руководство ДНР надавило на типографию в Донецке, где печатается издание, угрожая порчей оборудования в типографии, если оно не пройдет регистрацию. Дмитрий отмечает, что его издание соблюдает



строгий нейтралитет, без оценочных суждений и использований оскорбительных терминов. Но от преследований со стороны пророссийских властей спасает не профессионализм, а имя газеты, вызывающее ассоциации с Москвой. «Я корреспондент уважаемого федерального независимого издания. Таких пока не сажают в подвал. Хотя, иногда бьют», - с иронией добавляет журналист.

Процедура аккредитации для иностранных СМИ проходит проще, чем регистрация для местных, - желающие просто заполняют анкету в так называемых Министерстве обороны и Министерстве информации ДНР с данными издания, ФИО и предполагаемыми темами материалов. Без аккредитации на территории, подконтрольной сепаратистам, работать опасно и невозможно, так же без нее нельзя получить доступ на линию фронта со стороны ДНР. Рассматриваются анкеты журналистов около месяца, и добро на работу дают далеко не всем.

Так, на сегодняшний день было отказано в аккредитации ДНР ряду мировых СМИ, таких как BBC, [Al Jazeera](#), Радио Свобода, The New York Times, VICE News, Deutsche Welle, но пока что на территории пророссийских повстанцев работают AFP, AP, Reuters, France24, ZDF и Mainichi Shimbun.

**Например, журналист VICE News Саймон Островский** в начале конфликта был задержан пророссийскими боевиками и удерживался в плену несколько дней за свою работу репортера в городе Славянск под контролем ДНР. И вышел на волю только после вмешательства европейских и российских переговорщиков.

**Журналист Екатерина Малофеева, которая сотрудничала в Донецке в качестве фиксера с BBC и [Al Jazeera](#)**, считает, что работа в ДНР для иностранного корреспондента сопряжена с риском для жизни, а материалы из этой зоны тлеющего конфликта все меньше интересны читателям из Европы и США. «Решение об аккредитации в ДНР принимается на уровне Москвы. Проверяется лояльность СМИ в первую очередь по отношению к геополитической позиции России. Конечно, в начале конфликта давали доступ всем ведущим мировым изданиям, чтобы не провоцировать мировой скандал. Но позже, когда BBC и другие СМИ стали раскрывать пропогандитские методы работы ДНР, развенчивать мифы об убитых украинцами донецких детях, вся показная толерантность аккредитационной системы сошла на нет. И сегодня работа иностранных корреспондентов в этой зоне стала еще опаснее», - считает журналистка, работающая сейчас в Великобритании.

Пример, о котором говорит Екатерина, очень показательный. Съёмочная группа BBC в Донецке расследовала заявление спикера Минобороны ДНР Эдуарда Басурина, сделанное 24 марта 2015 года, о том, что в Донецке под обстрелами украинских силовиков погибла 10-летняя девочка. После этого три российских телеканала сообщили об убийстве 10-летней девочки в Донецке во время обстрела. Команда новостей BBC Наталья Антелава и Абдужалил Абдурасулов



опросили военных ДНР, людей в районе, где якобы погибли дети, и работников донецкого морга. Но никто из них не знал ничего о погибшей девочке. В итоге ВВС записали комментарий журналистов российских СМИ, которые признались, что погибшей девочки не существует, а сюжет о ней они «были вынуждены» выпустить. Видео сюжета ВВС можно посмотреть [здесь](#).

Еще одно хорошее доказательство использования откровенной подмены в целях пропаганды зафиксировали на территории ДНР журналисты французского телеканала France24. В октябре телеканал выпустил 17-минутный сюжет о российском влиянии на территории Донбасса. И, в частности, в сюжете журналиста Елены Волошиной зафиксирован диалог между корреспондентом местного донецкого издания «Dopі» и военным ДНР. Военный ДНР предлагает журналисту переодеть своих людей в украинскую форму, чтобы показать, как они нарушают перемирие. «Никто не поймет», - говорит военный. При этом журналист «Dopі» соглашается на подлог. После выхода сюжет Елены имел большой резонанс в зарубежных и украинских СМИ. Сам сюжет можно посмотреть [здесь](#).

«Dopі» также [отреагировали](#) на французский сюжет. Они пояснили, что компрометирующий диалог был о планирующейся реконструкции силами клуба страйкболистов боев за высоту Саур Могила в Донецкой области. Но версия донецких журналистов так и не объясняет цитаты военного ДНР о том, что «никто и не поймет», что украинские военные переодеты.

Два сюжета, приведенных выше, примеры подлога фактов, который делался умышленно. Но часто в СМИ пророссийской направленности грешат более мелким искажением фактов в пользу одной стороны.

В декабре 2015 года на российском канале НТВ выходит сюжет о протезировании людей, потерявших ноги в ходе военного конфликта, под не очень некорректным заголовком «Ноги в руки». В подводке к цитате героя автор сюжета Даниил Левин говорит в закадровом тексте: «За счет своих сил помогают инвалидам и в донецких больницах. При украинской власти протезы приходилось пациентам продавать, сейчас выдают бесплатно». Утверждение о том, что при украинской власти протезы не выдавали бесплатно людям с ограниченными физическими возможностями - не соответствует действительности. Донецкий протезно-ортопедический завод был до 2014 года хозрасчетным предприятием и обеспечивал пациентов протезами за счет государства. Возможно, что журналист допускает эту ошибку не умышленно, и неправдивую информацию ему сообщил кто-то из интервьюируемых в Донецке. Однако он приводит данные не как цитату, а как факт в собственном закадровом тексте, что выглядит как прием пропаганды. Видео сюжета размещено [здесь](#).

## Язык вражды и пренебрежение проверкой фактов

Война серьезно сказалась на языке и терминологии, используемой в СМИ по обе стороны конфликта. И в то время как, пророссийские СМИ изображают конфликт как борьбу русскоязычного населения против «фашистского» украинского правительства и «украинской хунты», украинские СМИ описывают конфликт как войну Украины с пророссийскими «террористами». Зачастую военная пропаганда подменяет журналистские стандарты.

Как пример варианты подачи одной и той же новости о смерти полевого командира сил ДНР Арсея Павлова, известного под позывным «Моторола». В большинстве российских СМИ это событие подавалось как трагедия гибели героя, воевавшего против «фашистов». Так сайт российского рейтингового телеканала «ЛайфНьюс» пишет в новости с заголовком «В Сети появились посвящённые Мотороле стихи» следующие: «В ДНР объявлен трёхдневный траур, а у подъезда **легендарного ополченца** из частей взорванного лифта создали народный мемориал».

Тогда как авторитетное украинское издание «Зеркало недели» в новости с заголовком «В СБУ и МВД подтвердили ликвидацию террориста Моторолы» использует уже совсем другие термины, такие как «террорист» и «боевик». «В Службе безопасности Украины подтвердили **ликвидацию боевика террористической группировки «ДНР» Арсения Павлова**», - пишет издание, ссылаясь на пресс-службу СБУ.

Качество материалов на страницах украинских СМИ о неподконтрольных территориях снижается из-за отсутствия доступа. Не имея возможности освещать события с их места, украинские журналисты ссылаются на пользователей соцсетей или на официальных спикеров Вооруженных сил Украины. В первом случае они часто транслируют непроверенную искаженную информацию, во втором – идут на поводу у государственной пропаганды.

Примером этого можно назвать новость, которая активно разошлась в украинских интернет ресурсах 9 мая 2016 года. Украинский нардеп Мустафа Наем в своем блоге в издании «Украинская правда» написал, что украинский беспилотник сбросил на центральные улицы Донецка, где проходил праздничный парад, листовки проукраинского содержания. Также об этом в социальных сетях сообщила волонтерская организация, называющая себя «Сестри Перемоги». Из-за отсутствия допуска на территорию ДНР в Донецке нет украинских журналистов, которые могли бы проверить это лично. Однако многие украинские издания даже не пытаются проверить данную информацию в соцсетях или через информаторов в Донецке, и публикуют ее так как подает первоисточник. ««Донецк - это Украина!»: волонтеры обрушили на голову Захарченко тысячи листовок во время **сепаратистского** парада «ДНР»», - написал сайт Диалог.ua.

Та же перепечатка только с заголовком «Во время «парада» украинские беспилотники сбросили более трёх тысяч листовок «Донецк - это Украина», - фонд «Сестри Перемоги»» выходит на сайте donbass.ua.

На самом же деле ни я, лично присутствуя в центре Донецка в тот день с 8:00 до 14:00, ни опрошенные мной 10 человек, которые так же были на месте, листовок не видели. Не было также и ни одной фотографии, которая бы доказывала, что листовки попали на улицы Донецка в этот день.

Также в новостях этой тематики приведенные сайты использовали все те же маркеры, негативно характеризующие жителей неподконтрольной территории: «боевики», «верховный боевик Захарченко», «сепаратисты» и «оккупанты».

Эксперты объясняют подобные ошибки тем, что украинским СМИ приходится работать удаленно, освещая события на неподконтрольных территориях. Но, думаю, что это не оправдывает то, что ряд сайтов даже не попытался проверить такую провокационную новость, связавшись с обычными дончанами.

«Существует определенный запрос на украинские СМИ, который тяжело удовлетворить в виду их блокирования. В то же время, высока степень недоверия к ним. В первую очередь, из-за того, что их считают такими же инструментами пропаганды, как и российские. С другой стороны, тяжело подготавливать объективные и точные материалы, которые бы со 100% точность отображали ситуацию, работая удаленно или подпольно, как это сейчас делают украинские СМИ», - считает эксперт Виталий Сизов.

Ситуацию усугубляет то, что часть украинского медиа сообщества отказывается от объективной информации с оккупированных территорий, считая журналистов, которые въезжают туда ради работы, предателями или пособниками сепаратистов. Что продемонстрировала публикация на сайте украинских волонтеров «Миротворец» списка аккредитованных в «ДНР» журналистов и серьезный скандал вокруг этого. Это создает проблемы для репортеров, чьи данные были обнародованы, во время работы с украинскими военными и пересечения линии разграничения. Все это свидетельствует, что сегодня на востоке Украине серьезные проблемы с доступом журналистов к информации, безопасностью их работы, пониманием ее результатов в обществе и свободой слова.

## Список авторов и издателей

### **Абибок Юлия**

[y.abibok@gmail.com](mailto:y.abibok@gmail.com)

Информационно-аналитическое агентство «ОстроВ» (специальный корреспондент), PhD-программа «Массовые коммуникации» Национального университета «Киево-Могилянская академия»

### **Бундуки Татьяна**

[tania.iojita@gmail.com](mailto:tania.iojita@gmail.com)

Журналист, директор программ молодежного радио Молдовы (RMT), Национальная общественная компания по телевидению и радиовещанию (IPNA) «Телерадио-Молдова».

### **Выговская Наталья Анатольевна**

[spilkamnz@gmail.com](mailto:spilkamnz@gmail.com)

Кандидат наук по социальным коммуникациям, преподаватель факультета журналистики Запорожского национального университета (Украина), региональный представитель Института массовой информации (Украина), руководитель общественной организации «Союз молодых независимых журналистов» (Запорожье, Украина). Журналист, эксперт в области СМИ. В журналистике с 2000 года, работала корреспондентом, главным редактором/генеральным директором региональных еженедельников. Последние пять специализируется на вопросах соблюдения профессиональных и этических стандартов в медиа

### **Гуцуцуй Ольга**

[olga.gututui@gmail.com](mailto:olga.gututui@gmail.com)

Эксперт в области СМИ, член Координационного совета по телевидению и радио (Кишинэу, Республика Молдова)

### **Дорош Марина Александровна**

Журналист, главный редактор сайта MediaSapiens (общественная организация «Детектор медиа»), Украина.

### **Думбрава, Василе**

[dumbrava@uni-leipzig.de](mailto:dumbrava@uni-leipzig.de)

доктор философских наук (PhD, Лейпцигский Университет, Германия), с 2005 г. зам. руководителя Молдова-Институт Лейпциг. Руководитель многочисленных проектов Молдова-Институт Лейпциг в области СМИ, многолетний опыт

научной, преподавательской и издательской работы. Области интересов: свобода и развитие СМИ в Украине и Республике Молдова, политика в сфере истории и культуры памяти в Восточной Европе после Второй мировой войны, политика в отношении меньшинств и языковые конфликты в Молдове и Украине.

**Дзялошинский Иосиф Михайлович**

[imd2000@yandex.ru](mailto:imd2000@yandex.ru)

Доктор филологических наук, профессор факультета коммуникаций, медиа и дизайна Национального исследовательского института «Высшая школа экономики» (Москва, Россия).

**Жолудь Роман Владимирович**

[roman@21vek.org](mailto:roman@21vek.org)

Кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики журналистики Воронежского государственного университета, руководитель информационной службы Центра защиты прав СМИ, корреспондент Фонда защиты гласности (Россия).

**Захария Виорика**

[viozaharia@yahoo.com](mailto:viozaharia@yahoo.com)

Председатель Совета Прессы Республики Молдова. Преподаватель факультета журналистики и коммуникационных наук Молдавского Государственного Университета, медиа-аналитик, менеджер по контенту платформы для онлайн-дебатов [mediaforum.md](http://mediaforum.md). В прошлом - корреспондент Радио Свобода в Молдове, редактор новостей на Про ТВ Кишинэу и репортер Центра Журналистских Расследований.

**Куц Лина**

[lina\\_kushch@hotmail.com](mailto:lina_kushch@hotmail.com)

Заведующая отделом корреспондентской сети газеты «Голос Украины», член Национального союза журналистов Украины. Родилась и выросла в г. Донецке. До 2015 года работала на позиции собственного корреспондента всеукраинской газеты «Голос Украины» в Донецкой области. С апреля 2015 года возглавляет корреспондентскую сеть газеты. Эксперт в освещении тем, связанных с украинско-российским конфликтом на востоке страны. Имеет опыт работы в зоне проведения АТО (антитеррористической операции).

**Кизянов Дмитрий Федорович**

[dopler2006@yandex.ru](mailto:dopler2006@yandex.ru)

Адвокат, член Союза Журналистов России.

**Маковей Петру**

[petrumacovei@yahoo.com](mailto:petrumacovei@yahoo.com)

Исполнительный директор Ассоциации независимой прессы (API), секретарь Совета прессы Республики Молдова.

**Пырцак Оливия**

[oliviapirtac@yahoo.fr](mailto:oliviapirtac@yahoo.fr)

Магистр права, специализированный юрист в области прав СМИ.

**Суркова Юлия Игоревна**

[silina\\_y@ukr.net](mailto:silina_y@ukr.net)

Корреспондент агентства AFP. С 2014 года года специализируется на работе в зоне конфликта на востоке Украины. С 2015 года также сотрудничает с Bloomberg и UNICEF.

**Тофан Алина**

[alina.tofan@uni-leipzig.de](mailto:alina.tofan@uni-leipzig.de)

Доктор филологических наук (АН Республики Молдова, Кишинэу), доктор философских наук (PhD, Лейпцигский Университет, Германия), сотрудница Молдова-Институт Лейпциг (Германия). Многолетний опыт научной и преподавательской работы. Автор публикаций по истории литературы и журналистики, по вопросам социолингвистики, миграции и высшего образования на постсоветском пространстве.

**Штурхецкий Сергей**

[shturkhetsky@gmail.com](mailto:shturkhetsky@gmail.com)

Кандидат наук государственного управления, доцент кафедры журналистики Национального университета «Острожская академия» (Украина), член Комиссии по журналистской этике (2011-2016). Научные интересы - общественные коммуникации во время кризиса, этические вызовы журналистики, безопасность журналистов. В журналистике - более 15 лет, соавтор более 10 учебных пособий.

**Юкечев Виктор**

[victor.yukechev@gmail.com](mailto:victor.yukechev@gmail.com)

Журналист и эксперт в области СМИ, директор Института развития прессы-Сибирь (Новосибирск, Россия), руководитель проекта Социальная правозащитная сеть «Так-так-так», член Общественной коллегии по жалобам на прессу (Россия). Автор методики общественных расследований, преподаватель медиэтики.