

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЖУРНАЛИСТА: НЕ ОТРИЦАТЬ, НО И НЕ ПРЕУВЕЛИЧИВАТЬ

В последнее время и теоретиками, и практиками СМИ активно обсуждается проблема социальной ответственности журналиста. Одни злорадно говорят – хотели свободы, вот и получили порнографию; другие увещевают журналистов – будете социально безответственными, аудитория вас разлюбит, тиражи упадут, рекламы станет меньше и доходов не будет; третьи кричат о безответственной журналистике, которая растлевет народ; четвертые призывают журналистов помогать власти в ее стремлении «навести порядок»; пятые закатывают истерики по поводу попыток власти посягать на свободу слова.

Чем же вызван такой интерес к проблематике социальной ответственности?

Прежде, чем ответить на этот вопрос, необходимо хотя бы вкратце определить понятие «социальная ответственность журналиста». Учитывая, что в толковых словарях словосочетание «социальная ответственность» вообще не значится (есть гражданская, уголовная ответственность и некоторые другие, а социальной нет), для внесения семантической ясности есть смысл разделить его на составляющие. Итак, «ответственность». Чаще всего это понятие истолковывают как необходимость отвечать перед кем-то за свои действия и поступки, либо как облеченность правами и обязанностями в осуществлении какой-нибудь деятельности. Анализ существующей литературы, в которой используется термин «ответственность», дает основание для формулирования понятийной модели следующего вида:



¹ Следствием правомерного поведения индивида могут стать политические дивиденды, общественное признание, моральное поощрение. Однако рассмотрение этого аспекта ответственности не является задачей данной работы.

Социальная ответственность как таковая в этой модели отсутствует. Можно предположить, что это словосочетание рассматривается как синоним моральной ответственности в самом широком смысле этого понятия (а не только как «осуждение коллег и угрызения совести»).

Что касается социальной ответственности журналиста, то в теории журналистики это понятие как полноценный концепт² впервые возникло в книге "Четыре теории прессы", написанной американскими исследователями масс-медиа Фредом С.Сибертом, Уилбуром Шраммом и Теодором Питерсоном. Стремясь осмыслить методологические основы журналистской деятельности, они констатировали, что в разных странах и в разные времена эти основы были разными и разделили эти основы на четыре типа, назвав их теориями прессы³. Первая и старейшая - **авторитарная** теория⁴. Специфическим вариантом развития этой теории стала **советская коммунистическая** теория прессы.

Другая теория была названа **либертарианской** и отличалась тем, что главной целью СМИ провозглашались контроль за властью и критика правительства за ошибки, объективное информирование читателя и в конечном итоге поиск истины.

По мере развития общества возникла так называемая теория **социальной ответственности** прессы перед обществом. Смысл этой теории в том, что государство не вмешивается в дела прессы, никто не ущемляет журналистов в их праве искать и сообщать информацию, хозяев СМИ не ограничивают в возможности получать прибыль. Но за это пресса берет на себя обязательство быть саморегулируемой, совестливой, не гневить Бога, исповедовать общественную мораль.

Американское общество редакторов газет в 1923 году приняло Каноны журналистики, в которых газетчиков призывают соблюдать искренность, правдивость, беспристрастность, честность, порядочность и уважение к частной жизни человека, быть точными в подаче новостей, отделяя факты от мнений.

В «Международных принципах журналистской этики» есть специальный «Принцип III. Социальная ответственность журналиста». Он звучит следующим образом: «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления. Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответственен не только перед теми, кто контролирует средства массовой информации, но, прежде всего, перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы. Социальная ответственность журналиста требует, чтобы

² Понятия «концепт» и «дискурс» в данном тексте используются как синонимы. Основание для такого использования дает то обстоятельство, что понятием «концепт» обычно обозначают мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода. (См.: работы Аскольдова-Алексеева, Степанова, Караулова, Колшанского, Сулименко.) Понятие «дискурс» также используется для обозначения некоторой культуры взаимодействия (тогда говорят, например, «коммунистический дискурс», «буржуазный дискурс» или «организационный дискурс»).

³ Любой журналист, равно как и другой профессионал, по мере своего вхождения в профессию осваивает, (или переосмысливает, или создает) некие принципы, правила, стандарты, которые задают «зеленый» и «красный» коридоры деятельности. Рано или поздно эти нормативы рефлексированы и становятся некими императивами, которые обозначаются словами «теория», «идеология», «философия» профессии. У всех этих «теорий», «идеологий», «философий» есть две стороны: этико-правовая и рецептурно-практическая. Любая из этих «теорий», «идеологий», «философий» должна дать практикующему журналисту простой и ясный ответ на три вопроса: Какова цель моей деятельности? Для кого (или на кого) я работаю? Каковы допустимые средства и способы деятельности?

⁴ Королевские династии Тюдоров и Стюартов вполне искренне считали, что печать принадлежит королевской власти и поэтому обязана поддерживать ее политику. Этой точки зрения достаточно долго придерживалась и церковь. Церковные иерархи допускали сомнения и дискуссии исключительно в своей среде, отказывая обществу, в том числе и печати, вправе искать другие варианты Истины и по-своему трактовать Божественные помыслы. С XVII века, с появления в Англии патентной системы, в издательском деле начинается разрушение королевской власти над печатным словом. В XX веке жесткий авторитаризм в отношениях с прессой взяли на вооружение диктаторы - Гитлер, Муссолини и Сталин и их последователи.

во всех обстоятельствах он действовал в соответствии со своим нравственным сознанием».

Нисколько не преуменьшая значимости этического компонента разнообразных внутриредакционных кодексов, принципов, хартий, следует все же сказать, что не менее важна в них практическая часть. Внимательный анализ разнообразных практических кодексов, на которые опираются в своей деятельности западные журналисты, дает основание для вывода о том, что понятие «социальная ответственность журналиста» на самом деле есть конструкт, обозначающий совокупность императивов профессионального поведения, облеченных в форму этических предписаний. Другими словами, когда говорят о социальной ответственности журналиста, то имеют в виду не только и не столько схемы ответственности, сколько схемы выбора предмета информирования, сбора и анализа сведений, подачи материала⁵.

Этот конструкт формировался в западных странах одновременно с формированием и развитием того типа социальной организации, который ныне носит название «гражданское общество». Надо жестко и однозначно заявить, что концепт «социальная ответственность журналиста» может быть адекватно воспринят и понят только там, где идеи гражданского общества являются естественным компонентом социальной атмосферы. В других социальных системах это всего лишь слова, которые интерпретируются в соответствии с собственной политической и интеллектуальной традицией⁶.

Следует также подчеркнуть, что дискурс «социальная ответственность» есть продукт индустриальной фазы развития западного общества. По мере перехода общества из индустриальной фазы в постиндустриальную, содержание этого концепта тоже меняется. Так, например, в последние годы идея социальной ответственности трансформировалась в концепты, обозначаемые понятиями «гражданская журналистика» и «коммунитарная журналистика»⁷. Сторонники этих концептов есть и среди ученых, и среди журналистов-теоретиков, и среди журналистов-практиков.

Говоря о последователях коммуитаризма, необходимо отметить, что они считают традиционную американскую журналистику, основанную на свободе воли, непродуктивной или даже вредной для общества. Они также полагают, что старые философские идеи Локка, Милля и Вольтера о правах человека были хороши для того времени, а сегодня устарели. Апологеты этого направления выступают против просветительского либерализма, индивидуализма и приверженцев концепции свободы воли (либертарианства). Коммуитаристы выступают за подчинение редакционной политики целям гражданского общества; они ратуют за то, чтобы народ, а не журналисты определял профессиональную повестку дня в СМИ. Вместо индивидуализма, гражданских прав и свобод коммуитаристы предлагают и отстаивают более ответственное отношение

⁵ В этой связи стоит напомнить о Софийской декларации, выработанной Индоевропейским семинаром по укреплению независимых средств массовой информации (София, 1997) и одобренной затем – с соответствующей рекомендацией государствам – Генеральной ассамблеей ЮНЕСКО. Пункт 6 Софийской декларации гласит: "Профессионально правильные методы журналистской работы являются наиболее эффективной гарантией от правительственных ограничений и давления со стороны особо заинтересованных групп". И не случайно Ю.В.Казаков так настойчиво вводит термин «профессиональное правильное поведение журналиста».

⁶ Известно, что программа поведения любого животного закладывается в первые минуты появления на свет. Если первым существом, которое увидит утенок, будет курица, утенок никогда не научится плавать. Хотя называть его будут все равно утенком. Примерно также обстоит дело и с культурной матрицей функционирования государственных и общественных институтов. И американские, и советские профсоюзы назывались профсоюзами, но что, кроме названия, их объединяло? Точно так же смысловое наполнение любого понятия определяется той социокультурной традицией, в рамках которой зародилось и формировалось описываемое этим понятием явление.

⁷ Миллер Эдвард Д. Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. - М., 1998. Воронина О.А. Новый коммуитаризм и гражданская журналистика. В кн.: Воронина О.А. Гендерная экспертиза законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1998.

масс-медиа к своей роли, которое предполагает, что журналисты приносят в жертву личную свободу слова и самовыражения ради общественного блага.

Вот несколько примеров из списка рекомендаций журналистам, предложенный коммунитарянами:

1. Журналисты должны публиковать материалы, которые объединяют людей, а не разъединяют.

6. Журналисты должны отказаться от устаревшей концепции профессиональной автономии и редакционной независимости, а также индивидуализма и того, что коммунитаряны называют негативной свободой.

7. Журналисты должны освещать новости точно, с учетом разных точек зрения, по существу и полно.

8. Журналистам следовало бы придерживаться незыблемых нормативных принципов правдивого изложения фактов и соблюдать право общественности на информацию.

9. Журналисты должны понимать, что моральные принципы универсальны и абсолютны⁸.

В России ни о какой теории социальной ответственности журналиста (в западном толковании этого понятийного комплекса) никогда не было и не могло быть речи. Если для западных СМИ ответственность - это обратная сторона свободы⁹, то российская журналистика, как показано в работе Дьяковой и Трахтенберг¹⁰, с самого начала опиралась на общую для России идею святости власти, идею, что царь есть помазанник божий. Сторонники этой идеи исходят из того, что где-то наверху есть носитель абсолютной власти, который способен навести порядок и поставить на место носителей власти среднего уровня. Такое представление власти о самой себе и народа о власти задавало вполне определенное социокультурное пространство для коммуникации вообще и развития масс-медиа в частности.

Прежде всего, следует иметь в виду, что российские масс-медиа зародились во времена, когда власть, в принципе, не нуждалась в каких-либо посредниках между собой и обществом, а общество было не в состоянии помыслить себя в качестве независимого от государства субъекта. Совершенно очевидно, что в такой системе нет места для публичной сферы, и единственными механизмами обратной связи между подданными и властью становятся челобитные и доносы. Поэтому российские средства массовой информации всегда ориентировались на бюрократию как основную аудиторию и всегда помнили о своем Главном читателе – царе, императоре, генсеке, президенте¹¹. Российская

⁸ Цит.: по Воронина О.А. Гендерная экспертиза законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации. - М., 1998. <http://www.medialaw.ru/publications/books/gender/index.html>

⁹ Следует также иметь в виду, что западные (в широком смысле слова) масс-медиа формировались в условиях становления идеи публичности власти, согласно которой между обществом и властью должна находиться публичная сфера обсуждений. Кроме того, профессиональная культура западных масс-медиа зарождалась на основе протестантского тезиса о том, что любой взрослый индивид способен самостоятельно устанавливать отношения с Богом и самостоятельно отличать добро от зла. Следовательно, в процессе поиска истины никто не может занимать привилегированную позицию. Появление и развитие средств массовой информации в протестантском идеале выглядит как просто техническое расширение уже существующей коммуникации в публичной сфере. В процессе эволюции средств массовой информации их религиозные основания были утрачены. Сторонники свободы печати перешли от теологических оснований к ссылкам на естественные права человека. Отсюда и западное толкование эффективности масс-медиа как успешности, востребованности. Если тебя читают, смотрят, слушают, цитируют – значит, ты успешен, то есть эффективен.

¹⁰ Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется "повестка дня"? - Екатеринбург, 2001.

¹¹ Такая ситуация стала возможной, потому что российские СМИ возникают по инициативе власти как инструмент, обеспечивающий взаимодействие между эшелонами самой власти. Первая рукописная газета «Куранты» представляла собой подготовленную в Посольском приказе (тогдашний аналог МИДа) сводку переводов из иностранных газет. «Куранты» изготавливались в нескольких экземплярах и предназначались

пресса с самого начала тесно сотрудничала с властью, и в основе этого сотрудничества лежала не англо-американская схема «обмен информации на публичность», а значительно более архаичский механизм дарения, когда одна сторона дарует защиту, а другая в благодарность за это публикует полезные для власти статьи.

Во-вторых, по мере вытеснения духовенства из светской жизни российского общества журналисты, литераторы стремились занять это место и присвоить право поучать государей и паству. Широко известны строки Пушкина, Некрасова и других российских литераторов по этому поводу.

В-третьих, что касается собственно коммуникации, то в России сложилось совершенно специфическое, прямо противоположное западному, протестантскому представлению о коммуникативном акте. Коммуникация понималась в российской традиции не как совместный поиск истины, а как способ выражения истины, заранее существующей до всякого начала коммуникации. Отсюда и высокая самонадеянность любого автора, и уверенность в том, что не только содержание, но и форма знака являются отражением божественной истины, отсюда такое внимание к качеству языка и приверженность традиции, характерная для российских СМИ.

Понятно, что внутри этой системы всегда были элементы ее отрицания. Всегда были журналисты, боровшиеся с властью (правда, чаще всего борьба шла с одной частью власти и велась с благословения другой части).

Другой автор – Олег Панфилов, размышляя о 300-летию российской прессы, опубликовал комментарий под весьма характерным названием: «Отечественные СМИ почти всегда были под государственным контролем». В этом материале говорится о том, что практически все эти 300 лет российская пресса была под пятой цензуры. «С 1865 г. центральным цензурным органом было Главное управление по делам печати, "Временные правила о печати" 1882 г. предоставляли право министерствам просвещения, внутренних дел и Синоду закрывать газеты и журналы "вредного направления", потом было Центральное управление по цензурному ведомству. Временное правительство 27 апреля 1917 г. лишь на несколько недель упразднило цензуру, введя при этом цензуру военную. В 1918 г. Ленин подписал декрет, в котором отмечалось, что закрытие буржуазных газет и издательств - временная мера и после окончательной победы Советской власти цензуры не будет. Победы не случилось. И формально цензура была отменена после появления в 1991 г. первого российского "Закона о СМИ". Конечно, велика роль Михаила Горбачева, объявившего в 1987 г. политику гласности и плюрализма. И что? Спустя пятнадцать лет социологическое исследование группы "Мониторинг.ру", проведенное в мае прошлого года, показало, что 57% россиян выступают за введение цензуры»¹².

О том, что положения, высказанные Дьяковой, Транхтенберг, Панфиловым не являются умозрительными построениями теоретиков и экспертов, свидетельствуют многочисленные высказывания сторонников концепта, согласно которому суть идеи социальной ответственности журналиста заключается в том, чтобы помогать власти наводить порядок в стране. Под флагом борьбы за социальную ответственность журналистики и журналиста предпринимаются попытки ревизовать саму идею свободной прессы. В этой связи стоит процитировать выступление Леонида Гусельникова - пресс-секретаря губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа на совещании "О взаимодействии федеральных и региональных средств массовой информации при формировании единого информационного пространства Уральского федерального округа", с которым он выступил 25 сентября 2000 года в зале заседаний администрации

для царя и его приближенных. Тираж первой печатной газеты «Ведомости», которую выпускал лично Петр I, составлял 30 экземпляров.

¹² Панфилов О.В. «Отечественные СМИ почти всегда были под государственным контролем». - "Независимая газета", 15 января 2003 г. http://www.ng.ru/politics/2003-01-15/2_smi.html

Тюменской области¹³. (Заранее прошу прощения за длинную цитату, но уж больно она хороша...)

«Ситуация в обществе и в стране такова, что сегодня журналисты и те, кто говорит с людьми, должны прямо и честно посмотреть друг другу в глаза и подумать, а что сегодня мы можем сделать для нашей страны? И в этом смысле слова Петра Михайловича, справедливы. Мы - участники одного очень важного великого процесса собирания Родины, собирания России. Мы собираем ее из тех осколков, из того странного и страшного состояния, в котором она оказалась. Наш разговор сегодня абсолютно объективно, на мой взгляд, не может быть только конкретным и практическим, он не может состоять только из обсуждения параметров частот, на которых мы выходим в сетке вещания, программы "Вести" и так далее. Все равно будет необходимо обращаться к очень серьезным философским, историческим вещам. В этой связи прошу простить, часто говорили сегодня - свобода. Мы пережили определение "свободы". Это мое частное журналистское наблюдение, когда-то я начинал писать статью на эту тему, публицистический материал, наблюдая за тем, что происходит в Москве. У меня сложилось впечатление, что за последние 10 лет вокруг слова "свобода" сформировалась некая каста людей, которая превратила свободу в образ жизни, в профессию, в инструмент добычи колоссальных средств, и которая от общества камня на камне не оставила... Понимаете? Уничтожаются уже незыблемые ценности под флагом свободы...

"Свобода ради свободы", "Искусство ради искусства". Всё это в социальном контексте ценности прикладные. Свобода - чья, свобода - для кого, свобода - от чего... Свобода - есть продолжение и завершение ответственности. Поэтому, если мы сегодня, а я имею право, как журналист ставить эти вопросы, ставим вопросы о свободных СМИ, о свободной деятельности журналистов, мы не можем не сформулировать вопросы и ответственности журналистики. Поэтому я абсолютно согласен с положением, которое высказал в своем докладе Петр Михайлович Латышев, о том, что нам необходимо строить многоаспектное единое сообщество. Но должен отметить, что информационное единство или единение социального пространства по информационного аспекту - есть только часть его. Мы должны говорить о едином социальном пространстве и в послании Владимир Владимирович Путин именно так формулировал. В своем послании, как в программном документе, он предложил обществу попытку обозначить правовые, нравственно-эстетические, гражданские ценности, которые объединяют общество. Вот это и есть единство. А информационный, правовой, экономический, таможенный и иной аспект - это только лишь аспект...

В Ямало-Ненецком автономном округе к сегодняшнему дню в целом вчерне создана система социальной ответственности журналистики или как бы творится, создается система социальной ответственности журналистики, в основе которой без стыдливости были сформулированы принципы социально-ответственной деятельности СМИ и на Ямале. И кстати, когда Александр Андреевич Пермяков первый раз получил в 1997 году проект устава, в нем было записаны во второй главе: принципы социально-ответственной деятельности ОГТРК. Записали - одна из главных задач ОГТРК - организация управления информационными средствами взаимодействия, создание коммуникационных каналов между властью и населением, между органами управления и обществом. Прямой и обратной связи. И ничего постыдного тут нет...

Поэтому здесь очень важно, чтобы каждый занимался своим делом и общество должно иметь определенные средства пропаганды. Это могут быть и СМИ. Поэтому в этой книжке, подготовленной вместе с моими коллегами при участии руководства округа, под кураторством Михаила Николаевича Пономарева, мы попытались как бы проанализировать тот опыт, по которому шли в вопросах планирования информационной деятельности. И здесь мы записали, что есть социально-ответственная журналистика, главная задача которой заключается в организации информационного взаимодействия всех слоев населения, а средствами этой журналистики является ответственность, принципиальность, патриотизм...

¹³ Из множества выступлений подобного рода выбрано это исключительно потому, что оно прозвучало именно в Тюмени, где профессор Бакштановский с коллегами положили немало сил на то, чтобы вместе с журналистами осмыслить современный медиа-этос.

И в этой связи конкретные предложения.

Мы должны немедленно пересмотреть программу подготовки молодых журналистов и переподготовки. Потому что сегодня нам их готовят те, кто слушает радио "Свобода", наслушались и НТВ. Приходит талантливый молодой человек, но он обязательно хочет работать как на НТВ. Это значит что, он хочет делать скандальные материалы, чернушные материалы, а когда ему говоришь, а почему не патриотический материал, он говорит : "Это не зримо, это не читатель"...

Второе, у меня есть предложение. Вот господин первый заместитель Министра говорит "грант" - я думаю, он образованный человек, а вот что такое грант - не понимаю. На Ямале, и уже прошла практическую опробацию, сформирована практика размещения государственного информационного заказа на выполнение того или иного вида информационных работ. Нужна социальная реклама, связанная с соблюдением правил дорожной безопасности. Органы государственной власти или муниципального управления, другие заинтересованные субъекты размещают государственные информационные заказы. Необходимо выполнить так сказать информационные материалы и предать общественное значение историческим тем - 70-летие округа и т.д., государственный информационный заказ. Я думаю, что это замечательная практика, и в этом смысле полномочному представителю Президента, наверное, стоит издать некий методический документ, в котором будут рассмотрены основные вопросы взаимодействия органов государственной власти, полномочного представителя и субъектов Российской Федерации при размещении государственного информационного заказа. Размещаться он должен гласно, открыто, независимо от формы собственности или каких-то иных обстоятельств, которые объединяет СМИ. Ну вот, пожалуй, и все, что я хотел сказать»¹⁴.

На этой весьма противоречивой и запутанной основе и формировалось чисто российское понимание свободы как отсутствия ограничений (что хочу, то и делаю, и никто мне не указ) и ответственности (как необходимости отчитываться перед внешними, чаще всего враждебными силами) за результаты своей деятельности.

Отсутствие хотя бы элементарных основ гражданского общества делало невозможным естественное возникновение концепта «социальная ответственность журналиста».

Авторитарный дискурс, плавно перешедший в «коммунистическую теорию прессы», не оставлял ни малейшей лазейки для разработки и реализации профессиональных технологий, имманентных социально ответственной журналистике (в западном понимании этого термина). Поэтому мы могли наблюдать многочисленные словесные баталии по поводу журналистского долга, журналистской честности, журналистской ответственности перед народом, государством, аудиторией, державой, в конце концов, ответственности перед своей совестью, но никогда эти разговоры не переходили в плоскость **разработки практических технологий социально ответственной профессиональной деятельности.**

Концепция социальной ответственности журналиста стала просачиваться в российский журналистский дискурс одновременно с разговорами о гражданском обществе, местном самоуправлении, четвертой власти и другими понятиями, импортированными в Россию в безвозвратно ушедшие годы либеральной бури и демократического натиска. И так же, как смысловое наполнение понятий «либерализм», «демократия», «гражданское общество», прижившееся в России, было весьма далеко от смыслов, которые в них видели на родине этих понятий, так и отечественное толкование словосочетания «социальная ответственность журналиста» не вполне адекватно своему западному аналогу¹⁵.

¹⁴ Информация предоставлена Пресс-службой губернатора Тюменской области.
http://adm.tyumen.ru/admin/news/26-09_09.html

¹⁵ Я очень люблю старый советский анекдот о слесаре, который всю жизнь делал на заводе детали якобы предназначенные для швейных машинок. Решив сделать жене подарок к 8 марта, сей слесарь наворовал на заводе детали и попытался собрать швейную машинку дома. Каково же было его удивление, когда вместо

В отечественной литературе понятие «социальная ответственность журналиста» активно исследовали Е.П.Прохоров, Г.В.Лазутина, Ю.В.Казаков и некоторые другие авторы. Е.П.Прохоров сконцентрировал свое внимание на философских аспектах проблемы ответственности, Г.В.Лазутина, Ю.В.Казаков и другие – на этических аспектах личной ответственности журналиста перед аудиторией и профессиональным сообществом.

В общем плане предложенные ответы на вопрос, в чем состоит социальная ответственность журналиста, заключался в утверждении, что речь идет об ответственности за добросовестное исполнение своей социальной функции, ответственности за последствия, явившиеся результатом деятельности, и ответственности за недостаточное исполнение своих обязанностей или превышение своих полномочий. Правда, здесь возникал коварный вопрос: «А в чем все-таки заключается главная функция журналистики как социального института?» По этому поводу шли (и до сих пор идут) споры, описание которых не входит в мою задачу.

Что касается ответственности за оказываемое воздействие на людей, на какую-то конкретную общину и на общество в целом, то специалисты пришли к выводу о том, что было бы глупо отрицать это влияние, хотя и не следует его преувеличивать. Поэтому на журналистов в полной мере распространяется сформулированная еще римскими судьями «доктрина дикого зверя». То есть, если лев вырывается из клетки, считается, что это произошло по вине смотрителя зоопарка. Совершенно несущественно, случилось ли это из-за небрежности с его стороны – если он забыл запереть клетку – или в результате землетрясения. Это означает, что журналистика обязана и журналист обязан понимать реальные опасности, которые могут возникнуть в виде последствий их деятельности и предусматривать соответствующие «меры безопасности». Так же как смотритель в зоопарке несет ответственность не только за жизнь и здоровье вверенных ему диких зверей, но и за безопасность взаимодействия посетителей зоопарка с этими зверями.

Это значит, что журналистика, как и любой другой социальный институт должна ограничить свое влияние тем, что действительно жизненно необходимо для выполнения ею своей основной социальной функции: способствовать ориентации людей в актуальной действительности. Все, что выходит за рамки этой функции, является, по сути, противозаконным и может быть классифицировано как узурпация власти. Примерно так же, как узурпацией власти является требование уборщицы, стоящей со шваброй у входа в учреждение, тщательно вытирать ноги.

Переходя с общесоциального уровня размышлений об ответственности журналиста на локальный, то есть на уровень ответственности журналиста за ситуацию в городе, области, следует отдавать себе отчет в том, что по этому вопросу существует как минимум две точки зрения. Первая, что журналист как влиятельный человек должен непременно использовать свое влияние для того, чтобы помогать решению социальных проблем, стоящих перед общиной. Другая точка зрения заключается в том, что дело журналиста информировать и представлять возможность высказаться, и он не должен выполнять за чиновников их работу¹⁶.

швейной машинки получился пулемет. И каждый раз, когда он пытался собрать швейную машинку, получался пулемет. Такая же история происходит со многими понятиями и теориями, которые россияне заимствуют на Западе. Там собирают швейные машинки, а у нас из этих же деталей получается пулемет. Наглядное свидетельство – трансформация понятийных комплексов, связанных с категориями «гражданское общество», «социальная ответственность журналиста» и т.п.

¹⁶ Здесь, как и во многих других ситуациях, нужна какая-то золотая середина и каждый должен находить ее сам. Но надо помнить о том, что ответственность перед общиной не есть филантропия. Журналист кровно заинтересован в том, чтобы его аудитория была заинтересована в его деятельности и способна оплачивать его труд. Журналист не может решить социальные проблемы: скверные жилищные условия, нехватка рабочих мест, недостаточность хорошего образования, отсутствие стимулов для хорошей работы. Но он может показывать эти проблемы и самое главное – критиковать работу тех, от кого зависит решение этих проблем.

Ставя вопрос об ответственности журналиста перед людьми, писавшие об этих проблемах авторы энергично указывали на необходимость соблюдения естественных прав человека, невмешательства в личную жизнь, бережного отношения к чести и достоинству людей и т.д.

В некоторых публикациях говорилось об ответственности журналиста перед собой. Эта ответственность заключается в требовании самоуважения: не позволять унижать себя и не унижаться самому.

Ну и конечно, главное внимание в эти годы было уделено проблемам ответственности журналиста перед профессиональным сообществом, перед корпорацией¹⁷.

Основой всех размышлений об ответственности являлся тезис о том, что отвечать за свои действия может только свободный человек, то есть человек, самостоятельно, без принуждения принимающий решение о своих действиях. Соответственно, проблема социальной ответственности журналиста рассматривается в категориях свободы слова. Возникает тезис о том, что ответственность есть ограничение свободы, неизбежное в связи с несовершенством человеческой природы, но ограничение. Другими словами, речь идет том, чтобы быть ответственным в выборе своих решений и действовать в рамках необходимости, то есть не преступать закон.

В этом контексте понятие ответственности рассматривается как необходимость ответственного принятия решений. Появляется проблематика так называемой социальной позиции журналиста: мера свободы зависит от верности социальной позиции. Сущность этой позиции описывается в терминах гуманизма. В личностном плане социальная и профессиональная ответственная позиция рассматривается в категориях профессионального долга

Несколько по-иному посмотрел на эту проблематику Александр Оськин¹⁸, который, отталкиваясь от предложенных американскими исследователями моделей и всматриваясь в то, что делается в российских СМИ, пришел к выводу, что в «отличие от "прогнивших западных изданий" современные российские СМИ в большинстве своем ярко демонстрируют свой особый путь в развитии. Складывается впечатление, что многие отечественные редакторы исповедуют новую, пятую теорию прессы - теорию социальной безответственности. Ее суть в простых тезисах: творю, что хочу; печатаю все, за что платят; газетные и журнальные страницы не пахнут; главное - соблюсти наказы моей финансово-олигархической партии»¹⁹. По мнению этого хорошо информированного человека, «эпоха Ельцина, безусловно, значительна в безудержной свободе прессы. Пьянящее чувство свободы подтолкнуло многих издателей к нормам дикого капитализма в своем бизнесе. А именно эти принципы не имеют ничего общего с социальной ответственностью прессы. И более того, дикий капитализм в деятельности российских СМИ - это сегодня уже и не капитализм вовсе. Это антирыночный произвол, насилие над потребителем и его информационными потребностями. Газета, как товар, исповедующая принципы социальной безответственности, - это товар некачественный, гнилой, неконкурентоспособный. Такое издание, по сути, должно быть обречено»²⁰.

Отсюда вывод, который я процитирую полностью, поскольку он в концентрированной форме воспроизводит ход мысли многих людей, обеспокоенных ситуацией в российских медиа, но не желающих возврата к мрачным советским временам,

¹⁷ Становление духа корпорации. Правила честной игры в сообществе журналистов. - М., 1995; Тетради гуманитарной экспертизы. Медиа этос. // Выпуски 1-4.: Ценности и "правила игры" регионального сообщества журналистов в координатах гражданского общества. - Тюмень, 1999 -2000.

¹⁸ А. Оськин - специалист по газетному менеджменту, кандидат экономических наук, основатель и первый президент Ассоциации распространителей печатной продукции РФ и Гильдии издателей периодической печати. В 1995-1997 гг. - Генеральный директор ЗАО "Сегодня-пресс", в 1997-1998 гг. - Генеральный директор ЗАО "Комсомольская правда".

¹⁹ Оськин А. Социальная безответственность российской прессы. <http://www.sreda-mag.ru/mag/19/27.shtml>

²⁰ Там же.

и одновременно демонстрирует редкий случай выхода за пределы философско-психологических и этических толкований категории «социальная ответственность журналиста»:

«Обустройство отечественных СМИ во многом дело рук самих СМИ. И законы у нас стране надо также пробивать и проталкивать сквозь инертных депутатов самим издателям и журналистам. И издательский бизнес делать прозрачным, уходя от теневой экономики и черного PR своей волей и своими решениями. И кодекс чести российского издателя, редактора, журналиста должен быть принят добровольно и большинством, как десять заповедей в христианстве.

Звучит красиво. Но закономерно задаться вопросом, а что, собственно говоря, подвигнет издателя X на самоограничения и отказ от сумасшедших сверхприбылей, неучтенных доходов, и т.п.?

К честному законопослушному издательскому бизнесу россиян должен подвигнуть рынок. Только баланс спроса и предложения в цивилизованных странах заставляет топменеджеров западных издательств строить свою работу профессионально честно. Порядочно. Так ты имеешь шанс выиграть у конкурентов. Ты не столь ангажирован, как сосед, но ты даешь информацию и комментарии так, как хочет твой потребитель, а не твой глупый владелец. Поэтому ты не печатаешь портреты и панегирики своему патрону. Читателю наплевать на олигарха. Ты печатаешь информацию, статьи и заметки, за которые тебе платит потребитель - читатель, подписчик. А рекламодатель тебе дает рекламу только потому, что твоя информационная работа интересует тысячи потребителей твоей газеты. Отсюда и доходы, отсюда и дивиденды акционерам.

СМИ, как информационный товар, имеет потребительскую стоимость постольку, поскольку удовлетворяет информационные потребности населения. Не олигархов, не партийных лидеров, заметьте, а НАСЕЛЕНИЯ. Вот в этом то и кроется корень социальной ответственности прессы. Надо думать, что здесь скрывается и критерий финансового и тиражного благополучия отечественных газет и журналов»²¹.

Теперь вернемся к вопросу: в чем причины резко обострившегося интереса к проблематике «социальной ответственности журналиста»?

Можно выделить три круга системных трансформаций, появление которых существенно изменило ситуацию в сфере осмысления проблем социальной ответственности журналистики и журналиста.

1. Трансформировался мир в целом. Вот лишь некоторые точки такой трансформации:

- *трансформация экономической сферы* - глобализация, экологизация, информатизация;
- *трансформация политической сферы* - демократизация, департизация, усиления влияния на политические процессы сплоченных меньшинств, отказ от всеобъемлющих политических обещаний, инертность массы;
- *трансформация социальной сферы* - возникновение множества новых социальных групп, размывание границ социальных групп, трудность социальной идентификации;
- *трансформация духовной сферы* - потеря веры в целостность мира и потеря чувства ответственности за его существование, отказ от системных идеологий и религий, плюрализм и мультикультурализм, фундаментализм как реакция на мультикультурализм и плюрализм, отказ от веры в спасительность общественных изменений и революционных преобразований.

2. Трансформировалась Россия. Эту тему я даже не затрагиваю.

²¹ Оськин А. Социальная безответственность российской прессы. <http://www.sreda-mag.ru/mag/19/27.shtml>

3. Трансформировалась российские СМИ. И об этом сказано достаточно много²².

Все эти трансформации преобразуют практики медийной деятельности и требуют переосмысления сложившихся представлений. Таким образом, сейчас исследователи и практики российских масс-медиа оказались у очередной развилки, знаком которой является понятие «социальная ответственность журналиста». Среди множества возможных направлений дальнейшего движения можно выделить три дороги.

I. Одна из них связана со все более глубоким осмыслением нормативно-ценностных оснований журналистской профессии, проблематики прав и обязанностей, а также легитимности различных субъектов, перед которыми приходится «держат ответственность».

Поясню, что я имею в виду. Проводя семинары для журналистов, мы обычно просим их заполнить анкету входного контроля, в которую, помимо один из таких ситуативных вопросов мы сформулировали следующим образом: «Перед кем, с Вашей точки зрения, современный российский журналист отвечает и перед кем он должен отвечать за результаты своей деятельности? (5 – отвечает или должен отвечать в первую очередь, 4 – следующий по важности субъект ответственности и т.д.)». Опрашивались участники проводившихся нами в Вологде, Великом Новгороде и Томске семинаров и конференций. Понятно, что ни о какой репрезентативности не может быть и речи, однако сравнение ответов дает основание если не для выводов, то, по крайней мере, для размышлений. Если усреднить полученные ответы и перевести их в ранги, то получится следующая картина. Сегодня журналисты в опрошенных регионах отвечают за свои действия прежде всего перед владельцем СМИ и главным редактором, который либо сам входит в число владельцев, либо исполняет их волю. Затем идет государство, понимаемое не как не держава и прочие геополитические абстракции, а как вполне конкретные ведомства и инстанции, которые могут привлечь журналиста к ответственности по самым разным поводам. Затем идет так называемая общественность, то есть референтные для журналиста группы людей, на пятом ранговом месте - он сам. Потом идет аудитория, то есть потребитель (или пользователь), и на последнем месте журналистское сообщество (табл. 1).

Таблица 1

Данные о том, перед кем отвечают журналисты за свою профессиональную деятельность (ранги)

Субъекты ответственности	Великий Новгород	Вологда	Томск
Аудитория	5	5	6
Владелец СМИ	1	1	1-2
Главный редактор	2	2	1-2
Государство (в лице конкретных властных структур)	3	3	3
Журналистское сообщество	7	7	7
Общественность	6	6	4
Сам журналист	4	4	5
Другие субъекты	8	8	8

²² См., напр.: Дзялошинский И.М. Интегративные процессы в современных российских медиа-системах, или Что происходит в российском информационном пространстве. // В кн.: Мы - сограждане (СМИ и общество). – Том 2. - М., 2002 и др.

Что касается желаемой иерархии субъектов ответственности, то она выглядит так: прежде всего журналисты хотели бы отвечать за то, что делают, перед общественностью, аудиторией и собой. Правда, тут есть некоторые региональные расхождения. Журналисты из Вологодской области на первое место поставили аудиторию, а их коллеги из Великого Новгорода и Томска общественность и самих себя. На четвертом месте у журналистов из Великого Новгорода и Вологды главный редактор, а у их коллег из Томска журналистское сообщество. Пятую позицию у журналистов из Великого Новгорода и Вологды занимает журналистское сообщество, а у журналистов из Томска другие субъекты (в эту категорию опрошенные чаще всего включали своих родственников и знакомых). Государство и владелец СМИ у всех опрошенных занимают в иерархии желаемой ответственности последние позиции (табл. 2).

Таблица 2

Данные о том, перед кем хотят отвечать журналисты за свою профессиональную деятельность (ранги)

Субъекты ответственности	Великий Новгород	Вологда	Томск
Аудитория	3	1	3
Владелец СМИ	8	7	8
Главный редактор	4	4	7
Государство (в лице конкретных властных структур)	7	6	6
Журналистское сообщество	5	5	4
Общественность	1-2	3	1
Сам журналист	1-2	2	2
Другой субъект	6	8	5

Сравнение этих двух таблиц показывает радикальное расхождение между практикой и интуитивными представлениями о нормальном порядке вещей. При этом оказывается, что желаемое распределение ответственности практически полностью совпадает с тем, которое зафиксировано в уже цитировавшихся «Международных принципах журналистской этики». Чем не предмет для осмысления?

II. Другая «дорога» связана с дальнейшим развитием тезиса о том, что социальная ответственность журналиста заключалась в добросовестном исполнении своей социальной функции.

В прошлом году наш Институт выполнил масштабное исследование взаимоотношений между органами местного самоуправления, населением и прессой в шести регионах России. Большое внимание в работе было обращено на изучение представлений руководителей МСУ, сотрудников местных СМИ и населения о функционально-ролевой и тематической модели местных СМИ²³.

²³ Говоря о функциях журналистики, обычно имеют в виду совокупность неких обязанностей социальной системы, обозначаемой понятием «журналистика», удовлетворяющих некие потребности мегасистемы под именем «общество». Состав и многообразие потребностей, для удовлетворения которых создан и развивается социальный институт «журналистика», предопределяют состав и многообразие реализуемых журналистикой функций.

В теоретико-журналистских работах, вышедших в 70-х и 80-х годах, выделялись функции, которые так или иначе были связаны с необходимостью воздействия на сознание и поведение людей и деятельность социальных институтов. Для примера можно указать на подходы двух известных ученых - Б.А.Грушина и Е.П.Прохорова. Б.А.Грушин в те годы полагал, что функции средств массовой информации сводятся к следующим пяти «элементарным»: информированию (увеличению объема и/или изменению состава знаний аудитории); воспитанию (формированию или изменению системы нравственных

Полученные материалы дают основание для формулирования пока еще осторожного вывода о том, что комплекс социально-культурных представлений, определяющих функционирование медийной сферы в России, приобретает достаточно внятные характеристики. Мы уже можем выделить некое общее ядро представлений, определяющих национальную модель массовой коммуникации. Так, например, во всех обследованных регионах и журналисты, и население, и местная власть считают, что СМИ прежде всего должны выполнять роли «зеркала», «трибуны», «транслятора». И менее всего опрошенные в обследованных регионах склонны видеть СМИ в ролях «лидера», «критика», «шоумена».

Вокруг этого, условно говоря, общенационального ядра размещаются комплексы представлений, обусловленные какой-то региональной спецификой. Так, например, в Свердловской области и журналисты, и представители местной власти на первое место ставят такую роль, как «аналитик, комментатор». Население ставит эту роль на второе место. В Самарской области журналисты и население поставили эту роль на шестое место, власть - на четвертое. В Новосибирской области журналисты поставили роль «помощника» на шестое место, население - на пятое, а власть - на девятое.

То же самое можно сказать и по поводу сообществ. Внутри журналистского сообщества можно обнаружить некие общепринятые нормы, занимающие примерно одни и те же места в иерархиях, обозначенных журналистами, работающими в различных регионах и городах разного типа. Например, во всех обследованных регионах журналисты поставили такую роль СМИ, как «зеркало», на второе ранговое место, а такую роль, как «трибуна», на третье ранговое место. Высокие совпадения наблюдаются по таким ролям, как «помощник», «критик», «переговорщик», «шоумен». И вместе с тем журналисты, работающие в одном регионе, отличаются от журналистов, работающих в другом регионе, по некоторым параметрам своей профессиональной идеологии. Например, журналисты Свердловской, Новосибирской и Воронежской областей поставили роль «аналитика» на

представлений); организации поведения (прекращению, изменению или инспирированию каких-либо действий); созданию определенного эмоционально-психологического тона; коммуникации (усилению, поддержанию, ослаблению связей между представителями аудитории, между органами управления и аудиторией).

В работах Е.П.Прохорова выделялись такие целевые функции средств массовой информации, как: непосредственно-организаторские, идеологические (социально-ориентирующие), культурно-рекреативные.

В 90-е годы вышли работы Е.П.Прохорова, И.Д. Фомичевой, Л.Л.Реснянской, Л.Г.Свитич и других исследователей, авторы которых констатировали появление новых функций. Так, например, И.Д.Фомичева выделяла функции информационного обеспечения разносторонней активности личности; ценностного ориентирования; обеспечения участия личности в процессах управления; установления социальных контактов личности; психической регуляции и др.

Сегодня чаще других выделяются такие функции журналистики, как информационная, коммуникативная, социально-ориентирующая, рекреативная, а также функции выражения и формирования общественного мнения, теснейшим образом связанные друг с другом. Иногда к этому перечню добавляют социально-организаторскую функцию, являющуюся разновидностью управленческой деятельности и выражающуюся в мобилизации аудитории на определенные действия.

В работах западных исследователей отмечается еще одна — экономическая функция журналистики, выражающаяся, с одной стороны, в обеспечении условий для функционирования органов информации как экономически прибыльных организаций, а с другой — в обеспечении аудитории информацией рекламного характера. Еще одна функция — переговорщика — обозначена в докладе Комиссии по вопросам свободы печати, организованной в 1947 г. с целью оценки роли американской прессы: свободное выражение мнений в СМИ переводит социальный конфликт «из плана насилия в план обсуждения».

Учитывая, что журналист может по-разному относиться к осуществляемым им функциям, в данной работе был использован несколько иной — функционально-ролевой — подход. С позиций этого подхода структура социально-ролевого комплекса СМИ может быть описана с помощью таких понятий, как «репертуар» и «пространство социально-профессиональных ролей». С помощью первого мы обозначаем устойчивый перечень ролей, так или иначе связанных с функционированием какого-либо издания, средства массовой информации или конкретного журналиста. С помощью второго описывается система взаимоотношений между самими ролями: нахождение в центре или на периферии, расстояние ролей друг от друга и т.д.

первое место, самарские журналисты - на шестое место, ленинградские и ставропольские журналисты - на пятое.

Представители местных администраций показывают высокое совпадение в своих взглядах на СМИ, как на «трибуну», «зеркало», «организатора». С другой стороны, представители местных администраций, работающие в Самарской области, поставили такую роль, как «помощник» на третье ранговое место, в Ставропольском крае - на пятое ранговое место, Свердловской, Воронежской и Ленинградской областях - на седьмое, а Новосибирской - на девятое.

Население практически единогласно во всех обследованных регионах ставит на первые места такие роли, как «транслятор», «помощник», «зеркало». Однако опрошенные жители Воронежской, Ленинградской и Новосибирской областей поставили такую роль СМИ как «контролер» на третье ранговое место, в Свердловской области - на седьмое, в Ставрополье - на девятое, а в Самаре - на одиннадцатое (табл. 3).

III. Третья дорога ведет к более глубокому осмыслению практических контекстов дискурса «социальная ответственность журналиста». Эти практические контексты связаны с идеями партиципаторной коммуникации, диалоговой журналистики, активно разрабатываемыми учеными факультета журналистики МГУ Е.П. Прохоровым, И.Д. Фомичевой, Л.Л. Реснянской²⁴, а также с концептом «гуманитарная коммуникация», «гуманитарная журналистика», который был предложен мной в 1988 году. Суть этого концепта в его сегодняшней интерпретации связана с тремя составляющими: диалог, толерантность, мультикультурализм²⁵.

В заключение следует обозначить и такую гипотетическую ситуацию: если в процессе развития удастся обеспечить синтез всех трех направлений движения, да еще в условиях действительного становления в России гражданского общества, а не его имитации, проблематика социальной ответственности журналиста перестанет быть уделом узкого круга специалистов, а превратится в предмет непрерывной рефлексии профессионального сообщества.

²⁴ См.: Прохоров Е.П. Режим диалога для демократической журналистики открытого общества. - М., 2002; Фомичева И.Д. СМИ как партиципаторные коммуникации. // Автореф. докт. дисс. - М., 2002; Реснянская Л.Л. Двусторонняя коммуникация: методика организации общественного диалога. - М., 2001 и др.

²⁵ См. работы Дзялошинского И.М.: Еще раз о технократическом подходе к пропаганде. // "Слово лектора", 1988, № 5; Журналист – читатель: от управляющего воздействия к развивающему взаимодействию. // В кн.: Перестройка и пресса. - М., 1989; Советская журналистика: три парадигмы творчества. // В кн.: Журналист, пресса, аудитория. - Л., 1991; Права человека и толерантность. // Доклад на Международном семинаре «Фундаментальные права человека и СМИ: проблемы свободы слова и толерантности. Москва, 4 мая 1995 г.; Российский журналист в посттоталитарную эпоху. - М., 1996; а также книги: Региональная пресса России и структуры гражданского общества: сотрудничество во имя развития. - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. - М., 1999; Роль прессы в формировании в России гражданского общества. День сегодняшний. - М., 2000; Местное телевидение, власть, население: информационная открытость как основа социального партнерства. - М., 2001; Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм как ориентиры профессионального поведения. - М., 2002; Мы - сограждане (СМИ и общество). – Том 2. - М., 2002 и др.

Таблица 3

Иерархия ролей, которые, по мнению опрошенных, должны выполнять СМИ (ранги)

Роли	Журналисты	Население	Представители местных органов власти
Лидер Формировать у людей определенные политические взгляды, побуждать к активным общественным действиям	11	11	8
Контролер Контролировать действия хозяйственных и политических структур	8	6	9
Организатор Организовывать людей для достижения общих целей	10	9	5
Зеркало (Источник информации) Информировать о происходящих событиях, рассказывать о жизни горожан	1	4	4
Трибуна Предоставлять возможность высказаться представителям различных точек зрения, отражать разнообразие мнений, представлений	3	5	2
Рупор Излагать позицию руководства населенного пункта	5	7	10
Транслятор Давать практическую информацию, справки, советы и т.д.	2	1	3
Аналитик, комментатор Анализировать происходящие события, искать пути решения проблем	4	3	1
Помощник Оказывать людям помощь в конкретных жизненных ситуациях	6	2	7
Критик Критиковать действия властей, отдельных людей и групп населения	12	12	12
Переговорщик Содействовать взаимопониманию людей, разрешать споры	7	8	6
Шоумен Давать возможность весело и приятно провести время	9	10	11