

В.А. Абиькенова

УДК 179.1

**Институты регулирования дуализма
профессиональной и корпоративной этик в журналистике
(анализ практического опыта)**

Аннотация. В ситуации дуализма требований профессиональной этики журналиста и корпоративной этики организации, в которой он работает, журналист оказывается перед моральным выбором и необходимостью самоопределения к той или иной нормативно-ценностной подсистеме. Немаловажную роль в такой ситуации играют инструменты института саморегулирования, к которым может обратиться журналист.

Ключевые слова: саморегулирование, этический кодекс, дуализм, корпоративная этика, профессиональная этика журналиста, нормативно-ценностная подсистема.

Исследованиям феномена дуализма двух нормативно-ценностных подсистем в теоретическом аспекте еще предстоит развернуться в должной мере. Более определенно данное заключение относится к эмпирическим исследованиям этого феномена. Тем не менее и возможно, и необходимо проанализировать имеющийся практический опыт, прежде всего тот, который прямо или косвенно связан с уже проведенными теоретическими исследованиями феномена дуализма двух нормативно-ценностных подсистем. Речь идет об исследованиях потенциала институционального саморегулирования профессии: о ряде профессионально-этических документов профессии и об опыте Общественной коллегии по жалобам на прессу как органа медийного саморегулирования. Но перед непосредственным анализом этого потенциала представим типичный, на наш взгляд, случай такого конфликта, порожденного ситуацией дуализма.

**«Случай Парфенова»
как пример конфликтного дуализма**

Несмотря на давность «случая», в современной отечественной журналистике это едва ли не первый публичный конфликт, обусловленный распространенной в практике ситуацией дуализма двух нормативно-ценностных подсистем – профессиональной и корпоративной. Для представителей профессионального сообщества журналистов – это своеобразный «урок», для исследователя – объект для анализа.

Анализа, направленного на выявление природы «случая»: представляется, что увольнение профессионального журналиста и закрытие его программы – результат не обычного конфликта журналиста и менеджера одной корпорации или проявления цензуры, но и столкновения двух нормативно-ценностных подсистем, результат существования профессии в ситуации их конфликта.

Напомним: в начале июня 2004 года с НТВ уволен Леонид Парфенов, руководитель и ведущий программы «Намедни». Закрыли и саму передачу. Такое решение принял гендиректор канала Николай Сенкевич, который пояснил, что «причиной увольнения стало закрытие программы “Намедни”, связанное с нарушением Леонидом Парфеновым трудового договора, который обязывал его поддерживать политику руководства канала».

Официально тележурналист уволен по сокращению штата – такова формулировка в приказе. Формальный повод для увольнения – отказ Парфенова снять с эфира острый актуальный репортаж. Свою оценку ситуации дали не только непосредственные участники конфликта – Леонид Парфенов и руководство канала, но и коллеги журналиста, эксперты и даже политики.

С точки зрения Леонида Парфенова, суть происшедшего – «столкновение корпоративных интересов». Определяя так этот конфликт, он имеет в виду столкновение интересов журналистской профессии (важная для общества и эксклюзивная информация) и интересов руководства компании. По сути налицо конфликт журналистской этики и этики корпоративной. Об этом можно судить по контексту, в котором Парфенов употребляет словосочетание «корпоративный интерес». «Я считаю, что правильно сделал. Я ни о чем не жалею, потому что главная задача корпоративной телекомпании – передавать информацию. Вот это первично. А то, как мы потом внутри взаимно вежливы, – это вторая вещь», – заявил Л. Парфенов.

Вряд ли в своих выступлениях по этому поводу Парфенов разделяет корпоративную телекомпанию как СМИ и как бизнес-структуру, для него это одна корпорация, задачи которой идентичны задачам журналистики. Поэтому интерес руководства он оценивает как «внутреннюю вежливость», не соблюдение которой не так важно по сравнению с главным – информировать общество или сообщить ему о том, какой информации оно лишилось (публикация приказа в «Коммерсанте»).

С точки зрения руководителей канала, случай Парфенова – нарушение корпоративной этики и трудового договора. Генеральный директор НТВ, Николай Сенкевич, пояснял: «Решение о закрытии программы и об увольнении Леонида Геннадьевича принято в связи

с грубым нарушением им трудовых отношений, закрепленных в трудовом договоре, и нарушением корпоративной этики. Для управляемости компании, для успешности любого бизнеса именно соблюдение каких-то корпоративных процедур, корпоративной этики является основой основ». Подчеркнем при этом, что для руководителей канала соблюдение корпоративной этики (чаще они ее понимают как управляемость компании) является первоочередным, о долге журналиста передавать важную для общества новость речь у них идет между делом: «Почему такое маниакальное стремление выдать этот материал в эфир у него возникло в это воскресенье, я не знаю».

По-разному интерпретировали это событие коллеги по цеху: как столкновение профессиональных интересов со служебными, как внутренние взаимоотношения руководителя и подчиненного, как акт цензуры, как «покушение на профессионализм». Наиболее точный диагноз произошедшего, по нашему мнению, удалось поставить Людмиле Телень, которая озаглавила свою статью «Кто из какой корпорации?».

Фиксируя таким заголовком конфликт корпоративности и профессионализма, автор противопоставляет профессиональной этике журналистского сообщества *негативное* значение феномена корпоративизм и корпоративной этики, фиксируя скорее *патос* корпоративизма власти и бизнеса. «Все победы журналистики есть не что иное, как победы в войне против “корпоративной этики”. Корпорации – политиков, военных, чиновников, мафиози – прячут от общества свои тайны. Корпорация журналистов не позволяет им этого делать. Старается не позволять. Часто с риском для жизни. А иногда, как в случае с Дмитрием Холодовым, ее ценой. Примеров тому множество – от Уотергейта до репортажей НТВ с первой чеченской войны. От “МН” Егора Яковлева до скандала вокруг пыток в Ираке, начатого американскими газетчиками. Эти и другие примеры остаются в истории исключительно потому, что журналистов вела и ведет их собственная профессиональная этика, главная норма которой – сообщать миру факты, которые общественно значимы. То, что сделал Парфенов, не подвиг, но свидетельство профессиональной пригодности» [12].

И хотя в суждении Л. Телень нет прямого выхода на тему двух нормативно-ценностных подсистем: говорят о корпорации, автор имеет в виду корпорацию телеканала (администрацию телеканала), которая в отношении к профессиональной журналистике похожа на «корпорацию политиков, военных, чиновников, мафиози».

Еще более точную характеристику происшедшего дал Ю.В. Казаков (на тот момент – эксперт Правозащитного фонда «Комиссия по

свободе доступа к информации», эксперт Фонда защиты гласности, член Центральной коллегии Большого жюри Союза журналистов России): «...в данном, конкретном, случае менеджмент корпорации своим вмешательством нарушил норму взаимоотношений журналиста и гражданина. Это – без вариантов» [5].

Таким образом, «казус Парфенова» (так называется серия статей Ю. В. Казакова, посвященных подробно и всестороннему анализу случая) может служить наглядным примером конфликтного сосуществования норм профессиональной этики журналиста и корпоративной этики СМИ-организации. В результате столкновения требований двух нормативно-ценностных подсистем журналист Парфенов оказался перед выбором: информировать общество о важных событиях (профессиональная этика) или внять просьбам начальства и не давать в эфир репортаж (корпоративная этика телеканала). Парфенов выбрал приверженность профессиональному долгу.

Одна из важных проблем при рассмотрении любых конфликтов в сфере профессиональной этики журналиста и ситуации дуализма в частности – обращение к нормативно-ценностным документам профессии.

Потенциал нормативно-ценностных документов в ситуации конфликтного дуализма

Говоря о проблемах морального выбора, возникающих в случае конфликта требований двух нормативно-ценностных подсистем, следует рассмотреть роль этических кодексов профессии, одна из основных задач которых – создание баланса между корпоративными интересами и профессиональной моралью.

В документе «Этические нормы газеты “Вашингтон пост”» прямо говорится: «Газета должна служить своим читателям и обществу, а не своим владельцам» [10, 51]. Кодекс этики для газет и их сотрудников, принятый главными редакторами агентства Ассошиэйтед Пресс (1975 год), тоже достаточно точно указывает на приоритет: «Забота об интересах общества, бизнеса или отдельных лиц не должна заставлять газету искажать факты или излагать их в ложном свете» [10, 53].

И в практике отечественной журналистики имеют место примеры этической регуляции на уровне учредителей и акционеров. Например, «Хартия взаимоотношений редакции газеты “Известия” и акционеров издания» [9, 260] (эпоха редакторства И.Голембиовского, сегодня ситуация в газете – совершенно иная), чутко отреагировавшая на новые явления в постсоветской журналистике. Подчеркнем три элемента Хартии: «Никто не предпринимает действий, ограничивающих независимость суждений в изданиях АО. Редакционные ре-

шения принимаются без внешнего влияния»; «Журналист в своей работе не может представлять ничьих интересов через издания АО в ущерб интересам общества, других компаний или частных лиц...»; «Мотивы увеличения прибыли изданий не могут служить оправданием для нарушений этических принципов».

Попытка зафиксировать значимость ориентации владельцев газеты на профессиональные ценности журналистики была предпринята и в газете «Ведомости». В 2004 году «Ведомости» опубликовали обращение акционеров, в котором было заявлено, что «совет директоров привержен тому, чтобы редакция и содержание газеты оставались независимыми, непредвзятыми и честными, чтобы газета полностью исполняла свой долг перед читателями и приносила им максимальную пользу».

Как заметил в своем анализе «случая Парфенова» Ю.В. Казаков, наши зарубежные коллеги уже давно институализировали ситуации дуализма двух нормативно-ценностных систем. Так, Резолюция 1003 Парламентской ассамблеи Совета Европы «О журналистской этике», содержит параграф «Право на информацию как основополагающее право человека – издатели, владельцы и журналисты», в котором пункт 10 гласит: «Имея дело с журналистикой, необходимо помнить, что она тесно связана со СМИ, представляющими собой часть корпоративной структуры, внутри которой необходимо проводить различия между издателями, владельцами и журналистами. Наряду с защитой свободы СМИ, свобода внутри СМИ также нуждается в охране; необходимо также предотвратить давление со стороны». В пункте 13 читаем: «Внутри *информационных организаций* издатели и журналисты должны сосуществовать, помня о том, что законное уважение идеологической ориентации издателей и владельцев должно быть ограничено абсолютными требованиями достоверности информационных сообщений и соблюдения этических норм. Это очень важно, если мы намерены уважать фундаментальное право граждан на получение информации».

Комментируя этот документ, Ю.В. Казаков подчеркивает: «в этих двух пунктах содержится принципиальная логика, я бы сказал, логика этически мотивированных оснований – внутренних (в том числе деловых, служебных и тех, что у нас принято называть “творческими”) взаимоотношений внутри “информационных организаций”, от мини-корпораций в виде городской газеты до большой телевизионной корпорации, вещающей на метровом или дециметровом канале» [5].

Являются ли приведенные примеры массовыми? Риторичность этого вопроса кажется очевидной уже потому, что в большинстве отечественных этических документов СМИ этот конфликт даже не

рефлексируется. Так, например, не проблематизирована задача согласования двух нормативно-ценностных подсистем и в «Декларации принципов этики профессионального сообщества журналистов России», подготовленной в 2014 году в качестве базовой основы для обновления Кодекса профессиональной этики российского журналиста 1994 года. И одна из самых актуальных, по мнению авторов Декларации, проблем современной журналистики – «любительский контент» в Интернете, активность блогеров, которых часто путают с журналистами, и профессиональные журналисты должны им противостоять. Акцентируя внимание на том, что контент пользователей Интернета не может быть приравнен к журналистике, поскольку не отвечает основным требованиям профессионального стандарта и не может «выполнить миссию профессиональной журналистики по обеспечению уверенной ориентации общества в происходящем», Декларация видит свою задачу в дистанцировании журналистики от «любителей». И первый шаг на пути к этому – провозглашение «специальных технологических и этических нормативов журналистской деятельности» [3].

Даже беглый анализ профессионально-этических кодексов показывает, что европейские документы более продвинуты в решении проблемы дуализма корпоративных интересов и профессиональной этики журналиста, они содержат конкретные ориентиры и приоритеты. Возможно, такая полноценность документов связана с тем, что экономические отношения, ставшие одной из причин превращения редакций в бизнес-субъекты со своими корпоративными интересами, в зарубежной журналистике появились гораздо раньше, чем в отечественной журналистике. В отечественных реалиях за изменениями пытались успеть разве что редакции конкретных СМИ, но институт саморегулирования в целом оказался неповоротливым.

Тем не менее, имеется определенный отечественный опыт кодифицирования, который содержал предпосылки и конкретные наработки для включения темы дуализма двух нормативно-ценностных подсистем в документ.

Проект «Тюменская этическая медиаконвенция»

Показательным в этом отношении представляется проект по созданию «Тюменской этической медиаконвенции» (ТЭМК).

В свое время в процессе работы над этим документом ее авторы сосредоточились на проблемах профессионально-нравственной идентичности журналистов и собирания профессионального сообщества вокруг правил и норм профессии. Тема конфликта двух нормативно-ценностных подсистем прямо не проблематизировалась в работе над ТЭМК. Однако предварительно она обсуждалась на специ-

альном семинаре «Журналист-редактор-собственник» [13, 19-26]. При этом его результаты не вошли в содержание конвенции: вероятно, в то время эта тема не была столь актуальной – в сравнении с идентичностью профессии и собиранием сообщества.

В связи с этим Ю.В.Казakov (на тот момент – эксперт Фонда защиты гласности) подчеркнул: «“не заметив” корпорации-организации, ТЭМК как бы не заметила и реальной меры несвободы журналиста на рабочем месте, его зависимости от менеджеров крупной медиакорпорации, особенно в сфере электронных СМИ, и от ее реального владельца, хозяина. Тот факт, что прочтение долженствования в наших медиа слишком часто задается, предписывается журналисту не “горизонтальным” кодексом (кодексом корпорации-ассоциации) и даже не редактором, а менеджером, представляющим интересы владельца, или же самим владельцем, по ходу семинаров, конечно же, обсуждался. А вот в текст документа не попал – даже и назывным предложением. Независимо от того, почему так случилось, в конвенции-документе в итоге оказалась не обозначенная территория серьезного, жесткого внутрикорпоративного (внутри “вертикальной” корпорации) конфликта, в котором безусловно зависимый от работодателя журналист сплошь и рядом имеет дело с единственной доступной ему свободой выбора: между рабочим местом (в редакции) – и местом на улице (на свалке, а не на рынке журналистского труда, даже и в городе средней величины практически отсутствующем)» [1, 171].

На наш взгляд, профессиональному сообществу журналистов, участвовавшему в проектировании ТЭМК, пришло время задуматься о необходимости внести правки в документ или вовсе модернизировать его. Какие предложения можно сформулировать?

Во-первых, обновление повестки дня, предполагающее, прежде всего, новую диагностику ситуации в журналистике – в ее соотношении с ситуацией в обществе и в СМИ-индустрии. Не менее значима и диагностическая работа с точки зрения самопознания профессии.

Во-вторых, опора новой версии этого профессионально-этического документа на достигнутые исследователями феномена профессии результаты в разработке концептуальных оснований трактовки темы дуализма нормативно-ценностных систем профессии и корпорации.

В-третьих, необходимость рефлексии места темы корпоративной этики в рамках профессионально-этического документа.

В-четвертых, организации дискурса профессионального сообщества о роли институтов, на которых основано будущее профессии в эпоху ее все возрастающей корпоративизации.

**Опыт программирования дискурса
времен проектирования ТЭМК**

В рамках проектирования конвенции АНКО провела семинар «Журналист – Редактор – Собственник» [13,19-26]. Для описания проблемной ситуации, организующей дискурс, послужили два высказывания. Одно – фрагмент из интервью с В.С.Горбачевым (на тот момент – «Тюменская правда сегодня»): «“Четвертая власть” как власть журналистов – это химера. Действительно, СМИ – это власть, но власть не журналистов, а издателей. Журналист здесь только наемный работник, как его не назови. ...Прежде всего, такую конвенцию между собой должны заключить издатели – никому не светит участь безработного».

Другое суждение – по поводу кризиса Хартии НАТ. Почему Хартия «села на мель»? «Хартию НАТ подписывали честные и порядочные люди. Но они – генеральные директора каналов, а на самом деле на каналах все решают владельцы, которые ничего не подписывали. Это похоже на ситуацию, как если бы собрались лондонские дворцовые и написали правила поведения для джентльменов, посещающих клуб».

Более того, консультант проекта по созданию ТЭМК Ю.В.Казков (Национальный институт прессы. Москва) обозначил для каждой группы участников семинара проблемное поле, конкретизировал вопросы.

- Для журналистов: при каких условиях позиция редактора способна восприниматься журналистом как цензура, недопустимое ограничение его права на свободу самовыражения? Как часто у рядовых журналистов возникает ощущение такого рода? Каким образом можно было бы минимизировать «встроенную» угрозу редакторского подавления авторской позиции журналиста? Не являются ли одним из выходов защиты авторской позиции журналиста профессионально-этические нормы в виде Кодекса редакции конкретного СМИ?

- Для редакторов: нуждается ли в «нормативной» защите от произвола собственника редактор, и если «да», то в какой форме может конструироваться и выступать эта защита на внутрикорпоративном уровне? Как обеспечить редактору тот уровень внутренней свободы, который позволял бы себя уверенно чувствовать и журналисту, который уважает и соблюдает закон, уважает достоинство граждан, работает в режиме «профессионально правильного» поведения на всех этапах подготовки материала?

- Для издателей-собственников: нуждается ли в специальной кодической артикуляции «регулирующей» позиции собственник, вынуж-

жденный опираться в своих взаимоотношениях со СМИ (и, главное, в своих взаимоотношениях за пределами СМИ, во внешнем, по отношению к корпоративному субъекту, миру) далеко не только на Закон РФ «О СМИ», но и на массу других законов, нормативных актов, а то и «понятий»? Что может сделать сама корпорация для того, чтобы собственник СМИ был в наибольшей степени защищен от неправового внешнего давления (от власти и криминалитета – до «общественности»), деформирующего затем всю систему внутренних взаимоотношений в рамках конкретных СМИ и отражающемся как на качестве конкретного корпоративного «продукта», так и на репутации конкретных членов корпорации и корпорации в целом?

- Желательна ли, полезна ли разработка специальных «кодексов поведения» или кодексов внутренних взаимоотношений конкретных СМИ? Возможны ли согласованные «правила игры» для системы отношений «журналист-редактор-собственник»? Если «да», то в отношении каких «болевых точек» этой системы их стоит выстраивать в первую очередь?

Анализ прошедшего много лет назад семинара показывает, что поставленные перед его участниками вопросы были интереснее и дальновиднее поисков ответов на них. Более того, в начале обсуждения собравшиеся едва ли не опровергли актуальность предложенной темы: это «конфликты прошлого», еще тех времен, когда в Тюмени было всего две газеты, и не согласные с политикой издания журналисты вынуждены были терпеть. «А теперь сколько угодно газет. Не нравится здесь – иди в другую. Сегодняшние конфликты – частного характера» (В.С.Горбачев). Тогда организаторы семинара привели конкретный пример реального столкновения интересов собственника и журналиста. «Журналистка, проработавшая в газете более двадцати лет, журналистка с именем, отдает редактору материал. Тот делает небольшую приписочку к этому материалу, ориентируясь на приоритеты нового собственника газеты. Увидев – уже в опубликованном виде – свой материал, журналистка возмутилась. Редактор же на ее возмущение сказал, что у газеты изменился собственник и необходимо выражать его интересы. В итоге журналистка ушла из темы, в которой она работала двадцать лет» (М.В.Богданова. Центр прикладной этики).

Затем перед участниками семинара был поставлен еще один вопрос: как редактор должен выстраивать свои отношения с журналистами и собственниками? Анализ ответов позволяет выстроить определенную классификацию.

Первый подход. Со сменой собственника меняется и политика издания, и цель редактора – вести газету курсом, который определил

собственник. Журналист при этом волен выбирать соответствующую его взглядам редакцию. «Если творчество журналиста совпадает с направлением редакции, он работает, сохраняя индивидуальность, собственное мнение, позицию. Если у журналиста появился другой взгляд, ему плыть на другом корабле» (В.Н.Битюков. ГТРК «Регион-Тюмень»).

Второй подход. Для редактора главными остаются профессиональные правила. «Я прошу своих сотрудников, когда они готовят какой-то материал, разобраться и быть уверенными в том, что они пишут. А дальше сам редактор перед собственником несет ответственность за то, что написал журналист. Иначе, прошу прощения, произойдет проституирование нашей профессии» (Р.С.Гольдберг).

Третий подход. Редактор выбирает позицию «середины», редактор – буфер, редактор – дипломат. «Редактор сегодня должен быть буфером между журналистами и собственниками, должен быть дипломатом, должно быть взаимопонимание и с собственником, и с журналистом. Он должен из любой ситуации выйти так, чтобы материал, достойный эфира или публикации, ушел в эфир» или был опубликован (Э.З.Юрченко. ТРТР).

В процессе дискуссии В.П.Юкечев (директор Новосибирского Национального института прессы) привел пример отношений коллектива редакции и собственника, процитировав кодекс газеты «Вашингтон пост»: «Газета в своих расследованиях идет как угодно далеко, даже если это может принести вред ее владельцу». Чтобы такого рода кодекс стал выполнимым, по мнению Юкечева, нужна единая корпорация журналистов, в которую бы входили и владельцы газет. Другое дело – если владельцы предприятий, к примеру, действуют в интересах прибыли, то владельцы медиарынка (российского) стараются извлечь из СМИ другой доход: у них преобладают интересы политические, идеологические и др.

На что Ю. В.Казаков напомнил логику профессионально-этических взаимоотношений внутри информационных организаций в европейских требованиях, зафиксированных еще в 1993 году: «издатели и журналисты должны сосуществовать, помня о том, что законное уважение идеологической ориентации издателей и владельцев должно быть ограничено абсолютными требованиями достоверности информационных сообщений и соблюдением профессионально-этических норм журналистики». У нас, – сказал Ю.В.Казаков, – очень плохо защищены права редактора. По отношению к собственнику в том числе, по отношению к собственнику государственному – еще хуже. Эти права нигде не прописаны. Особенно по отношению к финансовым группам, которые формально, по европейским позициям,

не должны оказывать воздействие на редакционную позицию. Но есть резолюция по журналистской этике Совета Европы, в которой шесть позиций одной из статей специально посвящены проблеме взаимоотношений внутри этого корпоративного мини-сообщества. При этом речь идет не только о проблеме обуздания амбиций и претензий собственника, но и о проблеме его защиты. И если мы с вами говорим о корпорации, то в той же степени, в какой возможны внутренние конфликты, должна возникать система внутренней самозащиты.

Попытку осмыслить ценности и нормы взаимоотношений в системе «журналист-редактор-собственник» предпринял С.А.Фатеев, который на момент проведения семинара выступал сразу в нескольких ипостасях: как собственник-соучредитель телекомпании «Ладья», как ее генеральный директор, исполняющий функции главного редактора, как журналист в своей телекомпании и как сотрудник радиостанции «Маяк». «Я на себе испытываю конфликтность этой системы». Как журналист «Маяка», который сотрудничал с радиостанцией 36 лет, С.А. Фатеев столкнулся со сменой ориентиров. «Радиостанция, которая всегда отличалась объективностью, достаточной долей правдивости, определенной независимостью, в последнее время довольно резко изменила свою ориентацию. С нас требуют такие материалы, о которых прежде мы и подумать не могли: против кого-то, за кого-то. Мы с этим внутренне согласиться не можем и пытаемся сопротивляться: либо по какой-то причине вовсе не сделать материал, либо акценты в нем расставить так, как считаем нужным. Проблемы были, тем не менее сейчас на «Маяке» возобладал здравый смысл, понимание того, что нельзя резко менять ориентацию. И мы, те, кто придерживался здравого смысла, в общем-то оказались победителями».

Что происходило в «Ладье»? Сменился один из акционеров. «При первой же встрече мы постарались выяснить его позицию в отношении политической ситуации, в отношении концепции нашего канала, которая записана в уставе. Сегодня мы совершенно определенно знаем, что его позиция совпадает с нашей. Хотя было много споров, были и элементы давления, тем не менее мы с собственником нашли консенсус и уверены, что в ближайшем будущем резких изменений в нашей концепции не произойдет».

Есть и свои «правила игры» журналистского ремесла внутри телекомпании: быть достоверными, взвешенными, не допускать экстремизма, крайних оценок, проверять и перепроверять информацию, давать разные точки зрения и т.п. «К сожалению, не все приняли эти «правила», им пришлось уйти». По мнению С.А. Фатеева, «редактору,

руководителю издания надо, действительно, быть дипломатом, политиком – для того чтобы сохранить коллектив, не дать его развалить при резких телодвижениях собственника и, в то же время, убедить собственника в том, что для него важнее сохранить творческий потенциал данного коллектива, чем решить сиюминутные политические задачи».

Стремясь проблематизировать намерение кодифицировать систему взаимоотношений в системе «журналист-редактор-собственник», В.П.Юкечев отметил: «Еще вчера, когда все мы были только редакторами и репортерами, мы представляли собой единую корпорацию, тесно сплоченную в Союзе журналистов. Но способны ли мы включить в журналистское сообщество, то есть в информационную корпорацию, владельцев газет? Ведь они действуют по другим правилам, они и должны действовать по другим правилам, потому что интересы бизнеса – это извлечение прибыли. При этом, кто сегодня на медиарынке играет по этим правилам – учреждает газеты и телекомпании с точки зрения получения прибыли? Абсолютно никто. Сегодня средства массовой информации используются для других целей, для несвойственных им целей, для извлечения других дивидендов – политических, идеологических, административных и так далее». По мнению В.П. Юкечева, очень важна последовательность в создании правил: регуляция поведения владельцев, затем – редакторов и журналистов между собой, затем – между ними и владельцами.

Программа семинара в целом была спроектирована скорее «на вырост». Его тема, уже в те времена ставшая инновационной, сегодня является одной из важнейших среди профессионально-этических проблем. И без ее решения последующие акты профессионально-нравственного нормотворчества уязвимы – это замечание ведущего семинара и руководителя большого проекта по формированию ТЭМК В. И. Бакштановского резонно и сегодня.

Подводя итог анализа потенциала ТЭМК в регулировании ситуаций конфликтного дуализма нормативно-ценностных систем журналистской профессии и корпорации-организации, отметим: этот потенциал был заложен в самой идее проектирования документа и остался в качестве основной задачи для модернизации Конвенции.

Медиаэтический стандарт

Общественной коллегии по жалобам на прессу

Представляется, что наиболее эффективным в отечественной системе саморегулирования профессии журналиста сегодня является проект Медиаэтического стандарта-2015 [6], разработанный Общественной коллегией по жалобам на прессу (ОКЖП). Как заявляют разработчики, Медиаэтический стандарт (МС) представляет собой

«практичную “первооснову” важнейших профессиональных принципов, норм и правил поведения журналиста», на которые ориентируется ОКЖП при рассмотрении информационных споров. В этом смысле МС – одновременно ориентир и для журналистов, и заинтересованных граждан, и для самой ОКЖП.

Обращаясь к Медиаэтическому стандарту в поисках ориентиров для регулирования конфликтов, связанных с ситуацией дуализма двух нормативно-ценностных подсистем, необходимо отметить, что прямое отношение к теме нашего исследования пока имеет Принцип № 4 «Профессиональная честность журналиста»: «Профессиональная честность запрещает журналисту представлять частные или корпоративные интересы, вступающие в противоречие с общественным благом». Но в конкретизации принципа – «Профессиональные нормы и правила» – нет соответствующей нормы или правила.

Более того, и сама формулировка «частные или корпоративные интересы» тоже является слишком общей, она отсылает к тому или иному предприятию-организации, с которыми в своей работе сталкивается журналист. А если речь идет о корпоративных интересах редакции, где работает журналист? Поэтому, как представляется, толкование этого принципа необходимо уточнить, имея в виду возможный конфликт требований редакции-корпорации и норм, на которые в своей деятельности ориентируется журналист-профессионал.

Профессионально-этический кодекс университета

В качестве возможной модели согласования конфликта двух нормативно-ценностных подсистем наша журналистика может обратиться к опыту исследователей университетской этики, отраженному в Профессионально-этическом кодексе ТюмГНГУ (сегодня – Тюменский индустриальный университет). Его разработчики из НИИ прикладной этики смогли определить природу дуализма профессиональной этики научно-образовательной деятельности и корпоративной этики университета как корпорации-организации и предложили способы разрешения такого дуализма в рамках университетских этических документов [См.: 8].

Так, в специальном разделе кодекса «Университетский профессионал в ситуации конфликта требований профессиональной и корпоративной этик» авторы определяют моральные риски, возникающие в результате пренебрежения ролью профессиональной этики и предлагают ориентир для «снятия» таких рисков – это «*служебная* роль корпоративной этики и приоритетная роль этики профессии». Кодекс показывает, что ситуация «дуализма корпоративной самоидентификации университета» имеет свое разрешение – системное согласование требований двух этик: «В таком согласовании интере-

сы корпорации – скорее *средство*. Очень важное средство – без корпоративной организации базовые профессии научно-образовательной деятельности современных университетов бессильны. Но все же *средство*, а *цель* – ценностные ориентиры *высокой* профессии» [1, 198-212].

Характерна проведенная силами НИИ ПЭ модификация этого документа – прежде всего с точки зрения первых шагов в сторону смягчения сформулированной в кодексе категоричности относительно решения требований двух нормативно-ценностных подсистем. Основные концепты нового документа оформлены в формате «Декларации ценностей и норм университетской корпорации» [2, 246] как способа «выстраивания и удержания баланса этики научно-образовательной корпорации и этики университета как корпорации-организации» [2, 167]. Одно из основных намерений – «удержать идентичность Университета как научно-образовательной корпорации». Но при этом авторы документа признают, что «университетские профессионалы выступают и субъектом корпорации-организации». Определенная зависимость базовых профессий от корпоративной организации, конечно, предполагает «лояльность профессионалов к интересам корпорации-организации и солидарность с ее ценностями». Однако лояльность эта – не «перенос ответственности за моральный выбор с индивида на организацию и не подмена профессионального достоинства безропотным исполнением». И «авангардная роль принадлежит собственно Профессору – именно он определяет сегодня лицо университета. И не только формирует компетенции, но и задает моральные ориентиры деятельности университета, в том числе через созданные и формирующиеся научно-педагогические школы».

Как же в этом документе профилируются моральные риски дуализма? В качестве ориентира в подобных ситуациях предлагается «системное согласование в жизни университета двух конфликтующих этик: профессиональной и корпоративной». Определены и приоритеты – это «ценности базовых профессий научно-образовательной деятельности», что «в конечном счете работает на социальное доверие к университетской корпорации, на ее репутационный капитал» [2, 174]. На данный момент «Декларация ценностей и норм университетской корпорации» – это концепция, которой еще предстоит «развертывание в заверченный документ этической инфраструктуры университета».

Как представляется, опыт этического нормотворчества университета в ситуации дуализма профессиональной и корпоративной этик

мог бы послужить примером этического решения проблемы дуализма в журналистике.

Опыт регулирования ситуаций дуализма профессиональной и корпоративной нормативно-ценностных систем в практике ОКЖП

Общественная коллегия по жалобам на прессу – единственный российский орган со- и саморегулирования в сфере массовой информации [8], который рассматривает жалобы аудитории средств массовой информации на нарушение профессиональной этики журналиста и медиаэтики, а также жалобы, затрагивающие права человека в сфере массовой информации. Первой и главной практической задачей Коллегии является внесудебное разрешение конкретных информационных споров.

Принципы, на которые опирается коллегия, цели, которые она преследует, нормы и правила, которыми руководствуются члены Коллегии, принимающие участие в рассмотрении информационных споров, изложены в Уставе Общественной коллегии.

Случаи конфликта норм профессиональной этики журналиста и корпоративной этики СМИ в опыте Общественной коллегии по жалобам на прессу рассматриваются в логике «редакционная политика и общественный интерес» или «корпоративный интерес – общественный интерес». В обсуждениях жалоб, в решениях, в экспертных заключениях ОКЖП – как размещенных на сайте, так и зафиксированных в «Настольной книге по медийному саморегулированию» (Избранные решения Большого жюри Союза журналистов России и Общественной коллегии по жалобам на прессу – 1998-2013) [7] – нет терминов типа «дуализм ценностных систем», «корпоративизация СМИ», «конфликт нормативно-ценностных систем». Но, как показал наш анализ рассмотренных ОКЖП информационных споров этой категории, они вполне соответствуют модели конфликтного дуализма двух этик. Но в практике ОКЖП их пока не так уж много (два решения попали в «Настольную книгу по медийному саморегулированию», еще два – на сайте Общественной коллегии). И тому можно найти объяснение. Во-первых, такие конфликты, как правило, носят внутриредакционный характер, поэтому чаще всего стороны предпочитают не выносить сор из избы. Во-вторых, исключительно для внутреннего пользования остаются и документы, в которых могут быть зафиксированы корпоративные «правила игры» СМИ (по крайней мере, попытки обнаружить в сети Интернет подобные документы не увенчались успехом).

На страницах журнала «Ведомости прикладной этики» мы уже рассматривали один из типичных примеров (схожий с «казусом Пар-

фенова») конфликта нормативно-ценностных систем журналистской профессии и редакции-корпорации, в которой работает журналист [14, 215-223]. Кратко напомним его суть: журналист Н.В.Попова обратилась в ОКЖП с жалобой на руководство редакции газеты «Аргументы недели» за сокрытие информации, представляющей общественный интерес [7, 236-262].

Дело в том, что главный редактор закрыл в газете отдел расследований, где Н.В.Попова вела горячую «атомную тему». Параллельно редакция заключила финансовое соглашение с Росатомом, и «газета оказалась служанкой у Росатома». В итоге – журналист уволилась, а читатели лишились правдивой информации о состоянии атомных объектов. Вместо аналитических материалов – пиаровские тексты, согласованные с компанией.

Коллегия признала, что в данном случае «фундаментальное право граждан на информацию оказалось поставлено под вопрос руководством редакции. Подписав договор «об информационном сотрудничестве», обеспечивающий продвижение и защиту преимущественно корпоративных интересов (как ведомственных, так и редакционных), руководство редакции... по факту лишило читателей доступа к информации, не процеженной через корпоративные PR – фильтры». Эксперты Коллегии отметили также, что подобный случай (заключение договора об информационном обслуживании, который искажает редакционную политику издания) в отечественной журналистике – довольно распространенный. Но, убеждены эксперты, в отличие от редакции у журналиста всегда остается выбор: оставаться в поле профессии или подчиниться интересам редакции.

В качестве ориентира Коллегия напоминает базовое положение Резолюции 1003 (1992) по журналистской этике. «В отношениях, в которые журналисту приходится вступать с властями или различными экономическими подразделениями в процессе выполнения своих обязанностей, следует избегать любого рода соглашательства, которое могло бы повлиять на независимость и беспристрастность журналистики». И еще одно важное заключение: «Редакционная политика СМИ, рассчитывающего на профессионализм своих журналистов и уважающего своего читателя, определенно не должна вступать в противоречие с базовыми и при этом именно нормативными представлениями о журналистской этике».

В комментариях к рассматриваемому разделу «Настольной книги по медийному саморегулированию» М. А. Федотов еще раз подчеркивает, что в «укоренении представлений о принципиальном отличии бизнеса в сфере массовой информации от журналистики как свободной профессии и разновидности публичной службы» ведущую

роль играет «именно развитие механизмов медийной саморегуляции» [7, 214]. В качестве подтверждения автор приводит тоже зарубежный опыт. Оказавшись в ситуации дуализма профессиональной этики и корпоративной этики СМИ, зарубежный журналист имеет два варианта выхода. Во-первых, он может обратиться к соглашению, заключенному между журналистским сообществом и владельцами СМИ, или воспользоваться существующими механизмами саморегуляции, связанными с применением этических норм. Во-вторых, журналист может воспользоваться конституционной нормой (или статьей Трудового кодекса), которая позволяет прекращать профессиональные отношения с конкретным СМИ и требовать компенсации, если произошли «значительные изменения в характере или направлении издания, если эти изменения создают для журналиста ситуацию, наносящую ущерб его чести, репутации либо моральным интересам».

В отечественных реалиях в сложной ситуации дуализма двух малых нормативно-ценностных систем журналист пока остается один на один с проблемой выбора. Профессионалы просто покидают рабочее место: одни (как, например, Л. Парфенов и Н. Попова), уведомляя общество о нарушениях права на информацию. Но большинство, скорее всего, увольняются «без комментариев», просто меняют работу. Как показывают выводы экспертов Коллегии, разделяя редакционную политику, которая сменила курс с профессиональной этики на этику корпорации, журналист не только идет на компромиссы, но уже сам нарушает этические нормы профессии. Например, когда после добросовестных материалов соглашается на работу по заказу (Кодекс профессиональной этики российского журналиста гласит: «Журналист отвечает собственным именем и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенного за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия»).

В приведенных в качестве примера случаях, как и в «случае Парфенова», отношения выясняются между журналистом и редакцией, причем пострадавшей стороной чаще всего являются журналисты. Это подтверждает мнение о том, что подобные конфликты, хоть и не редки, но носят внутриредакционный характер. Но следующий конфликт является свидетельством того, что на дуализм редакционной политики (корпоративного интереса или ценностей) и профессиональных ценностей журналистики могут обращать внимание не только журналисты, но и представители общества, которые обнаруживают негативные результаты этого феномена.

Читательница газеты «Известия» (журналистка другого издания) обратилась с жалобой [7, 222-236] на то, что ее любимая газета

«желтеет на глазах». И «за некоторые публикации становится просто стыдно». Заявительница приводит в пример конкретную статью, в которой, по ее мнению, в каждой строчке «бестактность и злоба». В отличие от предыдущей жалобы (и случая Парфенова) на смену редакционной политики обращает внимание не журналист, работающий в издании, а читатель. Конфликт проявляется в том, что читательница берет в руки газету, по давней привычке примеряя к ней ценности и нормы качественной журналистики, которая руководствуется профессиональной этикой. Но сталкивается с новым редакционным курсом, в котором корпоративные ценности имеют приоритет.

Как обращает внимание Коллегия, с одной стороны, определение редакционной политики – право редакции, в том числе как коммерческого предприятия. С другой стороны, читатель тоже свободен в определении своего отношения к изменениям политики издания. И ответственное СМИ вряд ли может игнорировать мнение своего читателя. Цивилизованная мера урегулирования такого конфликта – институт пресс-омбудсмана – как средство публичной защиты интересов представителей аудитории. Однако в нашей стране такой должности нет. Поэтому у читателя остается один выход: «Если газета не идет к читателю, то читателю следует пойти к другой газете» (мнение эксперта В. Надеина) [7, 236].

Другой информационный спор [4], рассмотренный ОКЖП, представляет собой иной тип конфликта нормативно-ценностных подсистем журналистики и редакции-корпорации. В данном случае в редакции-корпорации не только переплелись информационные и бизнес-отношения, но приоритет в этом несвойственном для журналистской профессии сотрудничестве отдан именно бизнес-интересам.

В числе пострадавших – крупный холдинг «Управляющая компания ЭФКО», который и обратился в ОКЖП с жалобой на нарушение журналистами норм профессиональной этики. СМИ-адресат жалобы (Агентство Бизнес Информации) является одной из структур ABIREG.RU, который совмещает формат информационного и PR-агентства (и руководитель у этих структурных подразделений – один). После отказа заключить с Агентством договор на информационное обслуживание оно занялось целенаправленной информационной кампанией по дискредитации «ЭФКО».

Коллегия находит, что тесное сближение двух структур (редакции и PR-агентства) представляет угрозу, в том числе, безопасности общества, и не может быть признана нормальной, допустимой с точки зрения медиаэтики. Сотрудник PR-агентства не может быть «профессиональным журналистом». Он может быть разве что сотрудником «с опытом работы в журналистике»: ровно потому, что занимает

ся в PR-агентстве определенно не журналистской деятельностью, даже и работая с текстами публикаций. Таким образом сотрудники Агентства оказались в кризисе самоидентификации и запутались в специфике двух профессий: журналистике и PR.

Анализ практического опыта регулирования дуализма профессиональной и корпоративной нормативно-ценностных подсистем показал, что отечественные профессионально-этические документы не содержат ориентира для решения конфликтных ситуаций, возникающих при такого рода дуализме в журналистике. Возможно, конфликт «снимается» (или, наоборот, возникает и обостряется) благодаря нормам и правилам, зафиксированным в редакционных документах. Но пока они остаются с грифом «для внутреннего пользования» о том или ином развитии ситуации можно только догадываться. Но судя по известным случаям, этот конфликт заканчивается не в пользу профессионализма журналиста. А имплицитный характер этого конфликта подрывает и ценностную основу профессии.

Именно поэтому при модернизации существующих профессионально-этических документов или проектировании новых инструментов этического регулирования необходимо учитывать ситуацию, в которой оказались большинство журналистов и редакций: между ценностями и нормами своей профессии и корпоративными ориентирами организации, в которой они работают. Тем более, что у разработчиков новых норм есть от чего отталкиваться в этой работе: в первую очередь – это зарубежный опыт, определенным потенциалом обладают и отечественные механизмы саморегулирования.

Список литературы

1. *Бакштановский В.И.* Прикладная этика: лаборатория ноу-хау. Том 2. Кодексы, которые нас выбирают: этическое проектирование как ноу-хау инновационной парадигмы прикладной этики/ Монография. Тюмень: НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2010.

2. *Бакштановский В.И.* Кодекс этики или стандарт легальности? Концептуальный замысел обновления этической инфраструктуры трансформирующегося университета // Возвращение этики успеха? Ведомости прикладной этики. Вып. 48 / Под ред. В.И.Бакштановского, О.А.Новоселова. Тюмень: НИИ ПЭ, 2016.

3. «Декларация принципов этики профессионального сообщества журналистов России» – [электронный документ] URL: <http://medialawca.org/posts/04-03-2014/79622.html>.

4. Жалоба на «Агентство Бизнес Информации» из-за серии негативных статей – Решение Коллегии – [электронный документ] URL:

<http://www.presscouncil.ru/index.php/praktika/postupivshie-zhaloby/3937-zhaloba-kampaniyu-agenstva-biznes-informatsii-protiv-firmy-efko?showall=&start=8>.

5. Казаков Ю.В. Казус Парфенова. Часть третья. Вокруг «Парфенона» // «ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика». № 9–12 (93–96), сентябрь–декабрь 2004 г. – [электронный документ] URL: [http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_93_96\(9-12\)/kazakov.htm](http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/2004_93_96(9-12)/kazakov.htm).

6. Медиаэтический стандарт-2015 – [электронный документ] URL: <http://presscouncil.ru/index.php/teoriya-i-praktika/dokumenty/4756-mediaeticheskij-standart-2015>.

7. Настольная книга по медийному саморегулированию. Вып.3 //Избранные решения Большого жюри Союза журналистов России и Общественной коллегии по жалобам на прессу (1998-2013) / Под ред. Ю.В. Казакова, М.А. Федотова. М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2013.

8. О Коллегии – [электронный документ] URL: <http://presscouncil.ru/index.php/kollegiya/osnovnoe>.

9. *Письменная Е.В.* Профессиональная этика в деловой прессе. М., 2004.

10. Профессиональная этика журналистов: в 2 т. Т. 1. Документы и справочные материалы. М.: Галерея, 1999.

11. Самоопределение университета: путь реально-должного. Коллективная монография / Под ред. В.И.Бакштановского, Н.Н.Карнаухова. Тюмень: НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2008.

12. *Телень Л.* Кто из какой корпорации? // Московские новости, 04-10.06.2002.

13. Тетради гуманитарной экспертизы (4). Медиаэтос. Тюменская конвенция: ориентир самоопределения, способ собирания сообщества / Отв. ред. В.И. Бакштановский. Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век, 2000.

14. Университетская этика: актуальная повестка дня. Ведомости прикладной этики. Вып. 47 / Под ред. В.И.Бакштановского, О.А.Новоселова. Тюмень: НИИ ПЭ, 2015.