

## **Принципы этики для прессы, радио и телевидения**

Печати, радио и телевидению необходима возможно большая свобода в рамках существующих законов о печати и об ответственности радиовещания. Обладая такой свободой, пресса может являться проводником новостей и обозревателем жизни общества. В то же время нельзя забывать и о личности, защищая ее от бессмысленных страданий, которые может принести публикация.

Этика проявляется не в формальном соблюдении различных правил и установок, а в чувстве ответственности перед задачей публицистики. Этические правила для печати, радио и телевидения должны служить поддержкой этой позиции.

### **I Правила публицистики**

#### **Предлагай корректные новости**

Роль средств массовой информации в обществе и доверие к ним со стороны общественности требуют корректной и всесторонней передачи новостей.

Критически относитесь к источникам новостей. Проверяйте данные настолько тщательно, насколько позволяют обстоятельства, и даже в том случае, когда данные публиковались ранее. Предоставьте читателям и слушателям возможность отличить факт от комментария.

Рекламный плакат, заголовок и вводная часть должны соответствовать тексту статьи.

#### **Не избегайте дискуссий**

Некорректное сообщение должно быть исправлено, если кто-то требует того. Лицо, имеющее основание на опровержение какого-либо сообщения, должно получить возможность сделать его. Исправление или опровержение должно быть сделано в надлежащей форме, без промедлений и таким образом, чтобы оно привлекло внимание тех, кто прочел предшествующую информацию. Комментарий редакции в случае опровержения не всегда обязателен.

#### **Уважайте принцип неприкосновенности личности**

Не нарушайте неприкосновенность частной жизни публикацией или оглашением компрометирующих сведений, если их обнародование не продиктовано интересами общества. Особенно тщательно взвесьте "за" и "против" в отношении публикации материалов, затрагивающих семейные раздоры или конфликты, связанные с правом на воспитание детей при разводе, поскольку в данных случаях публикация может нанести вред участникам конфликта.

Будьте предельно деликатны, сообщая о случаях самоубийства или о попытке самоубийства, принимая во внимание чувства родных и близких, и учитывая принцип неприкосновенности частной жизни.

Проявляйте предельную деликатность по отношению к жертвам преступлений и несчастных случаев.

Не подчеркивайте в рекламном плакате, в заголовках и т. д. происхождение, расовую принадлежность, национальность или пол описываемых в материалах людей, если это несущественно или может восприниматься как дискредитация. Этот принцип действует и в отношении занимаемой должности, политических убеждений и вероисповедания.

## **Осторожно обращайтесь с иллюстрациями**

Выше изложенные принципы частично применимы и при подборе иллюстраций. Избегайте иллюстрации, которые могут оскорбить или унижить.

Не фальсифицируйте содержание фотографии посредством монтажа или вводящим в заблуждение текстом. Не выдавайте подложные снимки за подлинные.

## **Выслушайте и другую сторону**

Стремитесь дать людям, подвергшимся критике, возможность тотчас же ответить на нее. Не забывайте о том, что иногда целью подачи заявлений или жалоб может оказаться нанесение ущерба обвиняемому.

Не публикуйте сообщения о подаче заявления по поводу преступления, не убедившись в правильности изложенных в нем фактов. Не публикуйте мало существенные сведения о лицах, упоминавшихся в связи с совершенным преступлением.

Не спешите с выводами, не выносите обвинительный приговор, занимая чью-то сторону, до решения судебных или властных органов. Обнародуйте позиции обеих сторон. Рассказав о судебном деле, не забудьте сообщить и о приговоре.

## **Осторожно обращайтесь с именами**

Тщательно взвесьте, не повредит ли человеку упоминание его имени. Не упоминайте имя, в случае, если его огласки не требуют интересы общественности. Это правило охватывает и лиц, подозреваемых в совершении преступления, и осужденных.

Если в статье не упоминается имя человека, то следует избегать и публикацию его фотографии или упоминание о месте его работы, возрасте, национальности, поле или других признаках, делающих его узнаваемым.

Не упоминайте о прежней судимости человека, если на то нет серьезных оснований.

Тщательно проверяйте данные о лицах, разыскиваемых полицией в связи с проведением служебного расследования.

Не забывайте, что вся ответственность за публикацию имени или снимка человека ложится на того, кто дает свое разрешение на публикацию, а не на автора статьи (в Швеции ответственность несет т.н. ответственный издатель).

## II Профессиональные правила журналистов

### **Благонадежность журналиста**

Не принимайте в служебном порядке задания от лиц, не работающих в руководстве редакции.

Не принимайте от людей, не работающих в редакции, задания, приглашения, подарки, предложения на бесплатную поездку или иные блага, принятие которых может вызвать сомнения в независимости журналиста и свободе его суждений.

Не используйте статус журналиста, как средство давления в своих или чужих бы то ни было интересах или для получения благ.

Не используйте в личных или в чужих интересах неопубликованный материал об экономическом положении или деятельности государства, местных властей, организаций, предприятий или частных лиц.

С уважением относитесь к пункту Договора, заключаемому с журналистом, запрещающему вынуждать сотрудника выступать с письменными заявлениями (статьями), противоречащими его собственным убеждениям, или брать задание, которое он считает для себя унизительным.

### **Сбор материала**

По возможности идите навстречу людям, высказывающим пожелание узнать заранее, где и в какой форме будут опубликованы их высказывания.

Будьте внимательны к людям, не привыкшим давать интервью. Проинформируйте человека, дающего интервью, для чего предназначена беседа - для публикации или для сбора информации.

Не фальсифицируйте интервью или фотоснимки.

Проявляйте необходимую деликатность, делая и добывая снимки, особенно, когда речь идет о несчастных случаях или преступлениях.

Не поддавайтесь давлению со стороны тех, кто хочет воспрепятствовать преданию гласности обоснованной публикации или сократить ее.

Уважайте авторское право, правила цитирования и право на фотоматериал.

Не утаивайте первоисточники, если ваша работа основывается на чужих знаниях и фактах.

### III Правила для текстовой рекламы

#### Основное правило

Защищайте благонадежность прессы, радио и телевидения, стремитесь создать чувство уважения к тем, кто работает в средствах массовой информации, чтобы не возникали подозрения, будто кто-то со стороны может подействовать на содержание и программу прессы. Поэтому не публикуйте материалы, которые не имеют новостного или информационного содержания, не носят развлекательный характер, не обладают художественной ценностью, а преследуют единственную цель - оказать рекламное воздействие.

#### Прикладные правила

Публикуемый или передаваемый в эфир материал должен быть журналистски и (либо) программно обоснован, и никогда не должен преследовать цель дать рекламу товарам или услугам. Материал должен подаваться в такой форме, чтобы его нельзя было перепутать с рекламой.

Принципиально отказывайтесь от идей, предложений или заданий по поводу статей или сюжетов, если они связаны с требованием о взаимных услугах, затрагивающих рекламу в любой форме, или с предложениями о материальных вознаграждениях.

Предоставьте вашим читателям/ слушателям возможность сделать различие между информацией для потребителей, т. е. всесторонней информацией о товарах и услугах, и рецензией товара, с советами и комментариями, отражающими личное отношение журналиста. С точностью передавайте факты и не забывайте указывать источники информации. Проявляйте осторожность, делая высказывания, содержащие оценку товара.

Оценивайте предварительные сообщения о театральных представлениях, концертах, спортивных событиях и т. д. в том же порядке, как и при работе с новостным материалом. Критически рассматривайте эти сообщения и проследите, чтобы их публикация была журналистски обоснована.

Будьте щепетильны при работе с предложениями от предприятий или частных лиц осветить их деятельность в прессе.

Часто предложения о бесплатной поездке или подарки совмещены с попыткой внедрить рекламу в редакционные материалы. Принципиально отказывайтесь от подобных предложений, сделанных всей редакцией или отдельным ее сотрудникам. Если подобные предложения делаются отдельному работнику редакции, то акт может попасть в рамки закона о взятках. Никогда не давайте обещаний заранее о публикации материала.

Сообщайте наименования предприятий или организаций, которые дарят или раздают призы, либо другим образом участвуют в различных мероприятиях, например, в роли спонсоров, в организации праздников, карнавалов, соревнований, вечеров и т. д., только в тех случаях, если на это имеются серьезные основания. Будьте внимательны и в тех случаях, когда речь идет о мероприятиях, проводимых в вашей газете или на радиостанции.

Отклоняйте журналистски необоснованные сообщения о деятельности предприятий или организаций, демонстрации товаров, презентациях и т. д.

Отклоняйте и не предоставляйте место на страницах с редакционными материалами таким сообщениям, как, например, требуемая или рекомендуемая государственными или местными властями информация о правах и обязанностях частных лиц. Можно предоставить место для публикаций данных об отдельных, важных для населения услугах в выходные дни и праздники, а также адрес дежурной аптеки, дежурного врача и т. д.