

Быков Алексей Юрьевич

кандидат политических наук, доцент
кафедры международной журналистики
Санкт-Петербургского
государственного университета
<https://orcid.org/0000-0001-6191-0890>

КАТЕГОРИИ СВОБОДЫ И ОГРАНИЧЕНИЙ В КОДЕКСАХ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ США

Аннотация:

В эпоху поляризации американского общества возрастает накал дискуссий о роли средств массовой информации в этих процессах, об объективности журналистики, о свободе и ограничениях журналистской деятельности. Позиция журналистского сообщества США по этим вопросам отражается в кодексах журналистской этики. Эти документы указывают на основные приоритеты и ценности, выработанные журналистскими коллективами и организациями. В статье анализируются категории «свободы» и «ограничений», представленные в кодексах журналистской этики Соединенных Штатов. Анализ показывает, насколько часто встречаются в документах термины, связанные с той или иной категорией. Важным результатом исследования является существенный показатель апелляций к ограничениям в работе журналистов. Возможные ограничения в журналистской деятельности увязываются с необходимостью быть ответственными перед аудиторией.

Ключевые слова:

кодекс журналистской этики, свобода слова, Соединенные Штаты Америки, средства массовой информации, редакционная политика, медиаиндустрия, демократические принципы, общественные ценности

Bykov Aleksei Yuryevich

PhD in Political Science,
Associate Professor,
International Journalism Department,
Saint Petersburg State University
<https://orcid.org/0000-0001-6191-0890>

FREEDOM AND RESTRICTIONS CATEGORIES IN US CODES OF JOURNALISM ETHICS

Summary:

During the era of polarization in America, discussions about the role of the media in society, the objectivity, the freedom and the limitations of journalistic activity are intensifying. The position of the US journalistic community on these issues is reflected in codes of journalistic ethics. These documents point to the main priorities and values developed by journalistic collectives and organizations. The study shows the analysis of the categories of "freedom" and "restrictions" which presented in the codes of journalistic ethics of the United States. The analysis shows how often the terms associated with a particular category are found in documents. An important result of the research is an indicator of appeals to restrictions in the work of journalists. Many restrictions in journalistic activities are linked to the need to be accountable to the audience.

Keywords:

code of journalism ethics, freedom of speech, United States of America, mass media, editorial policy, media industry, democratic principles, social values

Введение. Практика применения кодексов журналистской этики в Соединенных Штатах Америки насчитывает несколько десятилетий. Такие документы, как правило, содержат информацию об основных свободах и ограничениях в работе сотрудников СМИ, о ценностях, которых придерживаются редакционные коллективы и иные журналистские сообщества. Самыми ранними этическими документами для журналистов в Соединенных Штатах считаются Канзасский этический кодекс для газет и Орегонский этический кодекс журналистики, принятые Ассоциацией газетных издателей штата Орегон в 1922 г. [1]. Их появление привлекло внимание к вопросам саморегулирования журналистского сообщества. Можно также перечислить некоторые другие организации, которые приняли подобные документы: Associated Press Managing Editors, College Media Advisers и т. д.

Оценка приоритетов журналистской деятельности и демократических принципов, отраженных в кодексах этики американских СМИ, вызывает особый интерес в контексте современной общественно-политической ситуации [2]. В условиях поляризации американского общества актуальными становятся вопросы об объективности и непредвзятости СМИ, о степени свободы – которые определяет для себя и декларирует в соответствующих документах само журналистское сообщество.

Методы. Исследование предполагает анализ определенного набора этических кодексов. Подбор документов для работы, равно как и определение параметров их анализа, вызвали некоторые сложности.

Один из возможных подходов – выбор кодексов американских медиа-предприятий с наибольшей аудиторией (тиражами). Например, можно опираться на список из 49 лучших газет по среднему

воскресному тиражу, который содержится в отчетах Pew Research Center (первую пятерку за 2018 г. составили ресурсы ajc.com, arkansasonline.com, azcentral.com, baltimoresun.com, bostonglobe.com [3]).

Другой вариант – использовать информацию о 100 крупнейших газетах США (данные предоставляет Alliance for Audited Media) [4]. По среднему пятидневному тиражу изданий с понедельника по пятницу лидерами являются New York Times, Long Island Newsday, Los Angeles Times, New York Post, Dallas Morning News.

Еще один подход – рассматривать СМИ, обслуживающие города США с населением более 100 000 человек (Anchorage, Alaska; Ann Arbor, Michigan; Atlanta, Georgia; Aurora, Colorado; Austin, Texas и др.).

Возможно также выбрать ведущие издания от каждого штата или территории (Алабама, Аляска, Аризона, Арканзас, Коннектикут, Джорджия и т. д.).

Наряду с этическими кодексами периодических изданий следует учитывать также документы иных журналистских организаций и ассоциаций, которых насчитывается более сотни (American Society of Business Publication Editors, American Society of Journalists and Authors, American Society of Magazine Editors, American Society of News Editors).

В ходе исследования выяснилось, что от всех вышеперечисленных подходов следует отказаться, поскольку многие редакции и журналистские ассоциации либо не имеют кодексов этики, либо ограничивают к ним доступ. Запросы в редакции о предоставлении доступа к документам не принесли результатов: тексты кодексов не были представлены, либо от редакций не были получены ответы (запросы были отправлены в Atlanta-Journal Construction, Boston Globe, Baltimore Sun и другие издания).

Указанные причины предопределили решение опираться на весь набор кодексов журналистской этики США, который на данный момент доступен для анализа. Тексты кодексов доступны на сайтах организаций, которые на протяжении длительного времени делают подборки таких документов, одна из них – Иллинойский технологический институт (Illinois Institute of Technology) [5]. На сайте представлена коллекция кодексов этики организаций разных стран, которая формировалась на протяжении многих лет и считается одной из самых полных в США. Подборка включает также кодексы американских СМИ. Среди таких организаций – Accountable Journalism, Honest Reporting. Media Ethics Guidelines and Codes, Communication Studies: Journalism Ethics & Standards [6].

Выборка и анализ текстов проводились по ключевым словам, связанным с категориями «свобода» (ключевые слова: “freedom”, “liberty”, “independence”) и «ограничение» (ключевые слова: “limitation”, “obligation”, “restriction”).

Результаты. С учетом установленных критериев (ключевые слова, связь с медиа-сферой) для анализа были выбраны кодексы, которые условно можно разделить на две группы. В одну группу вошли 27 кодексов этики медиа-предприятий США (газет, информационных агентств, медиа-корпораций, выпускающих периодические издания и т. д.). Другую группу составили документы, принятые профессиональными журналистскими объединениями – ассоциациями, альянсами, так или иначе связанными с медиаиндустрией. Представленный в таблице 1 перечень таких организаций позволяет заметить, что в сферу внимания попали медиа-предприятия из разных сегментов рынка, однако это не противоречит задачам исследования.

Таблица 1 – Кодексы этики медиа-предприятий, ассоциаций и альянсов, связанных с медиа-индустрией

№	Кодексы этики медиа-предприятий	Кодексы этики ассоциаций и альянсов, связанных с медиа-индустрией
1	2	3
1	Asbury Park Press, Neptune, NJ	American Association of Advertising Agencies: Standards of Practice
2	Associated Press	American Business Media
3	BuzzFeed	American Medical Writers Association
4	Des Moines Register	American Newspaper Guild
5	E.W. Scripps Company	American Society of Business Publication Editors
6	Getty Images	American Society of Magazine Editors
7	Journal Communications, INC	American Society of Media Photographers
8	Kansas City Star	American Society of Newspaper Editors
9	Knight Ridder (существует до 2006 г.)	Associated Press Managing Editors
10	Lincoln Journal Star (Lincoln, Nebraska)	Association of Opinion Journalists
11	Los Angeles Times	Catholic Press Association
12	Milwaukee Journal	Chess Journalists of America
13	National Public Radio (NPR)	College Media Advisors, Inc.
14	New York Times	Committee on Publication Ethics

Продолжение таблицы 1

1	2	3
15	Philadelphia Inquirer	CUNY School of Journalism
16	Pittsburgh Post-Gazette (Pittsburgh, Pennsylvania,)	Illinois News Broadcasters Association
17	Record (Hackensack, NJ)	National Press Photographers Association
18	Richmond (Va.) Times-Dispatch (Richmond, the capital of Virginia)	Online News Association
19	Roanoke Times (Roanoke, Virginia)	Public Relations Society of America
20	Seattle Times (Seattle, Washington,)	Radio Television Digital News Association
21	Texas Tribune	Romance Writers of America
22	Time Warner/ CNN News Group	Society for News Design
23	Tribune-Democrat (Johnstown, Pennsylvania)	Society of American Business Editors and Writers
24	Virginian-Pilot (Norfolk, Virginia)	Society of Professional Journalists
25	Washington Post	–
26	Wisconsin State Journal (Madison, Wisconsin)	–
27	York (Pa.) Daily Record (York, Pennsylvania)	–

Количественный анализ показал, что две группы документов в разных пропорциях содержат термины, относящиеся как к категории «свободы», так и к категории «ограничений». В документах медиа-предприятий соотношение оказалось 19 (“freedom” – 13, “independence” – 6) к 27 (“limitation” – 5, “obligation” – 22). В кодексах ассоциаций и альянсов медиа-индустрии соотношение составило 28 (“freedom” – 14, “independence” – 14) к 20 (“obligation” – 20). Тем не менее, очевидно, что тексты обеих групп включают как термины “freedom”, “independence”, так и “limitation”, “obligation”. Это указывает на готовность авторов документов отразить не только устремления журналистского сообщества к свободе, независимости в работе, но и необходимость выстраивать деятельность в соответствии с нормами социальной ответственности, не забывая об обязанностях.

Опираясь на материалы таблицы 2, можно также сделать выводы о том, какие из учетных терминов наиболее часто встречались в кодексах журналистской этики.

Таблица 2 – Повторяемость ключевых слов в кодексах этики

Ключевые слова	Кодексы этики медиа-предприятий (27 документов)	Кодексы этики ассоциаций и альянсов, связанных с медиа-индустрией (24 документа)	Всего
Freedom	13	14	27
Liberty	0	0	0
Independence	6	14	20
Limitation	5	0	5
Obligation	22	20	42
Restriction	0	0	0

Во всех документах свобода (freedom) и независимость (independence) провозглашаются ключевыми позициями и основополагающими принципами. Эти термины в общей совокупности упоминались соответственно 27 и 20 раз. Многие документы содержат положения о том, что свобода прессы имеет важное значение для демократии; журналистские коллективы провозглашают свободу от всех обязательств, кроме обязательства верности общественным интересам. Нередко декларируется независимость журналистов от внешних факторов и возможных попыток давления внутри корпорации. Кодексы призывают не позволять рекламе или деловым отношениям с газетой влиять на выбор новостей. Констатируется, что отношения редакторов с издателями должны твердо основываться на принципе редакционной независимости.

С категорией ограничений соотносится термин “obligation”, который встречается во всех текстах 42 раза. Как уже отмечалось, чаще всего он указывает на ответственность массмедиа перед аудиторией. Авторы кодексов заявляют об обязанностях журналистов продвигать самые высокие этические стандарты профессии, быть приверженными таким ценностям, как точность, справедливость, честность, инклюзивность и смелость. Отмечается, что свобода и независимость, как ключевые ценности в журналистике, тем не менее могут быть ограничены, если они нарушают другие основные права, такие как конфиденциальность и т. д.

Дальнейшее исследование темы может быть связано со сравнительным анализом кодексов этики разных стран, а также описанием трансформаций норм и правил работы журналистов в цифровую эпоху. Имеются очевидные различия в опыте формализации стандартов журналистской этики в России и США. В России этот процесс начался намного позже, в конце XX в., а в США первые документы такого рода стали появляться в начале XX в. Количественное соотношение кодексов в двух странах также разное. Точной статистики нет, но по приблизительным подсчетам количество американских кодексов составляет несколько сотен. В России таких кодексов

единицы, может быть, несколько десятков. Сравнительный анализ должен учитывать политические, культурные и другие традиции разных стран.

Ссылки:

1. Pratte, P.A. *Gods within the Machine: A History of the American Society of Newspaper Editors, 1923–1999*. Westport, 1995. 248 p.
2. Lee, A.M., Coleman, R. 'We're More Ethical than They Are': Third-person and First-Person Perceptions of the Ethical Climate of American Journalists // *Journalism*. 2020. Vol. 21 (9), P. 1157–1174. 10.1177/1464884918778249 ; Underwood, D. *Ethics, Religion and Journalism in the USA: Their Roles Within Political Dialogue and the Peacemaking Process* // *The Routledge Handbook of Religion and Journalism*. L., 2020. p. 263–278.
3. State of the News Media Methodology [Электронный ресурс] // Pew Research Center Journalism & Media. URL: <https://www.journalism.org/2019/07/23/state-of-the-news-media-methodology/> (дата обращения 18.12.2020).
4. McIntyre D.A. America's 100 Largest Newspapers [Электронный ресурс] // 24/7 Wall St. URL: <https://247wallst.com/media/2017/01/24/americas-100-largest-newspapers> (дата обращения: 18.12.2020).
5. Ethics Codes Collection [Электронный ресурс] // The Ethics Codes Collection. URL: <http://ethicscodescollection.org/search> (дата обращения: 18.12.2020).
6. Codes of Ethics: North America [Электронный ресурс] // Accountable Journalism. Monitoring Media Ethics across the Globe. URL: https://accountablejournalism.org/ethics-codes//north_america (дата обращения: 18.12.2020) ; Media Ethics Guidelines and Codes [Электронный ресурс] // Honest Reporting. URL: <https://honestreporting.com/media-ethics-guidelines-and-codes> (дата обращения: 18.12.2020) ; Communication Studies: Journalism Ethics & Standards [Электронный ресурс] // University Libraries. University of Washington. URL: <https://guides.lib.uw.edu/research/commstudies/ethics> (дата обращения: 18.12.2020).

Редактор, переводчик: Невзорова Наталья Викторовна