

СКОЛЬКО СТОИТ АВТОРСКОЕ «Я» (Из опыта газеты «Вечерний Екатеринбург»)

*Работа представлена кафедрой периодической печати
Уральского государственного университета им. А. М. Горького.
Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент М. Ф. Попова*

Автор статьи рассказывает о собственном опыте подготовки и написания публикаций о социально-правовых коллизиях, о людях, преступивших закон, и тех, кто стал жертвой преступления. Автор считает, что употребление таких слов и выражений, как «думается», «говорят», указывает на то, что у журналиста нет твердой позиции. В статье анализируются особенности публикаций, в которых прямо звучит авторское «я», в которых автор становится не свидетелем, а участником событий.

Ключевые слова: позиция, объективность, коллизия, мнение, вторжение, мошенник, домысел.

The author of the article shares his own experience of writing issues about social and legal conflicts, criminals and criminal victims. The author believes that when using the word expressions as «it seems to me», «they say», a journalist does not have his/her own firm position. The article analyses the characteristics of publications where the author's opinion sounds openly and the author becomes a participant, but not a witness.

Key words: position, objectivity, conflict, opinion, break-in, fraud, conjecture.

У российских СМИ, если присмотреться, свобод оказывается гораздо меньше, чем ограничений. Кроме Закона о средствах массовой информации, в Российской Федерации есть немало других законодательных актов, в которых на первый взгляд все расставлено по своим местам, все ясно: что можно писать, а что нельзя. Когда можно писать, а когда нельзя. Нельзя называть человека преступником до вступления в силу приговора суда, нельзя вторгаться в личную жизнь, нельзя призывать к свержению существующего строя и разжигать межнациональную рознь...

При этом часто журналиста обвиняют не только в том, что он ошибся, что-то придумал, искажил, но и за его мнение, позицию, отношение к герою. И автоматически ставится знак равенства между авторским «я» и позицией автора. Как в математике.

В течение нескольких лет мне, как автору публикаций под рубрикой «Лохотрон» в газете «Вечерний Екатеринбург» часто приходилось встречаться с жертвами разного рода мошенников. И иногда вместо сочувствия к этим людям возникала анти-

патия к ним за их глупость, доверчивость, наивность. Это было моим авторским «я», но не позицией. С этой точки зрения я был на их стороне и стремился к тому, чтобы у читателя возникло негативное отношение к мошенникам.

Так что авторское «я» – это личное мнение автора, эффект его присутствия в публикации. А позиция автора зависит от ситуации, общественной и социальной значимости темы.

Такая социальная коллизия, как мошенничество, многолика. Проигранные наперсточнику пятьдесят рублей могут вызвать у человека досаду, стресс, волну самокритики, комплексы. А вот отданные более изощренному мошеннику крупные суммы денег или недвижимость круто изменяют жизнь человека в худшую сторону, могут сделать его нищим, привести к личной катастрофе. Вот почему **общественная значимость** обращения журналиста к данной теме очень высока.

Однако проведенный анализ литературы показал, что данная **тема мало изучена**. До сих пор нет серьезного научного труда и научного обоснования данного явления.

Новизна данного исследования очевидна еще и потому, что автор в течение 5 лет вел рубрику «Лохотрон» в газете «Вечерний Екатеринбург» и в данном исследовании делится собственным опытом.

Для обоснования **актуальности выбранной темы** автор, кроме опоры на конкретные примеры из практики российских СМИ, может сослаться на ряд научных исследований. В научном труде Роберта Чалдини «Психология влияния»: «Теперь я могу в этом признаться. Всю свою жизнь я был тем, кого одурачивают. Я всегда был излюбленной мишенью для уличных торговцев, сборщиков средств для различных фондов и дельцов того или иного сорта... Удручающе часто я оказывался обладателем ненужных мне подписок на журналы или билетов на бал санитарных работников...»¹. Далее Р. Чалдини поясняет, что все это и побудило его изучить методы, способы мошенничества и психологию мошенника. Интересным, увлекательным и поучительным его труд и стал, наверное, потому, что автор был участником того, о чем пишет.

Но Р. Чалдини пишет только о себе. Но в его роли оказались десятки миллионов россиян, особенно среднего и старшего возраста, которые не смогли адаптироваться к изменившимся социально-экономическим отношениям. Для них эта тема весьма актуальна.

Цель исследования – сформулировать основные принципы работы журналиста при подготовке материала на социально-правовую тему.

Задачи данного исследования состоят в том, чтобы обобщить полученный опыт, выявить и проанализировать этические, психологические и, так сказать, технические сложности при акцентировании авторской позиции в публикациях на правовую тему. Практическая ценность данной работы очевидна: предостеречь коллег-журналистов от тех ошибок, на которых учился автор.

Позиция автора – это мнения, выводы, заключения, основанные на объективных фактах, реалиях жизни, законе. Авторское

«я» – это субъективное мнение, эмоции, личностное отношение автора к событиям, герою. О. Бисмарк говорил: «Я ненавижу ваше мнение, но я готов отдать свою жизнь за ваше право высказать его». Наглядный пример того, как иногда авторское «я» может вступать в противоречие с позицией автора.

Тогда почему не утихает волна претензий к средствам массовой информации, не прекращается череда судебных исков и разбирательств?

Найти истину, верное решение, сделать точные выводы очень трудно. Но многократно труднее вынести их в свет, т. е. на страницы газеты. Укоров в предвзятости, необъективности журналисту, пишущему на тему социальных коллизий, не избежать.

Поводом для таких претензий могут быть и неудачно подобранное слово, допустимый в других случаях незначительный домысел, даже не замеченная в других публикациях корректорская ошибка.

Автор этих строк вместе с фотокорреспондентом газеты готовили публикацию о задержании милицией мошенника на месте преступления. После выхода материала в редакцию поступило письмо от «героя», в котором он жаловался на то, что сфотографирован он был во время задержания с «неудачного ракурса», что напрямую связано с нарушением его прав.

Вообще законодательно четко не определено, что скрывается за термином «неприкосновенность частной жизни».

Вот как определяет Г. В. Лазутина одну из обязанностей журналиста: «Уважать право человека на неприкосновенность частной жизни, не позволяя себе вторжения в нее без согласия будущего героя во всех случаях, кроме тех, когда герой является публичной персоной и его частная жизнь вызывает несомненный общественный интерес»².

В книге «Беседы о масс-медиа» Э. Дэннис и Д. Мэррилл по каждому вопросу дискутируют. Но вот по вопросу об объективности журналиста произошел сбой. Мэррилл заявил, что «никогда не может жур-

налист быть абсолютно объективным, отстраненным, не имеющим своего мнения и всезнающим. Журналист должен отбирать, упорядочивать, и манипулировать фактами, в этом основа его профессии. От начала и до конца журналистское ремесло субъективно. Ни один журналист не знает правды, – соответственно, он не может правдиво освещать события. Статья о событии является только частью реальности»³, его оппонент аргументированно опровергнуть это утверждение не мог и только сослался на то, что каждый человек субъективен и у журналистов нет чудодейственной силы, с помощью которой можно изменить собственную природу.

«Мы считаем свое поведение правильным в данной ситуации, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом... Тенденция считать действие правильным, если таким же образом действуют многие другие, обычно хорошо работает. Как правило, мы совершаем меньше ошибок, когда действуем в соответствии с социальными нормами, чем тогда, когда противоречим им. Обычно, если что-то делает масса людей, это правильно...»⁴.

Логическая цепочка выстроена на первый взгляд правильно. Но ведь есть такое понятие, как «гипноз толпы». Толпа, или большинство, увы, не всегда бывает права. Меньшинство всегда подчиняется большинству – принцип демократического централизма. Но если журналист будет высказывать только то мнение, которое поддерживается большинством, тогда вообще можно забыть о таком понятии, как социальная коллизия. Лозунгом станет строка из песни о том, что «на кладбище все спокойненько». При подготовке публикаций «спокойненько» не бывает. И правило «не навреди» преследует журналиста всегда. Если это настоящий журналист.

Нельзя не согласиться с таким мнением Л. Г. Свитич: «Основная сложность профессии в огромной социальной и моральной ответственности перед обществом, перед людьми, перед историей. Каждое слово,

размноженное в тысячах и миллионах экземпляров (особенно на телевидении и радио), может стать лекарством для оздоровления общества либо вирусом болезни, страха, недоверия, вражды, способно изуродовать жизнь не только отдельному человеку, но и навредить всему обществу»⁵.

Автор публикации по правовой тематике должен по возможности, избегать высказывания своего мнения напрямую, но оно должно присутствовать в публикации.

Мнения, предваренные словами «наверное», «думается», «говорят», «надо полагать» и тому подобными, недопустимы.

Если возникла необходимость в высказывании мнения, то из публикации должно быть ясно, что это всего лишь мнение автора публикации.

Эти требования необходимо соблюдать при написании любого материала, но погрешности при подготовке публикации на правовые темы могут иметь значительно более серьезные негативные последствия, чем, например, ошибка в репортаже с футбольного матча.

Далекому от журналистики человеку может показаться странным, но существует даже «Техника безопасности работы с журналистами»: «Во время встречи, разговора, интервью с журналистами полезно: идентифицировать его как журналиста, убедиться в том, что имярек действительно представляет конкретно существующее средство массовой информации; не расслабляться, особенно в конце беседы, когда неосторожно можно проговориться о важном, отнюдь не желаемом для опубликования... Особенно важную информацию или заявления хорошенько продумать; действовать по принципу перевернутой пирамиды, отвечая на вопросы, т. е. начинать с главного, переходя затем к деталям по мере убывания значимости...»⁶.

Так что читатель знает: журналист может быть опасен при освещении социальной коллизии. Более трехсот судебных исков в России, поданных на печатные издания в прошлом году, этому доказательство.

Но, с другой стороны, именно к журналистам, как правило, обращаются люди в надежде, что те поставят точку в социальной коллизии. Здесь можно привести несколько весьма показательных выдержек из отчета «о деятельности Уполномоченного по правам человека Свердловской области»: «Уполномоченный по правам человека относится к средствам массовой информации как к одному из основных союзников в защите прав и свобод гражданина... Когда Уполномоченный по правам человека видит, что газета, или радио, или телеканал бьет тревогу о нарушении прав человека, он оперативно подключается к решению этой проблемы. Обычно на различных телевизионных и радиоканалах, в газетах и лентах информационных агентств такие материалы выходят в среднем 2–3 раза в неделю»⁷.

Так что у журналиста, кроме заботы о профессиональном качестве публикации, много других задач. И жизнь материала не заканчивается через несколько часов после выхода газеты.

Уже после первых публикаций под рубрикой «Лохотрон» в редакцию стали приходить письма читателей, в которых они рассказывали о том, как сами попались на уловки мошенников. Так что публикации стали как бы учебником безопасности для потенциальных жертв мошенников. В них подробно и с примерами рассказывалось о том, как могут обмануть при приеме на работу или установке домофона.

Но вот что удивительно. В редакцию продолжали поступать письма, в которых читатели рассказывали о том, что попались в руки тех же мошенников, о которых уже сами читали в газете.

А ведь главная задача рубрики «Лохотрон» и была как раз в том, чтобы предупредить мошенников, подготовить читателя к возможной встрече с ними.

Некоторые исследователи выделяют три функции, которые выполняют СМИ в обществе: «Во-первых, масс-медиа держат членов аудитории в курсе происходящих

событий посредством наблюдения за внешней средой. Во-вторых, рассматривая различные фрагменты внешней среды, масс-медиа помогают членам аудитории понять ее структуру в целом. Эта вторая функция, связывание воедино фрагментов внешней среды, позволяет потребителям массовой информации составить более адекватное представление об окружающем мире. Наконец, СМИ служат для передачи социальных норм и установлений новым поколениям потребителей медиаинформации»⁸.

И все эти функции осуществляются не сами по себе, а через конкретного журналиста, через его «я».

Вряд ли найдется в наше время человек, который не стал хотя бы раз в жизни жертвой мошенников, которых в новой России называют лохотронщиками. Лохотронщиков мы встречаем везде: на улицах, в подземных переходах, на вокзалах, в своих подъездах... Они уже стучатся в двери наших квартир. Пытались они обмануть и автора. Так личностный интерес трансформировался в постоянную рубрику в газете «Вечерний Екатеринбург». Отсюда и название рубрики – «Лохотрон». Идея не нова. Нужна была новая форма. Для многих читателей очень важно знать, кто, где, когда и как совершил преступление. Не учитывать это желание – значит снижать читательский интерес. Пусть даже и обывательский.

Весьма эффективным в таких случаях бывают комментарии должностных лиц. Читателя убедит и «вставленное» в публикацию мини-интервью.

Даже указание номера отдела или управления милиции, которое расследует преступление, – явный признак того, что все написанное имело место в действительности.

При подготовке публикаций по правовой тематике велик соблазн «резать правду-матку», все и всех называть своими именами. Но до вступившего в законную силу решения суда автор публикации может предполагать вину человека, но называть его преступником не имеет права.

В журналистике есть много приемов демонстрации отношения автора к персонажу: положительного или отрицательного, терпимого или нетерпимого. Но если положительную и терпимую позицию автора показать не очень сложно, то нетерпимую значительно сложнее. Тут большой соблазн опуститься до запрещенной лексики: непристойной, оскорбительной, неприличной и т. д.

Еще у древних людей были слова, на употребление которых было наложено табу, т. е. запрет. Позже стал употребляться термин «табуированность», т. е. запрет на употребление слова в общественном месте. Страницу газеты нельзя в прямом смысле отнести к общественному месту однако табуированность ее касается даже в большей степени, чем общественного места, поскольку ее «слышат» куда больше людей, чем сквернословия в трамвае.

Следовательно, автор должен показать свое отрицательное отношение к персонажу, избегая табуированной лексики.

В общем, остается только согласиться с Б. Н. Лозовским, что «в чисто правовом поле найти критерии допустимости или правомерности, равно как недопустимости и неправомерности тех или иных способов или форм передачи информации, оказывается абсолютно невозможно. Уяснение этого вопроса предполагает выход за пределы собственно правовой проблематики и обращение к лингвистическим, психолингвистическим, психологическим и другим научным понятиям и критериям, в особенности при решении вопроса о направленности текстов на унижение чести и достоинства (их инвективным характере) и об их неприличной форме»⁹.

Судить о каком-то человеке, давать ему оценки без вмешательства в частную жизнь вряд ли возможно. Но вторжение вторжению рознь. «Вторжение» – ни больше ни меньше – таким термином определяют многие люди попытки журналистов рассказать о частной жизни человека, ставшего героем публикации или передачи... В самом деле, нет другой профессии, представите-

лям которой было бы позволительно так общаться с людьми, периодически раздавая всем “сестрам по серьгам” на страницах периодики или в эфире, используя при этом сравнения, метафоры, намеки, иронию, прочие стиливые атрибуты, в то время как “объект” журналистского внимания лишен возможности адекватного ответа. У него остается слабое утешение – обратиться в суд с иском о защите чести, достоинства и деловой репутации, что люди теперь уже обычно и делают. В результате – в судах очереди на рассмотрение гражданских исков к журналистам и средствам массовой информации. Однако упреки в подобном грехе можно принять лишь частично. Дело в том самом “объекте” журналистского внимания. Если в качестве такового мы имеем дело с должностным лицом, дурно справляющимся со своими обязанностями, то средства массовой информации выполняют свою общественную миссию – контролируют соответствия действий власть имущих общественным интересам»¹⁰.

Рассказывать о преступлениях и преступлениях, вскрывать недостатки и обнародовать чьи-то неблагоприятные дела – значит идти на определенный риск. После каждой публикации у журналиста пополняется количество недоброжелателей и даже врагов. Это происходит и в том случае, когда он не допустил в своем материале ни одной ошибки или неточности. Появление обиженного все равно гарантировано.

Социальная коллизия отличается от других жизненных ситуаций тем, что в ней не всегда все однозначно. Каждая сторона считает себя правой. И еще зачастую социальные коллизии бывают такими, что в их достоверность верится с трудом. И любой журналист рискует быть обвиненным в выдумке. Тем более что в публикации зачастую приходится изменять не только фамилию героя, но и адрес события. Тут на помощь приходят комментарии должностных лиц.

Нисколько не возвышая выбранную мной тему над другими, хочу все же сказать, что она весьма сложная. Сложная тем, что

приходится иметь дело с людьми хитрыми, изворотливыми, способными на пакости и месть. Любой вольно интерпретированный факт или неосторожное слово тут же становятся поводом для жалоб, исков, а то и откровенных «накатов». Но со мной такое случилось только на старте рубрики, хотя разбирательство показало, что автор полностью прав. За последние два года «обиженных» было много, но никто так и не смог предъявить газете ни малейшей претензии, поскольку в своей работе всегда соблюдаю ряд принципов:

1. При подготовке публикаций по правовой тематике необходима особо тщательная проверка фактов, продуманное употребление тропов, стилистических фигур, фразеологизмов. Эти требования необходимо соблюдать при написании любого материала, но погрешности при подготовке публикации на правовые темы могут иметь значительно более серьезные негативные последствия, чем, например, ошибка в репортаже со спортивной арены.

2. Чрезмерное употребление уголовного жаргона снижает автора до уровня персонажа.

3. Хотя по устоявшемуся в обществе мнению, человек, совершивший умышленное убийство, не имеет чести и достоинства, но высказываний, унижающих честь и достоинство, оскорблений, указаний на физический или моральный недостаток, следует избегать.

4. Автор может сомневаться в правильности решения суда, но не имеет права утверждать, что судья умышленно отступил от требований закона.

5. Стилистикой публикации можно возвысить или унижить, похвалить или оскорбить, заставить читателя сказать именно то слово или высказать ту мысль, которую думал автор, но в тексте ее нет.

6. Публикация станет много убедительней, если автор свою позицию или мнение подтвердит комментарием специалиста.

Нужно признать, что число исков и судов, где герои публикаций будут обвинять

журналистов в искажении фактов, лжи, оскорблении, вторжении в частную жизнь, в ближайшей перспективе вряд ли уменьшится. По одному и тому же закону о средствах массовой информации одни будут обвинять, а другие оправдываться.

Конечно, чего греха таить, не так уж редко публикации, в которых автор сознательно идет на такие нарушения, когда материальная или моральная выгода куда больше, чем опасность предполагаемой ответственности. Но это тема другого разговора.

Во всех других случаях лучше пользоваться правилом «Не навреди». И не только тому, о ком пишешь, но и себе, своему изданию.

В былые времена на местоимение «я» в газетных публикациях было наложено табу. Вместо «я думаю» писали «думается», вместо «я считаю» писали «считается» и т. д. Эффект присутствия и соучастия – вот качества публикации, вызывающие доверие и уважение читателя. Пуст материал, если в нем нет журналистского «я», его отношения и оценки. В публикациях рубрики «Лохотрон» авторское «я» восполняется через комментарии к диалогам.

Другое дело, что «я» должно быть дозированным, чтобы не превратиться в яканье. Это виртуозно делал В. Гиляровский, большинство репортажей которого как раз и были на тему социальных коллизий. По ним видно, что В. Гиляровский был не только наблюдателем, но и участником этих коллизий. Однако при этом не возникало чувства, что репортер «весь вечер на манеже».

У автора сложилось твердое убеждение, что читателя материалов о социальных коллизиях больше интересует не мнение редакции, а мнение и оценки автора. И прямое обращение к читателю через «я» вызывает больше доверия.

В публикациях на правовую тему местоимение «я» не просто позиция. Это ответственность. И преданное или проданное автором «я» может много стоить.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ *Чалдини Р.* Психология влияния. СПб., 2006. С. 114.

² *Лазутина Г. В.* Профессиональная этика журналиста. М., 1999. С. 167.

³ *Эверетт Д., Мэррилл Дж.* Беседы о масс-медиа. М., 1997. С. 187.

⁴ *Чалдини Р.* Указ. соч. С. 114.

⁵ *Свитич Л. Г.* Феномен журнализма. М., 2000. С. 56.

⁶ *Лозовский Б. Н.* «Четвертая власть» и общество: на тернистом пути к согласию. Екатеринбург, 2001. С. 153.

⁷ *Мерзлякова Т. Г.* Доклад о деятельности Уполномоченного по правам человека Свердловской области в 2002 году. Екатеринбург, 2003. С. 133.

⁸ *Иванов А. А.* Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. 2001. С. 70–71.

⁹ *Лозовский Б. Н.* Указ. соч. С. 65–66.

¹⁰ *Брайант Д., Томпсон С.* Основы воздействия СМИ. М., 2004. С. 148.