

Етични стандарти и публична комуникация

Гл. ас. д-р Марина Маринова
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“

Ethical standards and public communication

Ch. assistant Dr. Marina Marinova
VTU „St. St. Cyril and Methodius“

Abstract: *The text raises the question of ethical standards in the journalistic profession. Questions are presented regarding the public interest and its ethical representation in media discourse. The role of international professional standards for journalistic ethics and their place in the Bulgarian media environment is noted. The purpose of the scientific exhibition is to substantiate the relationship between scientific theory and practice, to emphasize the important role of ethical standards in professional training in journalism. The research methods are observation, analysis and synthesis. The scientific hypothesis argued in the presentation is the following: ethical standards in journalistic work are a leading factor for professional training in journalism.*

Keywords: *journalism, ethics, audio visual communication*

Резюме: В текста се поставя въпросът за етичните стандарти в журналистическата професия. Представят се проблеми, свързани с обществен интерес и етичното му репрезентиране в медийния дискурс. Отбелязва се ролята на международните професионални стандарти за журналистическа етика и мястото им в българската медийна среда. Целта на научното изложение е да обоснове връзката между научната теория и практиката, да подчертае важната роля на етичните стандарти в професионалното обучение по журналистика (конкретно профил телевизия). Методите на изследване са наблюдение, анализ и синтез. Научната хипотеза, аргументирана в изложението, е следната: *етичните стандарти са първият и водещ фактор при професионалната подготовка в обучението по журналистика.*

Ключови думи: журналистика, етика, аудио-визуална комуникация

Преди да обърнем внимание на въпроса за журналистическата етика ще изясним идеята за професионално образование по журналистика. Тук се позоваваме на концепцията на Мая Василева относно разбирането за професионална подготовка в журналис-

тическата работа. Добрият телевизионен водещ не се създава сам по себе си, кариерата му на устойчив телевизионен образ се гради с години преди да заеме позицията на емблематична медийна фигура. Така изградената фигура си е извоювала правото да критикува, размива, да гради културни стойности и да илюстрира свободомислие. Мая Василева посочва образованието като ключов фактор за адекватна подготовка и присъствие на журналиста на телевизионния екран. Любопитството към знание е сериозна основа, която е свързана с отношението към текста, езика, ораторския стил, тънкостите на речевото изразяване, богатата обща култура и ерудицията (вж Василева 2021: 66-67). В резултат на подробно и дългогодишно наблюдение в телевизионната практика авторката извежда три нива на професионална подготовка на телевизионния водещ. *Общопрофесионалната подготовка* представлява система от знания, принципи, норми, които се отнасят до същността и основните страни на телевизионната дейност. *Специалната професионална подготовка* е свързана и си взаимодейства с първата, изразява се в специалната ориентация за свойствата на различните медии и се формира на базата на общометодологически принцип. Тяснопрофесионалната журналистическа ориентация е система от знания с конкретно тематично направление: икономика, бизнес, литература, изкуство, вътрешна и международна политика, социална проблематика, криминалистика (вж Василева 2021: 72). Василева предлага „професиограма“ на типовете телевизионни водещи: водещ-журналист, водещ-актьор, водещ-комик и водещ-певец, музикант. Водещият-журналист е тясно профилиран в работата с публицистични текстове и журналистическа информация, той търси подходящите думи и ги изразява по най-подходящ начин (вж Василева 2021: 86). Обобщено казано, можем да изведем следните черти на професионално подготвения журналист. Той е с хуманитарно образование, има отношение към речта и текста, подготвен е по отношение на технологичните правила на телевизионната дейност, запознат е с общите методически характеристики при работата в различен тип медии, ориентиран е тяснопрофесионално в конкретен ресор и се изгражда като журналист, работещ в рамките на публицистичния дискурс. Тези професионални харак-

теристики са изключително важни, но допълнителна част от подготовката на един бъдещ журналист безспорно е подготовката на база на етични правила и норми. Без етичен коректив и съобразяване с нормативната база, която има отношение към телевизионната дейност, журналистиката би се обезсмислила. Свободата на словото не е безкрайна възможност да се говори всичко за всеки. Свободата на словото е отговорност, тя е предизвикателство към личното осъзнаване на всеки журналист за това какви правила трябва да се спазват. Студентите, изучаващи специалност журналистика във ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, получават необходимата теоретична подготовка и имат знанията, необходими за практическата им реализация в реална работна среда (телевизия). Нека разгледаме водещите критерии и разбирания за професионална етика в рамките на журналистическия дискурс. Съвременните електронни медии функционират в условия на медийна конвергенция и мултимедиен нюзрум. Те предоставят за разпространение политическа, икономическа, културна, научна, образователна и друга социално значима информация. По закон са длъжни да осигуряват достъп до националните и световните културни ценности, да популяризират научните и техническите постижения чрез разпространението на български и чужди образователни и културни програми. Обществените доставчици на медийни услуги трябва да гарантират чрез програмната си политика защита на националните интереси, общочовешките културни ценности, националната наука, образованието и културата на всички български граждани, без оглед на етническата им принадлежност. БНТ и БНР имат кауза да съдействат за развитието и популяризирането на българската култура и българския език, както и на културата и езика на гражданите в съответствие с етническата им принадлежност. Обществените доставчици трябва да осигуряват чрез своите медийни услуги достъп до националното и европейското културно наследство, да включват предавания, които информират, образоват и забавляват и които прилагат новите информационни технологии. Важно е да отбележим, че обществените доставчици носят отговорност да отразяват различните идеи и убеждения в обществото чрез плурализъм на гледните точки във всяко от новинарските и

актуално-публицистичните предавания с политическа и икономическа тематика. Те трябва да съдействат за взаимното разбирателство и толерантността в отношенията между хората (вж ЗРТ 2022: 8-9, чл. 6). Съобразно европейската директива за аудио-визуални медийни услуги (Директива (ЕС) 2018/1808) услугите на платформите за споделяне на видеоклипове предоставят аудио-визуално съдържание, което широката общественост и по-специално младите хора, ползват във все по-голяма степен. Това важи и за услугите на социалните медии, които са средство за споделяне на информация, развлечение и образование, включително чрез предоставяне на достъп до предавания и генерирани от потребители видеоклипове. Тези услуги на социалните медии имат значително въздействие, тъй като улесняват възможността потребителите да формират мнение и да влияят върху мнението на останалите. Затова е изключително важно да се гарантира защитата на непълнолетните от вредно съдържание (вж Директива ЕС 2018: 70). Хартата на основните права на Европейския съюз затвърждава водещи за съюза права, свободи и принципи: достойнство, свободи, равенство, солидарност, гражданство, правосъдие. В Преамбюла се заявява: „Като съзнава своето духовно и морално наследство, Съюзът се основава на неделимите и универсални ценности на човешко достойнство, свобода, равенство и солидарност; той почива на принципа на демокрацията и на принципа на правовата държава. Той поставя човека в центъра на своята дейност, като учредява гражданството на Съюза и създава пространство на свобода, сигурност и правосъдие“ (Харта ЕС 2016: 393). Свободата на изразяване на мнение и свободата на информация са водещи ценности. Всеки има право на свобода на изразяването, това право включва свободата да се отстоява мнение, да се получава и разпространява информация, без намеса на публичните власти и независимо от границите. Свободата и плурализмът на медиите са изключително значими и трябва да се зачитат. (вж Харта ЕС 2016: 396). Най-важната журналистическа парадигма е тази на редакционните ценности. Тя е свързана с дневния ред на новините, с обществения интерес, справедливостта, независимостта, баланса на мненията и прецизността при поднасянето на информацията. Дневният ред

представлява определяне на приоритетите и произтичащите от тях задачи за дадена медия. Общественият интерес е свързан с отразяване на всички сериозни проблеми, по които обществото има право да бъде информирано. Справедливостта и независимостта се съотнасят с истинното отразяване на действителността без външна намеса или редакционна цензура. Балансът е представяне на отразяваните проблеми, като се отчита цялото многообразие и различие в гледните точки. Прецизността е съотносима с точност при представянето на отразяваните факти и образи (вж Петров, Попова, Вазински 2012: 131). Етичният кодекс на българските медии, разработен от Фондация „Национален съвет за журналистическа етика“¹ дефинира разбирането за обществен интерес. Информацията „в обществен интерес“ не трябва да се обърква с информация, която е „интересна на обществото“. Един журналистически материал е в „обществен интерес“, само когато е в защита на здравето, безопасността и сигурността на хората, когато съдейства за предотвратяване и разкриване на престъпления и злоупотреба с власт и предпазва обществото от опасността да бъде сериозно заоблажвано (вж Етичен кодекс на българските медии, т. 5)²

Събиране на информация

При осъществяване на своята дейност доставчиците на медийни услуги се ръководят от следните принципи: гарантиране на правото на свободно изразяване на мнение, гарантиране на правото на информация, запазване на тайната на източника на информация, защита на личната неприкосновеност на гражданите; недопускане на предавания, внушаващи нетърпимост между гражданите; недопускане на предавания, които противоречат на добрите нрави, особено ако съдържат порнография, възхваляват или оневиняват жестокост и насилие, когато подбуждат към ненавист въз основа на расов, полов, религиозен или национален признак. Доставчиците на медийни услуги гарантират правото на отговор в програмите

¹ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

² Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

си, когато има засегнати лица; гарантират авторските и сродните им права и съхраняват чистотата на българския език (вж ЗРТ 2022: 11, чл. 10). Относно събирането на информация етичните норми имат своето безспорно място. В Етичния кодекс журналистите заявяват категорично, че на обществото ще бъде представяна проверена информация, ще се разграничават фактите от коментарите и предположенията. При анализа на събитията ще се представят различни мнения и гледни точки. При възникване на спорни ситуации на засегнатите страни ще се дава възможност да изразят собствената си позиция. В случай на грешка и неточност, ще се публикува поправка и ще се предостави право на отговор на засегнатото лице или организация. Информацията трябва да бъде събирана с честни и законни средства. При използването на скрити камери и микрофони, това ще става, само ако няма друг начин да се осигури важна за обществения интерес информация и ще бъде посочено, че са използвани такива методи (вж ЕК, т.1, т.2)³. Лица и държавни и общински органи, засегнати в предавания, в които не са участвали лично или чрез свой представител, имат право на отговор. В 7-дневен срок от деня на предаването лицата имат право да поискат писмено от съответния оператор предоставянето за разпространение на техния отговор. В искането трябва да са посочени оспорваните твърдения, както и датата и часът на предаването. Операторът е задължен да осигури включването на отговора в следващото издание на същото предаване или в равностойно време до 24 часа след получаването на отговор (като не се допуска изменение или съкращаване). Предоставянето за разпространение на отговор е безплатно за засегнатите лица. Времетраенето на отговора не може да надвишава времетраенето на оспорваната част от предаването (вж ЗРТ 2022: 14, чл. 18).

Личен живот

По отношение на личния живот на гражданите, трябва да се избягва публикуването на снимки и записи, направени извън обществените места, ако засегнатите лица не са съгласни. При отра-

³ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

звяването на трагедии и инциденти не трябва да се засилва мъката на хората, попаднали в беда, като съответната информация трябва да се представя съдържано и със съчувствие (вж ЕК, т. 2.2.)⁴. Доставчиците на медийни услуги зачитат правото на личен живот и спазват законодателството за защита на личните данни на гражданите, като вземат предвид баланса между правото на личен живот и правото на свобода на изразяването и информацията. Доставчиците на медийни услуги обаче могат да включват в предаванията си информация в публичен интерес относно личния живот на граждани, осъществяващи правомощия на държавни органи, или на граждани, чиито решения имат влияние върху обществото (вж ЗРТ 2022: 12-13, чл. 16).

Отразяване на новини, свързани с деца

В член 24 от Хартата на основните права на Европейския съюз конкретно са разгледани правата на детето. Децата имат право на закрила и на грижите, необходими за тяхното благоденствие, те могат да изразяват свободно своето мнение. То се взема под внимание по въпросите, които ги засягат, в зависимост от възрастта и зрелостта им. При всички действия по отношение на децата, висшият интерес на детето трябва да бъде от първостепенно значение (вж Харта ЕС 2016: 398). Директивата за аудио-визуални медийни услуги също ангажира държавите членки да предприемат подходящи мерки и да гарантират, че аудиовизуалните медийни услуги няма да увредят физическото, умственото или моралното развитие на непълнолетните лица. И тези услуги да се предоставят по начин, който гарантира, че децата няма да чуят или видят материали, несъответстващи на тяхната възраст. Мерките могат да включват избор на времето на излъчване, средства за проверка на възрастта или други технически начини (те трябва да са пропорционални на потенциалната вреда от предаването). Най-вредното съдържание, например неоправдано насилие и порнография, е предмет на най-строги мерки. А личните данни на непълнолетни лица не се обработват за търговски цели, като директен маркетинг, профи-

⁴ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

лиране и реклама. Държавите членки гарантират, че доставчиците на медийни услуги предоставят достатъчно информация на зрителите относно съдържанието, което може да увреди физическото, умственото или моралното развитие на непълнолетните лица. За тази цел доставчиците на медийни услуги използват система, която описва потенциално вредното естество на съдържанието на услугата (вж Директива ЕС 2018: 84). Специално място в българския етичен кодекс също е отделено на отразяването на събития, свързани с деца. В него (точка 2.4.1.) се казва: „Ще проявяваме специална отговорност за спазване на правата на децата, включително и правото им да бъдат чути“⁵. Етичните норми предполагат, че журналистите няма да се възползват от неопитността и доверчивостта на децата. Няма да бъдат публикувани снимки или друга информация за личния им живот. Няма да бъде разкривана самоличността на децата в случаите, в които са попаднали в беда или са жертви на престъпления. Няма да бъдат интервюирани деца без съгласието на родители или настойници (вж ЕК, т. 2.4.)⁶. Директивата за аудио-визуални медийни услуги посочва, че съдържанието, предоставяно от услугите на платформите за споделяне на видеоклипове, в голяма степен не е редакционна отговорност на доставчика на съответната платформа за споделяне на видеоклипове. От тези доставчици се изисква обаче да вземат подходящи мерки за защита на децата от вредно съдържание, тоест съдържание, което може да увреди тяхното физическо, умствено или морално развитие. Доставчиците на медийни услуги изготвят като част от етичния си кодекс правила по отношение на неподходящи търговски съобщения, придружаващи или включени в детски предавания за храни и напитки, които съдържат мазнини, трансмастни киселини, сол и захар - чийто прекомерен прием в хранителния режим не е препоръчителен. Доставчиците на медийни услуги изготвят като част от етичния си кодекс правила по отношение на неподходящите аудио-визуални търговски съобщения за алкохолни напитки. С тези правила се цели ефективно намаляване на излагането на де-

⁵ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

⁶ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

цата на аудио-визуални търговски съобщения за алкохол (вж ЗРТ 2022: 35, чл. 76).

Материали, свързани с насилие и дискриминация

Според Директивата за аудио-визуални медийни услуги от доставчиците се изисква да предприемат подходящи мерки за защита на широката общественост от съдържание, което включва подбуждане към насилие или омраза срещу конкретна личност или група. (вж Директива ЕС 2018: 47). Съгласно Закона за радиото и телевизията медийните услуги не трябва да съдържат подбуждане към насилие или омраза, насочени към група лица или член на група (въз основа на някое от основанията, посочени в член 21 от Хартата на основните права на Европейския съюз), както и публично подбуждане към тероризъм по смисъла на Наказателния кодекс (вж ЗРТ 2022: 9, чл. 8). Директивата за аудио-визуални медийни услуги в чл. 6 разглежда дискриминацията и настоява, че е недопустимо подбуждане към насилие и омраза към определено лице или група от хора, както и публично подстрекаване към извършване на терористично престъпление (вж Директива ЕС 2018: 83). Журналистите трябва да уважават правото на всеки да живее в сигурност и безопасност и да не публикуват материали, подбуждащи омраза, насилие и дискриминация. Когато не са с информативна стойност и нямат съществено значение за журналистическия материал, не трябва да се посочват факти като расовата, религиозната, етническата принадлежност, сексуалната ориентация, умственото или физическото състояние на хората. При отразяване на престъпление презумпцията за невинност трябва да се спазва и не е етично някой да бъде квалифициран като „престъпник“, когато не е осъден. Етиката предполага, че щом е представена информация за обвиняемо лице, тази тема трябва да се проследи до пълното изясняване на казуса. Не е етично да се придава излишна сензационност при отразяване на престъпления, насилие и жестокост (вж ЕК, т.1, т.2)⁷. Доставчиците на медийни услуги са длъжни да не допускат създаване или предоставяне за разпространение на

⁷ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

предавания, внушаващи национална, политическа, етническа, религиозна и расова нетърпимост, възхваляващи или оневиняващи жестокост или насилие (вж ЗРТ 2022: 13-14, чл. 17). Да не бъдат дискриминирани част от зрителите – тези с увреждания, е важен ангажимент на доставчиците на медийни услуги. Те трябва да гарантират, че предоставеното съдържание е достъпно за хората с увредено зрение или слух. Средствата за постигането на достъпност на съдържанието включват жестомимичен превод, субтитри за глухи и хора с увреден слух, субтитри с говор и звуково описание и др. (вж ЗРТ 2022: 9-10, чл. 8а.). Хартата на Европейския съюз за основните права забранява всяка форма на дискриминация, основана по-специално на пол, раса, цвят на кожата, етнически или социален произход, генетични характеристики, език, религия или убеждения, политически или други мнения, принадлежност към национално малцинство, имотно състояние, рождение, увреждане, възраст или сексуална ориентация; също така се забранява всяка форма на дискриминация, основана на гражданството (Харта ЕС 2016: 398).

Политически и икономически натиск

Медиите, подписали българския етичен кодекс, заявяват категорично, че ще разграничават вземането на редакционни решения от търговската политика на съответната медия. Ясно ще се посочва разликата между редакционно съдържание и платени публикации, реклами и спонсорство (вж ЕК, т.3)⁸. Търговските съобщения, предоставяни от доставчиците на медийни услуги, трябва ясно да се разпознават, скритите търговски съобщения са забранени. Скрито търговско съобщение е представянето с думи, звук или картина на стоки, услуги, наименование, търговска марка в конкретни предавания, когато това представяне би могло да подведе аудиторията. Производителите на стоки и доставчиците на услуги не могат да оказват влияние върху редакционното съдържание. В търговските съобщения не трябва да се използват техники, действащи върху подсъзнанието, това са индиректни

⁸ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

методи, които не са обозначени като търговски съобщения и не се разпознават от аудиторията като такива, но могат да формират подсъзнателна психическа реакция и нагласа (вж ЗРТ 2022: 34-35, чл. 75). Спонсорираните медийни услуги или предавания при никакви обстоятелства не трябва да насърчават пряко закупуването или наемането на стоки или услуги, особено чрез споменаване на тези стоки и услуги в предаванията. Зрителите трябва да са ясно информирани за съществуването на споразумение за спонсорство, ясно да се разпознават името, логото или друг знак на спонсора. Не могат да бъдат спонсориран новини и актуално-публицистични предавания за текущи събития. Политически партии и организации, както и религиозни организации не могат да бъдат спонсори на телевизионни предавания. Забранено е показването на логото на спонсор в детски и религиозни предавания (вж ЗРТ 2022: 36, чл. 82). Търговските съобщения не трябва да допускат в съдържателния си контекст дискриминация по пол, раса, етнос, гражданство, религия, убеждения, възраст, сексуална ориентация. Те не трябва да насърчават поведение, което накърнява здравето и безопасността на хората, както и опазването на околната среда. Търговските съобщения, свързани с алкохолни напитки, не трябва да са насочени към непълнолетни лица (вж Директива ЕС 2018: 84-85).

Авторски права и плагиатство

Етичният кодекс на българските медии окачествява всички форми на плагиатство като неприемливи. Съгласно него, трябва да се спазват авторскоправните споразумения. Кратки извадки от чужди материали могат да се използват, като ясно се посочи медията, чийто материал се ползва. По-дълги откъси или цели материали могат да се използват, но с предварително разрешение и като се посочат авторът и медията (вж ЕК, т.4)⁹. Доставчиците на медийни услуги са длъжни да записват предоставените за разпространение от тях програми и предавания и да съхраняват записите в продължение на 3 месеца, считано от датата на предаването. В случай, че постъпи искане за отговор или бъде предявен иск срещу доставчи-

⁹ Национален съвет за журналистическа етика. Достъпно на: <https://mediaethics-bg.org/> (20 август 2022)

ка на медийни услуги във връзка със съдържанието на конкретно предаване, записите се пазят до приключване на делото (вж ЗРТ 2022: 12, чл. 14).

Това са някои от водещите критерии, с които бъдещите журналисти трябва да се съобразят при структурирането на професионално издържан журналистически материал. Нормативната база предлага възможност за пълноценна интерпретация на въпроса за етиката и възможностите за медийно отразяване. Студентите се запознават с тези правила по време на обучението си в теоретичните дисциплини и по време на учебната практика в учебното телевизионно студио. Каква е действителността обаче и какво се забелязва на медийния пазар? За съжаление, голяма част от журналистите, работещи в телевизии, не са изучавали журналистика. Това е единият фактор, липсата на теоретична подготовка. Другият фактор е свързан с това, че, работейки в един нюзрум, журналистът съобразява материалите си с правилата на съответния продуцент и редакцията. Въпросът се свежда до това, какво може да се направи. Остава надеждата, че работодателите ще насочат вниманието си към подготвени и образовани бакалаври по журналистика. Това дава надежда, че по този начин може да се редуцират редица дефицити в телевизионния ефир – започвайки от правописа и стигайки до журналистическата етика. Категорично, образованият журналист би се справил професионално с предизвикателствата в съвременната медийна среда и би съумял да създава качествени и етично издържани журналистически материали.

Библиография

1. Василева, М. Ерата на вечерното токшоу: Продуциране на вечерно токшоу за онлайн платформи. София, 2021, 269 с.
2. Директива за аудио-визуални медийни услуги (ЕС) 2018/1808. <https://www.cem.bg/files/1545219740_avmsd_1808_bg.pdf> [26 ноември 2023]
3. Етичен кодекс на българските меди. <<http://mediaethics-bg.org/%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D0%BD>> [26 ноември 2023]

4. Закон за радиото и телевизията (последна редакция: изм. ДВ. бр.8 от 28 Януари 2022 г.). <<https://www.cem.bg>> [26 ноември 2023]
5. Петров, М., Попова, М., Вазински, М. Медиите в Европа. Велико Търново, 2012, 374 с.
6. Харта на основните права на Европейския съюз. <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=ET>> [26 ноември 2023]