Человеческие проблемы и журналистская этика

[Версия для печати](http://www.miloserdie.ru/print/20/36/2704)

**Несомненно, телевидение – самый мощный инструмент воздействия на общественное мнение, и понятно желание отчаявшихся людей прибегнуть к его помощи. Но часто это связано с вынесением на широкую аудиторию интимных подробностей. О том, как максимально обезопасить себя от ненужного любопытства окружающих, а также о журналисткой этике мы беседуем с психологом детского дома № 19 Марией Викторовной КАПИЛИНОЙ

-- Мария Викторовна, что надо учитывать людям, надеющимся решить свою серьезную жизненную проблему с помощью телепередачи?**
-- На мой взгляд, важно реально оценивать возможности телепередач и собственную роль в них. Привлечение внимания к какой-либо проблеме через масс-медиа может позитивно повлиять на дальнейшие события. Но для конкретного человека, который оказывается в эпицентре обсуждения, подобная акция всегда сопряжена с негативными побочными эффектами, и иногда эти «эффекты» перевешивают.
Концепцию программы определяет тот, кто пишет сценарий. И его концепция может не совпадать с чаяниями героя передачи. Поэтому прежде, чем обратиться в конкретную программу за помощью, нужно хорошо понять, что это за программа, каковы ее цели. Кроме того, хотя основных действующих лиц и принято называть «героями», для авторов программы они могут быть, прошу прощения, лишь «рабочим материалом». И ведущие, если программа не авторская, следуют сценарию, большинство их реплик пишется заранее и, очевидно, не ими.
Человек, обращающийся на телевидение, ищет сочувствия и общественной поддержки. Однако надо понимать, что даже при самой корректной подаче материала ему не гарантировано всеобщее сочувствие. Восприятие – вещь субъективная. Кто-то из зрителей скажет «сам виноват», кто-то осудит вынесение сора из избы, а кто-то просто останется равнодушен.
Вынесение своей проблемы на обсуждение в телепередаче ставит человека в личную зависимость от компетентности и добросовестности журналиста. Можно не только стать жертвой журналистской небрежности, но и попасть в более серьезную ситуацию. Есть программы, как и желтая пресса, просто зарабатывающие на жареных фактах, иногда их намеренно искажая. Другой, более мягкий вариант – создатели программы искренне хотят разобраться в проблеме. Их интересует проблема, но не вы как личность. Вы не сможете контролировать степень своей открытости. Это режиссируют авторы и ведущие, они «вовремя» зададут вам неожиданный вопрос, и вы в порыве искренности расскажете больше, чем планировали. Подробности вашей жизни (иногда глубокие, даже интимные) станут известны миллионам людей. И это при вашем открытом лице! Людей с хорошей зрительной памятью немало, и они, даже несколько минут видя вас на экране, узнают спустя годы. Но еще больше участие в телешоу скажется на отношениях с родственниками, друзьями, сослуживцами. Готовы ли вы к тому, что у вас на работе, в школе у вашего ребенка люди будут знать и обсуждать какие-то ваши домашние проблемы? Бывают минуты отчаяния, когда человеку все равно, что будет потом, лишь бы разрешить ситуацию сейчас. Но последствия такой публичности сказываются долго. Будет ненужное внимание посторонних, не всегда сочувственное.

**-- То есть лучше обращаться в программу, где проблема обсуждается без демонстрации «героя»?**
-- Кому что нравится. Есть люди, которым «на миру и смерть красна», им важно привлечь к себе внимание по любому поводу. Но таких людей немного. Как вариант существуют ток-шоу с подставными героями – обсуждается реальная проблемная ситуация, но в студии сидит не тот, кто в этой ситуации оказался, а приглашенный на его роль. Считаю, что такая форма корректнее. Или помните программу «Человек в маске»?.. Герой сидел в маске, голос был изменен, а в конце передачи человек сам решал, открывать ли ему лицо. Когда уже знал, насколько он раскрылся перед студией. Повторяю, в начале программы ни один человек не может знать, что произойдет в студии, до какой степени будет он откровенен.

**-- Взрослый человек не может знать! Что же тогда говорить о детях?**
-- Участие детей в подобных передачах – отдельный разговор. Ребенок не может знать последствий публичности, о которых я говорила. Он просто доверяется взрослым. Представьте, что дети из телепередачи узнали о проблеме в семье своего одноклассника... Кто-то способен понять и посочувствовать. А кто-то захочет подразнить. Но даже если не будет мгновенных последствий, позже, когда ребенок вырастет, он может не захотеть, чтобы кто-то знал подробности его детства, особенно если он рос в неблагополучной семье.
Например, вспомним процесс Чикатило. Да, он был чудовище, маньяк. Но у него была семья, дети, и судьба его сына сложилась очень плохо. В наследственности ли дело? Я все же думаю, что большую роль сыграло глубокое отчаяние от сознания, чей он сын, и давление окружающих. С детства жить с таким клеймом! Это рассуждать легко, что дети за родителей не отвечают. Вся страна знала про его отца. Куда бы они ни переезжали, все оформлялось через официальные инстанции, и все вокруг быстро узнавали, чьи родственники приехали.

**-- А этого можно было избежать?**
-- Не знаю как, но есть программы защиты свидетелей, защиты семьи. Уж о семье надо было как-то позаботиться – они-то точно ни в чем не были виноваты. Но тогда никто о них не думал. Мы отвлеклись от темы ток-шоу, но журналистская этика актуальна для всех жанров.

**-- В любой профессии есть свои соблазны. Один из ваших коллег говорил мне, что соблазн психолога – стать гуру. Соблазн любого журналиста – написать или снять сенсационный материал. Безусловно, передача с персоналиями зрелищнее, сенсационнее. А профессиональный телевизионщик не может не думать о рейтинге. Как не переступить границу дозволенного, соблюсти журналистскую этику?**
-- Рейтинга можно добиться благодаря содержанию, а можно – за счет внешнего оформления. В первом случае от журналиста требуется глубина, умение одновременно задать некий уровень обсуждения проблемы и раскрыть ее так, чтобы она была понятна и интересна массовому зрителю. Во втором случае главное – скандальная тема. Этакие низкопробные, желтопрессные штучки. (И в кино так же: в одних фильмах главное – содержание, в других – спецэффекты, то есть обертки). Есть еще третий вариант привлечения зрителя, близкий ко второму – берется совершенно беззащитный человек, обнажается его история. Это игра на самых низменных человеческих страстях. Любопытно! Любопытно видеть застеколья, клеточные шоу. «Клеточные» и в смысле страстей, на которые рассчитаны, и в смысле оформления – некто в клетке, а толпа за ним наблюдает. Так вот, хороший журналист отличается тем, что он сможет максимально обезопасить участника передачи и добиться рейтинга за счет содержания, а не «стриптизных» штучек.
Если же вернуться к людям, обращающимся на телевидение со своими проблемами, то хотелось бы, чтобы они сотрудничали с журналистами с открытыми глазами, занимали позицию субъекта, а не объекта. Продумайте заранее, чего вы хотите добиться своим участием в передаче, до какой степени готовы вы открыться, согласны ли показать свое лицо, озвучить свой голос. И помните, что вы имеете право не отвечать на вопросы. Если же вы не хотите отвечать на вопрос, а журналист на вас давит, лучше сразу отказаться от участия в передаче – у авторов свои, отличные от ваших интересы. Обижаться на них не надо, но надо быть к этому готовым и уметь защищать себя.

**-- Нужны ли такие интеллектуальные усилия? Стоит ли игра свеч? Действительно ли телешоу (при условии понимания человеком своих интересов и умения их отстаивать) – эффективный способ решения жизненных проблем?**
-- Может быть эффективно, а может – нет. На телевидении неизбежны купюры – программа (если это не прямой эфир) всегда снимается дольше, чем идет. Что вырезать, решает руководство. Есть вероятность, что они вырежут именно ту часть вашего выступления, которая для вас наиболее важна. И не для того, чтобы вам насолить, просто, на их взгляд, этот кусок не вписывается в концепцию передачи. А вырезать можно и так, что результат вашего участия в программе будет прямо противоположным ожидаемому. Знаю людей, которые не получили реальной помощи, зато их личная жизнь обсуждалась спустя 2 и 3 года.
Не надо преувеличивать и эффект воздействия на чиновников. Иногда программа действительно воздействует, и ее участник получает от них желаемое, но бывает и наоборот: чиновники идут на принцип, чтобы другим неповадно было, конфликт обостряется, а результат нулевой. Мне кажется, к средствам массовой информации, к телевидению надо обращаться в совсем безвыходной ситуации, либо когда вы заинтересованы привлечь внимание общественности. Если же ситуация не безвыходная, эффективнее найти грамотного юриста или денежные средства или еще какой-либо непубличный способ решения проблемы.

**Беседовал Леонид ВИНОГРАДОВ**

|  |
| --- |
|  |