



*Конфликт интересов.*

*Руководство для журналиста.*

В данном руководстве приведены примеры распространенных ситуаций, где журналист может встретиться с конфликтом интересов, когда с одной стороны на журналиста давят требования его профессиональной деятельности, а с другой стороны - его другие общественные роли.

Систематизация и советы решения конфликтных ситуаций основываются на двух важных предпосылках. Во-первых, предполагается, что средства массовой информации осуществляют свою деятельность в интересах общества, и в своих действиях не зависят от политических, экономических и других влияний. Ведение независимой и объективной журналистики означает достоверность в глазах аудитории. С другой стороны, нельзя игнорировать тот факт, что журналисты частных СМИ являются наемными сотрудниками, чья работа состоит в том, чтобы создать такой материал, который помог бы медиа-компаниям выгодно продать свой продукт, поэтому журналисты должны действовать в коммерческих интересах своей медиа-компания. Таким образом, журналистская деятельность часто является лавированием между двумя противоположными интересами - как лучше служить обществу, и в то же время, как работать на прибыль. Поэтому часто возникают такие ситуации, в которых сложно найти единственно правильное решение и определенную модель поведения.

Так как журналисты не находятся на службе у государства, то и законодательство не предписывает им определенные правила поведения. Некоторое профессиональное руководство при принятии решений можно найти в *Кодексе Профессиональной Этики Журналиста*, в котором расписаны очень общие понятия. Кроме того, действия журналистов регламентируются многими неписаными принципами. Журналист несет очень большую ответственность, этические и моральные выборы одного конкретного журналиста могут повлиять на доверие ко всей журналистике в целом. Таким образом, правила поведения, изложенные в настоящем доступном для всех документе, помогают сделать индивидуальный выбор каждому журналисту.

Приведенные в документе ситуации и их решения часто встречаются в работе журналистов. Помимо журналистов, в СМИ существуют и так называемые «работники СМИ». Если работу журналиста можно определить, как служение общественным интересам, то при определении деятельности работников СМИ добавляются такие различные коммерческие интересы, как увеличение прибыли, погоня за известностью. Проблема заключается в том, что публика часто не делает различие между этими двумя группами, и от обеих сторон ждут прозрачности, ясности и служения обществу. Поэтому, рекомендуется, чтобы все - как журналисты, так и работники СМИ, приняли к сведению и по возможности руководствовались бы вариантами решений этих ситуаций.

В руководстве ситуации разделены на **семь общих групп**, в каждой из которых приводятся примеры из жизни и советы, как в таких ситуациях поступать. Для каждой ситуации можно найти альтернативные решения. Решения размещены по принципу превосходства - в начале дается оптимальное решение, а затем следуют не такие хорошие, но всё же приемлемые решения. Решения конкретных случаев помогают объяснить причины, указанные в описании каждого типа ситуации.

Это руководство является инструментом урегулирования ситуаций с конфликтом интересов, в случае сложных ситуаций помогает проанализировать всевозможные аспекты и выбрать оптимальное решение.

## Противоречие между личными принципами и требованиями организации

Ситуацию, в которой принципы отдельного лица и организации расходятся, труднее всего изменить на индивидуальном уровне. Журналисту с высокими этическими стандартами будет очень сложно работать в организации под управлением людьми с низкими моральными требованиями. Например, журналист не хочет писать заказные тексты, хотя руководство издания не видит в этом ничего предосудительного и требует от журналиста написания таких текстов. В большинстве случаев, проигравшим в таких рода ситуациях оказывается журналист, которому приходится выбирать - работать дальше или уходить.

Однако смелому и умелому журналисту иногда удастся найти компромисс и создать себе необходимое независимое поле для работы. Для этого надо сразу формулировать свои требования и цену, которую каждый готов платить за это — насколько далеко можно зайти, чтобы оставаться честным к себе? Поэтому компромисс между требованиями организации и своими принципами часто возможен. Будет еще легче, если к обсуждению требований организации подключить также и коллег.

### 1. Интересы общественно-правовой организации

НА ГОСУДАРСТВЕННОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ ДЕЛАЕТСЯ СЕРИЯ ПЕРЕДАЧ, ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КОТОРЫХ ОПЛАЧИВАЕТСЯ МИНИСТЕРСТВОМ. ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ПЕРЕДАЧ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МИНИСТЕРСТВА ДОГОВАРИВАЮТСЯ О ТЕМАХ, КОТОРЫЕ БУДУТ В НИХ ЗАТРОНУТЫ И ИХ ОБЪЕМЫ. СОДЕРЖАНИЕ, ИСТОЧНИКИ И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПОДХОДЫ НА ВСТРЕЧЕ НЕ ОБСУЖДАЛИСЬ. В ОДНОЙ ИЗ ПЕРЕДАЧ ЖУРНАЛИСТ ХОТЕЛ БЫ СДЕЛАТЬ ТАКЖЕ И КРИТИЧЕСКИЙ РЕПОРТАЖ, НО РЕШАЕТ ВСЕ-ТАКИ ЕГО НЕ ДЕЛАТЬ, ТАК КАК ЭТО ПРОТИВОРЕЧИЛО БЫ ОБЩЕЙ ПОЗИТИВНОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕЕ ПРОЕКТА.

#### Почему это конфликт интересов?

- Журналист может отказаться от обзора этой темы, если это противоречит его этическим принципам.
- Журналист консультируется с редактором или советником по журналистской этике по вопросам производства критического репортажа.
- Журналист пытается сделать в передаче и критический обзор

## 2. Личные интересы владельца медиа-компании

В ДОПОЛНЕНИЕ К ГАЗЕТЕ, ВЛАДЕЛЬЦУ ТАКЖЕ ПРИНАДЛЕЖАТ И ДРУГИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, ТАКИЕ КАК ИЗДАТЕЛЬСТВО, КОМПАНИЯ ПО НЕДВИЖИМОСТИ, АГЕНТСТВО ПО ВЗЫСКАНИЮ ДОЛГОВ. РЕПОРТЕР ГАЗЕТЫ ПОЛУЧАЕТ ЗАДАНИЕ НАПИСАТЬ О ПРОБЛЕМАХ КОНКУРИРУЮЩИХ ФИРМ И ИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ. ЭТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДОХОДИТ ДО РЕПОРТЕРА ЧЕРЕЗ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА, И ТАК КАК РЕПОРТЕРУ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ БЫЛО НЕЧЕМ ДРУГИМ ЗАНЯТЬСЯ, ТО ОН И ОПИСЫВАЕТ СИТУАЦИЮ, НЕ ЗНАЯ О ТОМ, ЧТО ВЛАДЕЛЕЦ ГАЗЕТЫ ИМЕЕТ ПРЯМОЙ КОММЕРЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС В ЭТОМ ДЕЛЕ.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист перед написанием текста узнает о теме больше от редактора или от других источников
- Журналист соглашается с освещением темы, если есть достаточный общественный интерес, тогда он пишет по ней объективно и взвешенно, привлекая к работе над темой своих коллег.
- Журналист может отказаться от обзора этой темы, если это повредит его репутации или имиджу издания.

## 3. Коммерческий интерес медиа-компании

В ГАЗЕТЕ РЕШАЮТ СДЕЛАТЬ ТЕМАТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ НА ТЕМУ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ, О ЕЕ НЫНЕШНЕЙ СИТУАЦИИ И РАЗВИТИИ, И СРЕДИ ПРОЧЕГО, ПРЕДСТАВИТЬ ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОПЕРАТОРАХ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В ЭСТОНИИ. РЕДАКТОР ТЕМАТИЧЕСКОЙ СТРАНИЦЫ ДОГОВАРИВАЕТСЯ С РЕКЛАМНЫМ ОТДЕЛОМ О ТОМ, ЧТОБЫ В ДОПОЛНЕНИЕ К ТЕМЕ, НА СТРАНИЦАХ БУДЕТ РАЗМЕЩЕНА ТАКЖЕ И РЕКЛАМА СООТВЕТСТВУЮЩИХ УСЛУГ ИЛИ ТОВАРОВ ОПЕРАТОРОВ МОБИЛЬНЫХ СЕТЕЙ. АВТОРАМИ ТЕМАТИЧЕСКОЙ СТРАНИЦЫ ЯВЛЯЮТСЯ ЖУРНАЛИСТЫ НОВОСТНОГО ОТДЕЛА.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналисты отдела новостей не пишут рекламных текстов, так как это понижает доверие к их персонам. Невозможно одновременно служить общественным интересам и чьим-то узким коммерческим интересам.
- Рекламные тексты должны быть маркированы как рекламные тексты.
- У журналиста есть право отказаться от написания рекламного текста.
- Если журналист делает совместную работу с тематической страничкой, тогда он пишет не рекламный текст, но сравнивает продукцию различных производителей.

РЕПОРТЕР НЕБОЛЬШОЙ РАДИОСТАНЦИИ ИДЕТ К РЕДАКТОРУ С ИДЕЕЙ СДЕЛАТЬ РЕПОРТАЖ ОБ ОДНОМ МЕСТНОМ ПРЕДПРИЯТИИ, ВЫСТУПИВШИМ С ИНИЦИАТИВОЙ, КОТОРАЯ МОГЛА БЫ ЗАИНТЕРЕСОВАТЬ МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ. РЕДАКТОР РЕШАЕТ НЕ ДЕЛАТЬ РЕПОРТАЖ ОБ ЭТОЙ ИНИЦИАТИВЕ, ТАК КАК ЭТО ПРЕДПРИЯТИЯ НЕ ПОКУПАЕТ РЕКЛАМУ.

## Почему это конфликт интересов?

- Репортер обосновывает редактору необходимость данного обзора.
- Репортер старается преподнести тему взвешенно и объективно.

В СВЯЗИ С РАЗРАБОТКОЙ НОВОЙ УСЛУГИ У ОДНОГО БОЛЬШОГО И ИЗВЕСТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СМИ БЫЛО ОПУБЛИКОВАНО МНОГО МАТЕРИАЛОВ ПО ЭТОЙ ТЕМЕ, НАПИСАННЫЕ РЕПОРТЕРАМИ РАЗНЫХ ГАЗЕТ. ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ЭТОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОБРАЩАЕТСЯ К ИЗДАТЕЛЮ ГАЗЕТЫ С ПРОСЬБОЙ ОПУБЛИКОВАТЬ ЭТОТ МАТЕРИАЛ В ИХ ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ РАССЫЛКЕ СВОИМ КЛИЕНТАМ. ИЗДАТЕЛЬ РАЗРЕШАЕТ ПУБЛИКАЦИЮ ЭТИХ СТАТЕЙ И ПРЕДСТАВЛЯЕТ ЗА ЭТО СЧЕТ. В РАССЫЛКЕ КЛИЕНТАМ АВТОРОМ ЭТИХ СТАТЕЙ УКАЗЫВАЮТСЯ КОНКРЕТНЫЕ ИМЕНА РЕПОРТЕРОВ.

## Почему это конфликт интересов?

- Редакция не обязана принимать предложение предприятия о публикации их статьи в ежемесячной рассылке, где она может оказаться среди других рекламных текстов и может повредить статусу газеты и конкретного журналиста.
- Если редактор информирует журналиста о том, что его статья будет размещена в рассылке для клиентов, журналист имеет право отказаться от этой публикации.

## 4. Предложение личного вознаграждения за вклад в коммерческую деятельность медиа-организации

МЕНЕДЖЕР РАДИОСТАНЦИИ ЗАКЛЮЧАЕТ ДОГОВОР С ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ, ПО КОТОРОМУ ВЗАМЕН ВЫГОДНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ДЛЯ РАБОТНИКОВ РАДИО, ФИРМЕ ПРЕДЛАГАЮТ СКИДКУ В РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ. МЕНЕДЖЕР РАДИОКОМПАНИИ ИЗВЕЩАЕТ СВОИХ ЖУРНАЛИСТОВ О ТОМ, ЧТО ТОТ, КТО ХОЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВЫГОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОТ ТУРФИРМЫ, ДОЛЖЕН ПРОЧИТАТЬ В ЭФИРЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЙ РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ.

## Почему это конфликт интересов?

- В зачитывании рекламного текста нет проблем, если рекламу будут зачитывать люди, не связанные с постоянной работой в прямом эфире.
- Радиожурналисты, которые постоянно выступают в эфире, могут отказаться (и должны) от прочтения рекламных текстов.

Заслуживающий доверие в глазах аудитории журналист не продается за деньги, не отражает тему под выгодной кому-то точкой зрения. Это журналист, который стремится к правде и справедливости, и деятельность которого направлена на изменение общества в лучшую сторону, в сторону его прозрачности. Если журналист дает оценку, высказывается в пользу или против чего-либо, то аудитория предполагает, что оценки журналиста основаны на рассмотрении взвешенной информации. Таким образом, если журналист начинает бороться против или за чего-либо, что-то рекламировать или критиковать, то его позиция кажется заслуживающей большего доверия, чем точка зрения обычного частного лица. Также и в тех случаях, когда выступление журналиста маркируется как рекламный текст, и аудитория понимает, что это реклама. С точки зрения доверия, заказчику рекламы более выгодно, если его услуги или продукцию будет рекламировать журналист. Это, однако, противоречит принципу журналистской деятельности о служении интересам общества, а не отдельных узких корпоративных интересов.

Для заказчиков рекламы журналисты являются важными не только из-за своего высокого уровня доверия в глазах аудитории, но и из-за их своих профессиональных умений. Журналисты знают, как профессионально обращаться с текстом, как доносить сообщения в простой и понятной форме. Их навыки подготовки и редактирования текстов востребованы не только в медиа-среде, но и при создании рекламных текстов направленных на конечного потребителя для различных организаций и предприятий. Может ли в таких случаях журналист выполнять только техническую работу, дистанцируясь от всего другого? Можно ли оставаться объективным или нейтральным при разборе определенной темы, события, деятельности, или организации, когда в какой-то момент журналист пишет хвалебную историю за деньги, а затем пытается ту же самую историю рассмотреть с критической точки зрения? Даже если для себя журналист в состоянии разрешить этот конфликт и может дистанцироваться от вопроса, то это может стать проблемой для аудитории, которая видит имя журналиста как под рекламным текстом, так и под текстом критической статьи. Как журналист может одновременно хвалить и ругать одну и ту же вещь? Чему верить?

## 1. Написание пресс-релизов

**КОМПАНИЯ ИЩЕТ СОТРУДНИЧЕСТВА С ВНЕШТАТНЫМ ЖУРНАЛИСТОМ, КОТОРЫЙ МОГ БЫ ПИСАТЬ ИМ ПРЕСС-РЕЛИЗЫ. ЗА НАПИСАНИЕ ОДНОГО ПРЕСС-РЕЛИЗА ЖУРНАЛИСТУ ПРЕДЛАГАЕТСЯ ПЛАТА ДО 300 ЕВРО.**

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не может писать пресс-релизы и публиковать их под своим именем, потому что это уменьшает доверие к нему — нельзя одновременно являться независимым

журналистом (действовать в интересах общества) и быть пресс-секретарем (служить частным интересам кого-либо).

## **2. Дополнительная журналистская занятость**

ЖУРНАЛИСТ РАБОТАЕТ НА ПОЛНОЙ СТАВКЕ В ГАЗЕТЕ, НО В ТО ЖЕ ВРЕМЯ, ДОБРОВОЛЬНО ПОМОГАЕТ РЕДАКЦИИ БЮЛЛЕТЕНЯ ИЗ СВОЕГО РАЙОНА. ЖУРНАЛИСТ НИКОГДА НЕ ПЫТАЛСЯ ОПУБЛИКОВАТЬ НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ РЕПОРТАЖИ СОБЫТИЙ ИЗ СВОЕГО РАЙОНА.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Редакция бюллетеня не является проблемой, если это не мешает основной работе журналиста.

ИЗВЕСТНЫЙ ГОЛОС НА РАДИО ЗАЧИТЫВАЕТ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ, ЖЕЛЯ ВНЕСТИ СВОЙ ВКЛАД В ОБЩЕСТВЕННУЮ ИНИЦИАТИВУ. РАДИОРЕКЛАМА С ЕГО ГОЛОСОМ НЕ МОЖЕТ ТРАНСЛИРОВАТЬСЯ В ЭФИРЕ, И РЕДАКТОР ПРОСИТ ДРУГОГО ЖУРНАЛИСТА ЗАЧИТАТЬ ЭТУ СОЦИАЛЬНУЮ РЕКЛАМУ.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Известный радиожурналист не может зачитывать рекламы, потому что аудитории трудно отличить, является ли это журналистским или рекламным материалом.

## **3. Дополнительная занятость по связям с общественностью**

СПОРТИВНЫЙ РЕПОРТЕР ИЗ ГАЗЕТЫ ТАКЖЕ РАБОТАЕТ И ПРЕСС-СЕКРЕТАРЕМ ОДНОЙ СПОРТИВНОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Конфликт интересов, который должна заметить редакция - спортивный журналист должен отказаться от работы или в газете или в федерации. Нельзя одновременно служить общественным интересам и интересам спортивной федерации.

## **4. Написание рекламных текстов**

В ГАЗЕТЕ ПУБЛИКУЕТСЯ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ВКЛАДЫШ, КУДА ПИШУТ ЗА ДЕНЬГИ РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ ЖУРНАЛИСТЫ РЕДАКЦИИ.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Рекламные страницы составляют работники рекламного отдела, а не журналисты.

- Рекламные тексты должны быть маркированы пометкой «оплаченный текст»
- Если в редакции небольшой газеты нет другого человека, способного написать рекламный текст, то в дальнейшем, этот журналист должен воздерживаться от написания критических статей на соответствующую тему. Под рекламным текстом не ставится имя журналиста.

## **5. Представление материала по связям с общественностью как журналистского текста**

Из-за отсутствия новостей редактор веб-журнала в разделе Новости Эстонии публикует чей-то пресс-релиз, где просто меняет некоторые слова и подписывает текст своим именем.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Если эта тема не представляет интерес для широкой общественности, текст не должен публиковаться в колонке ежедневных новостей.
- Если тема интересна для общественности, то редактор публикации должен найти возможность сделать журналистскую историю на основе пресс-релиза, которая будет сопровождаться дополнительными мнениями и источниками.

## **6. Выполнение заказных работ в качестве фрилансера**

Независимый журналист под своим именем пишет в газеты свои мнения-колонки, и в то же время редактирует бюллетени двух крупных корпоративных клиентов. При необходимости пишет в газеты тексты для известных политиков, под которыми его имя не упоминается.

### **Почему это конфликт интересов?**

- Журналист не может писать пресс-релизы, заказные статьи и редактировать бюллетени, так как это уменьшает его общественное доверие в качестве журналиста.



## Появление в рекламе, модерирование общественных событий, тренинги и семинары.

Профессиональная компетентность журналиста включает в себя знание механизмов формирования общественного мнения и способность взаимодействия с аудиторией. В этих навыках также заинтересованы и другие субъекты общества - учреждения, корпорации, органы самоуправления и др. Поэтому не редко к журналистам или медиа-компаниям обращаются с просьбой провести семинар или тренинг, чтобы научить людей и организации, представлять себя и информацию адекватно. От журналистов хотят получить советы о том, как себя нужно вести в общении со СМИ. С одной стороны, такое обучение идет на пользу также и журналистам, таким образом, умело действуя, можно быстрее и эффективнее получить доступы к источникам информации (например, в условиях кризисных ситуаций надо быстро доставлять новости и картинку на телевидение — это предполагает быстрое нахождение надежных источников). Прошедшая тренинг организация, быстро может решить, что является существенным для общественности и передать информацию журналистам быстро и профессионально. В то же время, если прошедшая медиа-тренинг организация будет представлять осознанно только ограниченную информацию, тогда журналист будет играть только роль посредника (связь с общественностью), и ему будет сложно определить, передается ли весь важный материал, и возможно некоторые аспекты будут утаены. Журналист играет роль сторожевой собаки общества и именно он должен решать, какая информация важна, а какая нет. Поэтому роль журналиста не в том, чтобы повышать уровень общественных связей предприятий и других учреждений.

Из-за своего умения выступать и вести интервью журналистов часто приглашают проводить открытые дебаты. Имя известного журналиста может увеличить интерес общественности как к коммерческому, так и некоммерческому мероприятию, привлечь больше слушателей и участников. Мероприятие может быть также интересно журналисту для поднятия своей самооценки, быть ценным опытом публичной презентации. Как же объединить эти две роли – журналиста и модератора? Можно ли при самостоятельном направлении дискуссии в нужное русло оценить ее важность в общем информационном потоке?

Уровень доверия к журналистике в Эстонии упал, но всё же он достаточно высок для того, чтобы журналист тщательно следил за своими общественными выступлениями. Для производителя рекламы привлечение журналиста может быть полезным, потому что это повышает уровень доверия к рекламе. Также и журналисту это может быть выгодно с финансовой точки зрения, но на уровень доверия это сказывается скорее негативно.

## 1. Модерирование некоммерческих мероприятий

ИЗВЕСТНЫЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ ПО ЗАКАЗУ ОДНОГО МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ МОДЕРИРУЕТ ДЕБАТЫ МЕЖДУ РАЗЛИЧНЫМИ ПОЛИТИЧЕСКИМИ ПАРТИЯМИ В МЕСТНОМ ОБЩЕСТВЕННОМ ЦЕНТРЕ. ЕМУ ПЛАТЯТ ЗА ЭТО ОГОВОРЕННУЮ СУММУ И КОМПЕНСИРУЮТ ПОЕЗDKУ. ЖУРНАЛИСТ БЕРЕТ С СОБОЙ ОПЕРАТОРА, КОМУ ТОЖЕ ЗА ЭТО ПЛАТЯТ. О ДЕБАТЕ ДЕЛАЕТСЯ КОРОТКИЙ РЕПОРТАЖ, КОТОРЫЙ ПОКАЗЫВАЕТСЯ В ВЫПУСКЕ ВЕЧЕРНИХ НОВОСТЕЙ.

### Почему это конфликт интересов?

- Если тема представляет интерес для общественности, то журналист делает объективный и взвешенный обзор.
- Редактор рассматривает репортаж с объективной и взвешенной позиции.
- В репортаже указывается роль журналиста в дебате.

ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА ГАЗЕТЫ ЗОВУТ МОДЕРИРОВАТЬ МЕРОПРИЯТИЕ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОДНОГО ФОНДА. ПУБЛИКА СОСТОИТ В ОСНОВНОМ ИЗ ЖУРНАЛИСТОВ, УЧЕНЫХ И СПЕЦИАЛИСТОВ ЭТОЙ СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЗА МОДЕРИРОВАНИЕ ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ПОЛУЧАЕТ СКРОМНУЮ ПЛАТУ, А ПРО МЕРОПРИЯТИЕ ОН В ДАЛЬНЕЙШЕМ НЕ ПИШЕТ. В ТО ЖЕ ВРЕМЯ, НА МЕРОПРИЯТИЕ БЫЛ ТАКЖЕ ПОЗВАН ЖУРНАЛИСТ ИЗ ЭТОЙ ГАЗЕТЫ, КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН ПОСВЯТИТЬ ЭТОМУ МЕРОПРИЯТИЮ РЕПОРТАЖ.

### Почему это конфликт интересов?

- Главный редактор не должен писать об этом статью, так как будучи главным модератором этого события, он не может его оценить объективно.
- Журналист отражает тему на объективной основе, т.е. оценивает роль, как главного редактора, так и других участников с точки зрения общественного интереса.
- Если результат исследования вызывает достаточно большой общественный интерес, о мероприятии пишет присутствующий там журналист.

## 2. Модерирование коммерческих мероприятий

ИЗВЕСТНЫЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ РЕГУЛЯРНО ПОДРАБАТЫВАЕТ, МОДЕРИРУЯ РАЗЛИЧНЫЕ КОММЕРЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ, КОРПОРАТИВНЫЕ ВЕЧЕРИНКИ, АУКЦИОНЫ И Т.Д. ЖУРНАЛИСТ РАБОТАЕТ ВЕДУЩИМ ОДНОЙ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЙ ПЕРЕДАЧИ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ, ГДЕ ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ РАССКАЗЫВАЕТ О МЕРОПРИЯТИЯХ, НА КОТОРЫХ ОН ПОДРАБАТЫВАЛ МОДЕРАТОРОМ.

## Почему это конфликт интересов?

- Журналист не отражает те темы и события в выпусках новостей, в которых он сам участвовал, так как это уменьшает к нему доверие в качестве журналиста. Трудно объективно описывать те события, в которых сам участвовал.
- При достаточно большом общественном интересе, эту тему может осветить другой член редакции, однако вопрос доверия остается, так как публика видит, что время в эфире получает то событие, за которое журналисты получили деньги. Среди зрителей может создаться мнение, что за деньги можно попасть на экран, тем самым снижая уровень доверия к независимым СМИ.

## 3. Тренинги и семинары

ТЕЛЕЖУРНАЛИСТУ ДЕЛАЮТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРОВЕСТИ ТРЕНИНГ ДЛЯ РАБОТНИКОВ СПАСАТЕЛЬНОЙ СЛУЖБЫ О ТОМ, КАК ПРАВИЛЬНО ОБЩАТЬСЯ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ СМИ, ОБЪЯСНИТЬ ВАЖНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОЙ И ВЕРБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ВОЗМОЖНОСТЯМ ЕЕ МАНИПУЛИРОВАНИЯ. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ ПРИНИМАЕТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, ТАК КАК В ДОПОЛНЕНИЕ К МАТЕРИАЛЬНОЙ ВЫГОДЕ, ОН ВИДИТ И ПРАКТИЧЕСКУЮ ЦЕННОСТЬ ЭТОГО МЕРОПРИЯТИЯ — РАБОТНИКИ СПАСАТЕЛЬНОЙ СЛУЖБЫ УЧАТСЯ ОБЩАТЬСЯ СО СМИ, И, СЛЕДОВАТЕЛЬНО, ВО ВРЕМЯ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ СМОГУТ ПРЕЗЕНТОВАТЬ БЫСТРЫЙ И КАЧЕСТВЕННЫЙ МАТЕРИАЛ.

## Почему это конфликт интересов?

- Если предложение приходит от коммерческого предприятия, то журналисту не стоит идти на такой тренинг, так как это не вызвано общественным интересом, и в случае попадания в поле внимания, целью журналиста является получение от предприятия действительной/объективной информации, в то время как тренинг может научить работников этого предприятия манипулировать данными.
- В отношении государственных учреждений и организаций гражданского общества, такое сотрудничество возможно для обучения тому, как давать интервью, как в кризисных ситуациях быстро передавать информацию в визуальной и вербальной форме.
- Журналист, который работает в новостном или социальном отделе должен осознавать, что проведение такого тренинга может нанести ущерб его независимости.

## 4. Участие в рекламах

ИЗВЕСТНЫЙ ЖУРНАЛИСТ ВЫСТУПАЕТ В РОЛИ ЖУРНАЛИСТА В РЕКЛАМЕ ПИВА.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не должен выступать в рекламах, так как нельзя одновременно служить интересам общества и коммерческим интересам.

ИЗВЕСТНЫЙ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТ РЕКЛАМИРУЕТ ВИДЕО ПОДГОТОВКИ ОДНОГО ЭСТОНСКОГО СПОРТСМЕНА, В КОТОРОМ ОН САМ ПРИНИМАЕТ УЧАСТИЕ.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не должен выступать в рекламах, в коммерческих рекламных кампаниях, так как нельзя одновременно служить интересам общества и чьим-либо узким интересам.

Объективный и взвешенный обзор темы подразумевает нейтральность журналиста — отсутствие с объектом эмоциональной связи — как в отношении темы, так и в отношении источников.

Антропологи говорят о том, что в культурах функция дарения подарков означает построение символического моста между двумя лицами/группами людей. Если кто-то делает журналисту подарок и журналист его принимает, это означает, что он принимает пожелание дающего на хорошие отношения, и согласно принятым нормам, он должен ответить тем же. Поэтому журналисту сложно затем будет оставаться нейтральным к дающему. В дальнейшем, это может сыграть смягчающую роль и повысить влияние субъективности. Даже если человек не желает в ответ на свой подарок позитивной оценки его услуг или товаров и журналист сразу декларирует свою независимость, все равно, в дальнейшем факт подарка будет влиять на взаимные отношения.

Разумно различать ценные и неценные подарки. Чем больше стоимость подарка, тем труднее оставаться независимым. В некоторых случаях, делают разницу между подарками, которые стоят менее 10 евро, которые считаются менее ценными, и подарками дороже 10 евро, по правилам хорошего тона, эти подарки лучше не принимать. Неценными подарками также считаются сувениры фирм или организаций, такие как ручки с их логотипом, чашки, брелки и т.п.

Путешествия относятся к ценным подаркам. Если путешествие финансируется организацией с коммерческими интересами, становится ясно, что от журналиста ожидается ответная услуга, если в начале не было указано иначе. Приняв путешествие в подарок, но не написав ничего об этом, между журналистом и дарящим все-таки остается отношение зависимости. Если в дальнейшей об этой фирме надо будет написать критическую статью, журналисту будет сложно это сделать.

Дело обстоит иначе, если путешествие спонсируется некоммерческой организацией — в основном, целью таких поездок является обучение журналистов, расширение их кругозора, у журналистов отсутствует обязательство писать об этом. Однако и здесь кроются опасности, у журналиста может возникнуть конфликт интересов, когда ему придется писать критическую статью о деятельности этой организации.

## 1. Подарки

Работницы журнала для женщин были приглашены на презентацию косметической продукции. Сама презентация проходит в эксклюзивном СПА центре, дорога и изысканный обед оплачивается за счет фирмы. В дополнение, всем раздаются дорогие образцы товаров.

### Почему это конфликт интересов?

- Если работница женского журнала принимает этот подарок и затем пишет об этом, тогда в статье надо сделать заметку о том, за чей счет прошла презентация.
- О косметических продуктах надо писать не рекламу, а журналистский материал - статью, в которой сравниваются различные производители; качество товаров оценивается с помощью экспертов и т.д.

На открытии нового отеля журналистам предлагается провести в нем бесплатно несколько ночей. При этом они не обязаны писать статью об открытии этого отеля.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не принимает предложение о бесплатном проживании; редакция оплачивает все расходы.
- Если журналист пишет об этом статью, то в ней он должен указать, что проживание было спонсировано отелем.
- Если журналист принимает предложение и пишет об этом историю, так как это может вызвать большой интерес общественности, редактор должен просмотреть текст с объективной позиции, чтобы это не являлось заказным рекламным текстом.

Журналист берет интервью у известного предпринимателя. Встреча проходит в уютном кафе и в конце встречи предприниматель предлагает заплатить за кофе, которое журналист выпил.

### Почему это конфликт интересов?

- Оплата кофе — это не проблема, это слишком мало, чтобы заставить журналиста написать хорошо о человеке.
- Журналист принимает решение исходя из ситуации, если отказ может обидеть собеседника, то лучше согласиться. При написании статьи журналист остается объективным.

РАЗНЫМ ПЕЧАТНЫМ ИЗДАНИЯМ ПОСЫЛАЮТ БЕСПЛАТНО БИЛЕТЫ НА КОНЦЕРТ. В ОДНОМ ИЗДАНИИ РЕДАКТОР ОТДЕЛА КУЛЬТУРЫ ВМЕСТЕ СО СВОЕЙ ЖЕНОЙ ИДУТ НА КОНЦЕРТ, В ДРУГОМ — ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ОТДАЕТ ЭТИ БИЛЕТЫ СВОИМ СОВЕРШЕННОЛЕТНИМ ДЕТЯМ. В ПЕРВОМ ИЗДАНИИ О КОНЦЕРТЕ ПОЯВЛЯЕТСЯ ПОДРОБНЫЙ РЕПОРТАЖ, В ДРУГОМ ИЗДАНИИ — КОРОТКОЕ УПОМИНАНИЕ В РАЗДЕЛЕ СОБЫТИЙ НЕДЕЛИ.

### Почему это конфликт интересов?

- Принятие билетов не обязывает редакцию писать репортаж об этом.
- Если статья появляется после концерта, то редактор ее проверяет объективно и взвешенно.
- Если это интересно общественности, то перед концертом о событии выходит статья. Текст пишется таким образом, чтобы он не был похож на рекламное объявление.

## 2. Путешествия, оплаченные некоммерческими организациями

ПРЕЗИДЕНТ РЕСПУБЛИКИ ЕДЕТ В ЧУЖУЮ СТРАНУ С ГОСУДАРСТВЕННЫМ ВИЗИТОМ. ЧТОБЫ ОСВЕТИТЬ ЭТО ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ ДЛЯ СТРАНЫ, КАНЦЕЛЯРИЯ ПРЕЗИДЕНТА РАССЫЛАЕТ ПРИГЛАШЕНИЕ КРУПНЫМ ИЗДАНИЯМ И ОПЛАЧИВАЕТ ПОЕЗDKУ ЖУРНАЛИСТАМ. ГЛАВНЫЕ РЕДАКТОРЫ САМИ ВЫБИРАЮТ, КОМУ ПРЕДЛОЖИТЬ УЧАСТВОВАТЬ В ЭТОЙ ПОЕЗDKЕ. В РЕЗУЛЬТАТЕ В ГЛАВНЫХ ГАЗЕТАХ СТРАНЫ ПОЯВЛЯЮТСЯ РЕПОРТАЖИ О ПОЕЗDKЕ ПРЕЗИДЕНТА, А ТАКЖЕ О ДРУГИХ ИНТЕРЕСНЫХ ФАКТАХ, СВЯЗАННЫХ СО СТРАНОЙ ВИЗИТА. НЕКОТОРЫЕ СТАТЬИ ОСВЕЩАЮТ ТАКЖЕ НЕФОРМАЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ВИЗИТА ПРЕЗИДЕНТА.

### Почему это конфликт интересов?

- Газета оплачивает поездку журналисту сама, так как это гарантирует независимость в обзоре темы.
- Журналист освещает только те темы, которые могут вызвать интерес общества. Обзор неформальной части визита, который может добавить визиту позитивный оттенок рекламного характера, не должен быть главной темой и должен оставаться на втором плане.
- Если газета не в состоянии оплатить транспортные расходы сама, то журналист едет за счет канцелярии президента, но взвешенно и объективно отражает лишь ту часть мероприятия, которая может быть интересна обществу. Также должен отметить за чей счет была организована поездка.

Одна спортивная ассоциация приглашает конкретных спортивных журналистов из телевидения, радио и печатных изданий осветить события в тренировочном лагере и на соревнованиях, проходящих за границей. Журналистам компенсируют проживание, питание, а также и суточные. Также в тренировочный лагерь приглашают и молодых репортеров, чья специализация еще не сформирована. Эта спортивная дисциплина в Эстонии довольно

МАРГИНАЛЬНА, БОЛЬШИХ УСПЕХОВ ЗДЕСЬ НИКОГДА НЕ ДОБИВАЛИСЬ, НО ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, НА ТЕЛЕВИДЕНИИ, РАДИО И В ГАЗЕТАХ ВЫХОДЯТ ПОСТОЯННЫЕ ОБЗОРЫ О ПОСЛЕДНИХ СОБЫТИЯХ В ЭТОМ ВИДЕ СПОРТА.

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не должен путешествовать за счет спортивной ассоциации, так как это уменьшает его журналистскую независимость. При достаточном интересе к данному спортивному событию редакция оплачивает поездку сама.
- Если событие представляет интерес обществу, и внутренние редакционные правила разрешают поездку за счет спортивной ассоциации, то журналист может поехать, но затем в репортаже отметить, кто оплатил поездку.
- Если редакция не в состоянии покрыть расходы связанные с поездкой, то в редакции решают, является ли событие интересным для общественности. Если интерес не высок, то журналист никуда не едет.
- Завершенный репортаж редактор рассматривает объективно и взвешенно

МИНИСТЕРСТВО ОБОРОНЫ И НАТО оплачивают поездку журналистов в Ирак и Афганистан, чтобы осветить в местных СМИ жизнь эстонских солдат в зарубежных миссиях. В опубликованных статьях не высказываются сомнения в целесообразности участия Эстонии в этих миссиях.

### Почему это конфликт интересов?

- После оплаченных поездок публикуются только те репортажи, которые вызывают достаточный общественный интерес. В репортажах нужно соблюдать многогранный подход, а не представлять только одну официальную линию.
- После оплаченных рейсов в репортаже надо отметить, кто спонсировал поездку.
- Завершенный репортаж редактор рассматривает объективно и взвешенно.

## 3. Путешествия, оплаченные коммерческими предприятиями

НА ВАЖНОЕ СОБЫТИЕ В Авто и Мото мире приглашаются журналисты, которые в своих изданиях отвечают за технические разделы. Организатор мероприятия оплачивает поездку, проживание в дорогих отелях, дарятся дорогие часы, одежда и т. д. Поездка проходит с согласия главного редактора. Авто-фирмы пытаются как можно лучше услужить известным журналистам, их возят в эксклюзивные страны, в надежде, что они напишут хорошо об их продукции. В основном, хвалебные статьи появляются на страницах раздела техники.



## Почему это конфликт интересов?

- Журналист не должен путешествовать за счет коммерческих предприятий, так как это уменьшает его независимость и возможность для объективной и взвешенной оценки.
- Если журналист все-таки путешествует за счет коммерческого предприятия, то он должен указать, кто спонсировал эту поездку.
- Если журналист принимает предложение (например, поскольку иначе он не смог бы принять участие в этом событии и получить соответствующую информацию), он не должен связывать себя обещаниями положительного отзыва.
- Завершенный репортаж редактор рассматривает объективно и взвешенно.

Находящийся на юге Эстонии лыжный курорт предлагает знакомому журналисту бесплатно приятно провести там время вместе со своей семьей. Владелец курорта даже не скрывает, что взамен ждет позитивного обзора в газете.

## Почему это конфликт интересов?

- Журналист отказывается от предложения, так как принятие дорогих подарков может создать конфликт интересов.
- Если журналист все-таки принимает предложение, то он не должен давать обещания позитивного обзора, потому что тогда это будет уже рекламный текст, а журналист не пишет рекламных текстов.

Как и у других людей, у журналиста есть свои внерабочие интересы, предпочтения, жизненные установки и интересы, реализация которых является правом любого человека. Журналисты имеют право инвестировать свои сбережения и использовать свои знания и умения, работая в качестве волонтера на общественных началах. Журналисты могут формировать свое окружение, заниматься своим хобби, участвовать в работе различных ассоциаций, обществ и так далее. Тем не менее, журналист всегда должен принимать во внимание свою позицию в обществе, так как благодаря лучшему доступу к потоку информации, он/она может привлечь внимание общественности к тем темам, процессам, событиям, которые могут быть интересны ему лично. Таким образом, журналист имеет возможность направлять развитие тем в выгодном ему ключе. В глазах аудитории такое поведение может понизить доверие к журналисту. Может возникнуть убеждение, что журналист преследует свои корыстные цели.

### 1. Членство в корпоративном руководстве

РЕДАКТОР НОВОСТЕЙ ЭКОНОМИКИ СОСТОИТ В ПРАВЛЕНИИ СРАЗУ НЕСКОЛЬКИХ ФИРМ, ИМЕЯ ИНФОРМАЦИЮ НА УРОВНЕ ПРАВЛЕНИЯ ОБ ИХ ТЕКУЩИХ ДЕЛАХ. ДВЕ ИЗ НИХ — ЭТО МАЛЕНЬКИЕ ФИРМЫ, РАБОТАЮЩИЕ В СВОЕЙ УЗКОЙ НИШЕ И НЕ ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЕ ИНТЕРЕСА ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ. НО ОДНА ИЗ НИХ ЯВЛЯЕТСЯ БОЛЬШИМ МОНОПОЛИСТОМ НА РЫНКЕ ЭСТОНИИ, ЧЬЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ТАК ИЛИ ИНАЧЕ, СКАЗЫВАЕТСЯ ПРАКТИЧЕСКИ НА КАЖДОМ ЖИТЕЛЕ ЭСТОНИИ. ГАЗЕТА ПЛАНИРУЕТ НАПИСАТЬ КРИТИЧЕСКУЮ СТАТЬЮ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ, ПРОИСХОДЯЩИХ В ЭТОЙ КОМПАНИИ, ТАК КАК ЭТИ ИЗМЕНЕНИЯ МОГУТ НЕГАТИВНО СКАЗАТЬСЯ НА БОЛЬШИНСТВЕ ЖИТЕЛЕЙ ЭСТОНИИ.

#### Почему это конфликт интересов?

- Редактор новостей экономики должен найти решение конфликту интересов — отказаться от членства в правлении или отказаться от работы журналиста.

### 2. Инвестиция собственных сбережений, покупка акций

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛИСТ ЗАРАБОТАЛ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТРЕБОВАЛОСЬ БЫ ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ, ПОЭТОМУ ОН НАМЕРЕН ИНВЕСТИРОВАТЬ СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ В АКЦИИ. БУДУЧИ ХОРОШО ОСВЕДОМЛЕННЫМ О СУДЬБЕ РАЗЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ В ЭСТОНИИ, ОН ВКЛАДЫВАЕТ ДЕНЬГИ В АКЦИИ ДВУХ ЭСТОНСКИХ ИТ КОМПАНИЙ. ОДНАКО У ОДНОЙ КОМПАНИИ ПРОГНОЗЫ УХУДАЮТСЯ, И РЕДАКТОР ПРОСИТ СДЕЛАТЬ ЖУРНАЛИСТА ОТРАЗИТЬ ЭТУ ТЕМУ. КРИТИЧЕСКОЕ ОСВЕЩЕНИЕ В СМИ, СКОРЕЕ ВСЕГО, ПОНИЗИТ СТОИМОСТЬ АКЦИЙ КОМПАНИИ.

## Почему это конфликт интересов?

- Конфликт интересов был бы меньше, если бы журналист инвестировал свои деньги в международную компанию или портфель акций, на цены которых было бы сложно влиять обзорами в эстонских СМИ.
- Экономический журналист информирует редакцию о своих интересах и освещение этой темы передается коллеге по отделу.

### **3. Дополнительный доход вне журналистской деятельности.**

РЕДАКТОР МУЗЫКАЛЬНОГО РАДИО ТАКЖЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ КОМПАНИИ ЗВУКОЗАПИСИ. КАК ЖУРНАЛИСТ НА РАДИО ОН ДЕЛАЕТ ПЕРЕДАЧИ, ГДЕ ПРОИГРЫВАЕТ НОВУЮ МУЗЫКУ. НА РАВНОЙ ОСНОВЕ ОН ЗНАКОМИТ АУДИТОРИЮ, КАК С ПРОДУКЦИЕЙ СВОЕЙ СТУДИИ ЗВУКОЗАПИСИ, ТАК И С ДРУГИМИ.

## Почему это конфликт интересов?

- Журналист должен сделать выбор, или быть журналистом, или быть представителем компании.
- Конфликт интересов можно смягчить, если строго придерживаться принципа равенства и объективности.

### **4. Интересы, хобби**

СПОРТСМЕН-ЛЮБИТЕЛЬ РАБОТАЕТ РЕПОРТЕРОМ В ОДНОМ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИИ И СВЯЗАН С ОРГАНИЗАЦИЕЙ ОДНОГО ПРОБЕГА. ЭТО СОБЫТИЕ НЕ БОЛЬШОГО МАСШТАБА, НО МОЖЕТ ТАКИМ СТАТЬ И БЫТЬ ИНТЕРЕСНЫМ ДЛЯ МНОГИХ В ЭСТОНИИ. ИНФОРМАЦИЯ О СОБЫТИИ БЫЛА РАЗОСЛАНА В ФОРМЕ ПРЕСС-РЕЛИЗА ВО МНОГИЕ ИЗДАНИЯ, НО НИ ОДНО ИЗ НИХ НЕ ВЫКАЗАЛО ИНТЕРЕСА В ЕГО ПУБЛИКАЦИИ.

## Почему это конфликт интересов?

- Любая деятельность допустима, если она не мешает основной работе журналиста.

Журналисту важно иметь много знакомых и источников, от которых он мог бы получать достоверную информацию, кто мог бы предложить новые темы, относиться к проблемам со специфической и личной точкой зрения. Хорошие отношения с потенциальными источниками материала являются залогом успешной работы журналиста. Если журналист способен донести важную информацию в той или иной области быстрее и качественнее других, то выиграет аудитория, а журналист получает признание.

В то же время, в отношениях с источниками могут скрываться определенные трудности — сможет ли журналист сохранять с ними достаточную дистанцию для того, чтобы в необходимом случае, написать и про них критическую статью? Как далеко может зайти журналист, чтобы не подвергать опасности хороший источник, и то же время, объективно и взвешенно информировать общество? Если одни источники говорят одно, а другие другое, то кому верить? В дополнение, некоторые источники могут использовать хорошие отношения с журналистами в своих корыстных целях, предлагая им именно ту информацию, которая поможет им реализовать свои задачи.

Как правило, в отношении близких людей действует неписаный закон, журналист не пишет о своих родителях, детях, супруге, партнере, родственниках или близких друзьях, потому что в таких случаях сложно оставаться объективным. В контексте Эстонии иногда сложно придерживаться этого правила, так как у нас «все друг друга знают» и «все между собой повязаны», но иногда это правило можно трактовать по-разному. Может случиться так, что близкий журналисту человек является специалистом в нужной теме. Как поступать, чтобы объективно передать информацию?

Про тех журналистов, у которых возникли слишком близкие отношения с источниками, говорят: «одомашненный журналист», «придворный журналист» или «близкий к телу журналист».

### **1. Деятельность партнера/супруги журналиста представляет общественный интерес**

Партнер редактора политических новостей состоит в партии и владеет информацией о деятельности, планах и взаимоотношениях среди партии. Известно, что общественность заинтересована в делах партии, так как партия собирается менять своего лидера. Вещи, которые обсуждаются дома, могли бы быть интересны для общественности.

#### **Почему это конфликт интересов?**

- Журналист прекращает работу в разделе политики, меняет свою специализацию.

- Журналист не освещает эту тему, так как его личная заинтересованность может помешать объективному обзору материала, и может показаться аудитории не надежной.
- Если журналист по-прежнему остается редактором политических новостей, то он должен договориться со своим партнером, как и в каком количестве он может доносить до общественности, обсуждаемые дома дела.
- Обзор этой темы может сделать коллега по отделу, если редактор передаст ему информацию и коллега продолжит с ее исследованием.
- Редактор политических новостей может написать о своем отношении в жанре мнения, так как и у журналиста есть право на свое мнение.

**РЕДАКТОР РАЗДЕЛА МНЕНИЙ МЕСТНОЙ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ И ЕГО СУПРУГА ЯВЛЯЕТСЯ ДАВНИМИ ЧЛЕНАМИ ОДНОЙ ПАРТИИ. ЧИТАТЕЛИ ПОСТОЯННО ВОРЧАТ, ЧТО ЖУРНАЛИСТ, ЧЬИ ПАРТИЙНЫЕ СИМПАТИИ ОЧЕВИДНЫ, ОТВЕЧАЕТ ЗА РАЗДЕЛ МНЕНИЙ. РЕДАКТОР РАЗДЕЛА МНЕНИЙ ВЫХОДИТ ИЗ ПАРТИИ, ЧТОБЫ ОБОЗРЕВАТЬ ТЕМЫ КАК МОЖНО ОБЪЕКТИВНЕЙ И ДАВАТЬ ГОЛОС ТАКЖЕ И ДРУГИМ ПАРТИЯМ, НО ЖАЛОБЫ НА ЕГО ПОЛИТИЧЕСКУЮ ПРЕДВЗЯТОСТЬ НЕ ПРЕКРАЩАЮТСЯ.**

### Почему это конфликт интересов?

- Журналист не может быть членом партии. Особенно это касается журналистов, работающих в отделе новостей и политики.
- Если читатели продолжают не доверять редактору, то по возможности, он должен перейти в другой отдел (новостей экономики, культуры и т. д.), так как недоверие к одному журналисту проецируется на всю газету.
- Редактор раздела мнений публично декларирует о своей нейтральности, например, публикует в газете объясняющую вопрос статью. Редактор должен придерживаться принципа объективности и представлять все точки зрения.

**РЕДАКТОР НОВОСТЕЙ КУЛЬТУРЫ ПИШЕТ СТАТЬЮ ОБ УЧАСТИИ СВОЕГО МУЖА/ПИСАТЕЛЯ НА НЕДЕЛЕ ЛИТЕРАТУРЫ, ГДЕ ОНИ ВМЕСТЕ ПОБЫВАЛИ.**

### Почему это конфликт интересов?

- Редактор новостей культуры отражает также деятельность других участников мероприятия, так как именно так можно гарантировать принцип объективности и взвешенности.
- Редактор новостей культуры позволяет проверить свою статью главному редактору с точки зрения взвешенности и объективности.

ПАРТНЕР ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА РАБОТАЕТ В ФИРМЕ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, КЛИЕНТАМИ КОТОРОЙ ЯВЛЯЮТСЯ БОЛЬШИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И УЧРЕЖДЕНИЯ. ОБ ОДНОЙ ФИРМЕ В ЖЕЛТУЮ ПРЕССУ ПРОСОЧИЛАСЬ ИНФОРМАЦИЯ О ТОМ, ЧТО ФИРМА СОБИРАЕТСЯ ПОМЕНЯТЬ ИМЯ, ЧТОБЫ УЛУЧШИТЬ СВОЙ ИМИДЖ. ЭТО ТЕМА ПРЕДСТАВЛЯЕТ ИНТЕРЕС ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННОСТИ. ЖУРНАЛИСТ ИМЕЕТ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП К ЭТОЙ ИНФОРМАЦИИ ЧЕРЕЗ СВОЕГО ПАРТНЕРА.

### Почему это конфликт интересов?

- Если журналист не работает в отделе новостей, то нет никаких проблем, так как журналист не должен отображать эту тему.
- Если тема представляет интерес для общественности, то журналист информирует своих коллег о ее существовании и кто-то другой ее освещает.
- Если журналист работает в отделе новостей, то он не может отражать эту тему из-за личных отношений с заинтересованным в этом деле человеком. Такая информация может показаться общественности недостоверной.

## 2. Родственные отношения с источником

БРАТ РЕПОРТЕРА ГАЗЕТЫ РАБОТАЕТ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЕМ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ ЭСТОНИИ. В СВЯЗИ С НАЛИЧИЕМ РОДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ ДАЕТ СВОЕМУ БРАТУ НЕОБХОДИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ И КОНТАКТЫ. ТАКЖЕ ДОМА В СЕМЬЕ ОНИ ЧАСТО ОБСУЖДАЮТ СОБЫТИЯ, ПРОИСХОДЯЩИЕ В ВООРУЖЕННЫХ СИЛАХ. НЕСКОЛЬКО РАЗ РЕПОРТЕР НАПИСАЛ ПОДРОБНЫЕ СТАТЬИ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ И СОБЫТИЯХ, ПРОИСХОДЯЩИХ В ВООРУЖЕННЫХ СИЛАХ ЭСТОНИИ.

### Почему это конфликт интересов?

- Репортер уведомляет редактора о существовании родственных отношений.
- Если репортер начинает понимать, что он теряет способность к критическому анализу данной организации, если у него возникает самоцензура, то он должен прекратить освещение этой темы.
- Редактор просматривает статьи репортера, руководствуясь принципами объективности и взвешенности.

## 3. Хорошие отношения с источником

Региональный корреспондент телеканала находится в хороших дружественных отношениях с представителями местной власти; КАПО начинает расследование дела и обыскивает помещения волостного старейшины, в связи с предполагаемой коррумпированной деятельностью мэра. Корреспондент должен написать статью про этих людей, с которыми его связывают долгие и теплые дружественные отношения.

## Почему это конфликт интересов?

- Если это возможно, то корреспондент передает эту работу коллеге, так как сложно сделать критический репортаж о своих друзьях.
- Редактор просматривает статью репортера, руководствуясь принципами объективности и взвешенности.
- Если нет возможности передачи этой истории коллеге, то репортаж надо сделать так объективно и взвешенно, как возможно.

РЕПОРТЕР НАХОДИТСЯ В ХОРОШИХ ОТНОШЕНИЯХ С РУКОВОДСТВОМ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ, ЕГО ЗОВУТ НА РАЗЛИЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ И КОРПОРАТИВНЫЕ СОБЫТИЯ.

## Почему это конфликт интересов?

- Репортер может участвовать в мероприятиях, которые связаны с его профессиональной деятельностью, и освещать их объективно, но на внерабочие мероприятия ходить не советуется, так как это уменьшает дистанцию с источником и в дальнейшем может препятствовать критическому анализу того, что связано с вооруженными силами.

Друг журналиста, работающий в министерстве, намекает на проблему, над которой идет интенсивная работа в министерстве. Министерство сделало одной фирме предоплату за определенную работу, но фирма не выполнила заказ и не возвращает предоплату. Министерство требует деньги назад, но для юридического воздействия на фирму у министерства отсутствуют необходимые механизмы. Как часть решения этой проблемы министерство хочет вынести эту тему в СМИ и просит своего чиновника рассказать об этом своему другу/репортеру.

## Почему это конфликт интересов?

- Журналист переправляет эту тему своему коллеге, так как дела связанные с друзьями сложно критически и объективно освещать.
- Если тему нельзя направить другому журналисту и она вызывает большой общественный интерес, то журналист берется за нее сам, но информирует своего редактора о своих дружественных связях с чиновником министерства, редактор оценивает статьи объективно и взвешенно.

#### 4. Маленькая община, мало источников

НА ТЕЛЕКАНАЛЕ ИДУТ НОВОСТИ НА ЯЗЫКЕ ЖЕСТОВ, ЖУРНАЛИСТЫ, РАБОТАЮЩИЕ В РЕДАКЦИИ ЭТИХ НОВОСТЕЙ, ЯВЛЯЮТСЯ ЧЛЕНАМИ СОВСЕМ НЕБОЛЬШОЙ ОБЩИНЫ ГЛУХОНЕМЫХ В ЭСТОНИИ. ОНИ САМИ ИЩУТ ТЕМЫ, ОСВЕЩАЮТ ИХ, ДЕЛАЮТ РЕПОРТАЖИ ПРО ТЕХ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫХ ОНИ ЗНАЮТ ЛИЧНО.

#### Почему это конфликт интересов?

- Так как в контексте маленькой общины невозможно избегать общения со знакомыми и друзьями, редактор должен особое внимание уделить просмотру статей, чтобы они были взвешенными и объективными — представляли различные точки зрения и мнения.



У журналиста, как представителя «четвертой власти» иногда может возникнуть желание использовать большое влияние, которое оказывают СМИ на общественность, при решении своих собственных интересов. Сюда входят те случаи, когда в быту журналист подчеркивает свою принадлежность к известному изданию, тем самым надеясь получить особенное отношение или специальное исключение для себя. Также неэтично угрожать кому-либо негативным репортажем в газете, если сам журналист не ведет себя согласно этическим нормам журналиста.

Эти ситуации обычно остаются между двумя сторонами, но однако, нет сомнений, что такое поведение формирует общественное мнение по отношению к журналистам, и при достижении определенного критического уровня, имидж журналиста в стране может стать негативным, что в свою очередь подрывает уровень доверия к СМИ.

### 1. Ссылка на статус журналиста во внерабочих ситуациях

**РЕБЕНОК ЖУРНАЛИСТА ДОСТИГАЕТ ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА. ЖУРНАЛИСТ ЗВОНИТ ДИРЕКТОРУ ШКОЛЫ И УПОМИНАЕТ НАЗВАНИЕ ИЗВЕСТНОЙ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЙ ГАЗЕТЫ, ГДЕ ОН РАБОТАЕТ. ЗАТЕМ СЛЕДУЕТ РАЗГОВОР О НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ВСТУПЛЕНИЯ ДОКУМЕНТАХ ДЛЯ РЕБЕНКА И О ДРУГИХ, СВЯЗАННЫХ С ЭТИМ ТЕМАХ.**

#### Почему это конфликт интересов?

- Работа журналиста никак не касается этой темы, на работу нельзя сослаться и начинать с этого разговор.

**ЖУРНАЛИСТ ОБРАЩАЕТСЯ В ДЕПАРТАМЕНТ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ С ЛИЧНОЙ ЖАЛОБОЙ И ПРОСИТ ПРОВЕСТИ РАССЛЕДОВАНИЕ В СВЯЗИ С КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ОДНОЙ ФИРМЫ. В ОБРАЩЕНИИ ОН УПОМИНАЕТ, ЧТО РАБОТАЕТ ЖУРНАЛИСТОМ. ЕГО ЖАЛОБУ БЫСТРО УДОВЛЕТВОРЯЮТ С ПОЗИТИВНЫМ ДЛЯ НЕГО ИСХОДОМ.**

#### Почему это конфликт интересов?

- Работа журналиста никак не касается этой темы, при решении личных проблем нельзя подчеркивать и давить на других своим статусом журналиста. В случае, если журналист изначально хотел написать по этой теме статью, то он должен четко объявить об этом представителю Департамента Защиты Прав Потребителя.

## 2. Использование полученных связей

Молодой журналист работает в известной газете в отделе экономики и по работе общается со многими предпринимателями и экспертами. В результате ему делается предложение перейти на работу в руководство одной компании. Перед этим, чтобы гарантировать свое рабочее место, его просят в течение нескольких месяцев писать позитивные статьи об этой компании. Молодой журналист пользуется возможностью и через три месяца переходит на работу в эту компанию, закончив журналистскую деятельность.

### Почему это конфликт интересов?

- Это неэтично для журналиста использовать свою журналистскую деятельность с целью получения связей, а затем перейти на более денежную работу. При написании позитивных статей о компании, журналист не руководствовался общественными интересами, а интересами компании и своими корыстными целями.

Во многих музеях Европы посещение для журналистов бесплатно. После своего отпуска, который журналист оплачивал сам, журналист хочет написать статью о посещении одного музея.

### Почему это конфликт интересов?

- Если тема представляет общественный интерес и при написании статьи журналист руководствовался принципами объективности и взвешенности, то писать о посещении музея можно.