О. В. Третьякова

Северный (Арктический) федеральный университет

ТЕНДЕР НА УСЛУГИ СМИ: ЖУРНАЛИСТЫ МЕНЯЮТ ПРОФЕССИЮ

На сайте госзакупок по Архангельской области размещено 317 тендеров в разделе «реклама в СМИ / услуги рекламных агентств». Наиболее дорогостоящие заказы – отнюдь не на размещение наружной рекламы или на изготовление сувениров. Самыми крупными суммами из областного бюджета оплачиваются «информационные услуги в области телевидения» (1 899 600 руб.), «услуги по информационному сопровождению деятельности правительства Архангельской области» (1 790 080 руб.), «услуги информационного агентства по подготовке и размещению материалов в электронном периодическом издании» (1 582 000 руб.) и т. п. И законодательная, и судебная власть тоже не скупятся на самопиар, покупая услуги журналистов через сайт госзакупок.

Подавляющее большинство этих заказных материалов не маркируются в СМИ как рекламные. Так читателей и зрителей, у которых еще остались иллюзии насчет достоверности и объективности журналистских публикаций и передач, попросту вводят в заблуждение. При этом журналисты действительно могут оказывать услуги – но исключительно своим читателям и зрителям, обеспечивая их своевременной, полной и достоверной информацией о том, что происходит вокруг. «Информирование» о деятельности органа власти за его (точнее, общие – бюджетные) деньги невозможно по определению, оно неизбежно превращается в пропаганду. Журналисты должны понимать, что, выполняя заказ, они меняют профессию – становятся пиарщиками. Тем самым нарушают Кодекс профессиональной этики: «журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения» и «журналист не должен принимать ни прямо, ни косвенно никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера».