Валянціна Зразікава
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ДОСТУП ЖУРНАЛІСТА ДА ІНФАРМАЦЫІ: НАРМАТЫЎНА-ПРАВАВЫ АСПЕКТ (на прыкладзе журналісцкага запыту)

Доступ да інфармацыі прадугледжвае магчымасць атрымання і далейшага распаўсюджвання суб'ектамі інфармацыйных зносін неабходных звестак. Гэты працэс закранае інтарэсы розных удзельнікаў масавай камунікацыі: самі СМІ, дзяржавы, аўдыторыі. Сёння інстытуты ўлады акумулююць у сваёй дзейнасці вялікі аб'ём грамадска значнай інфармацыі, з якой члены грамадства маюць права свабодна знаёміцца (за выключэннем інфармацыі абмежаванага доступу). Таму адной з асноў прававога рэгулявання ў сферы інфармацыйных рэсурсаў з'яўляецца прынцып адкрытасці, транспарэнтнасці. Журналісты ў сілу сваёй прафесійнай дзейнасці маюць больш правоў і магчымасцей для атрымання, захоўвання і распаўсюджвання інфармацыі (Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі», арт. 34).

Права на доступ да інфармацыі – гэта і гарантыя развіцця свабоды слова, і аснова для паўнавартаснага функцыянавання ўсіх сфер соцыуму. Рэалізоўваць такія гарантыі і штодня здабываць своечасовую і поўную інфармацыю ад кампетэнтных дзяржаўных органаў і структур прадстаўнікам СМІ дазваляе запыт (побач з такімі формамі, як прэс-канферэнцыя, брыфінг, інтэрв'ю, акрэдытацыя і пад.). Правамерна і да месца адрасаваны журналісцкі запыт з'яўляецца эфектыўным інструментам запаўнення інфармацыйных лакун.

Запыт – пісьмовы (папяровы / электронны) або вусны зварот з мэтай атрымання неабходнай інфармацыі, праверкі наяўных звестак. Пісьмовы варыянт уяўляецца больш аптымальным, паколькі ў гэтым выпадку дакументальна фіксуецца факт яго атрымання, а таксама дакладна сфармуляваны адрасантам змест запыту, што можа спатрэбіцца, калі ў прадстаўленні інфармацыі будзе адмоўлена.

Запыт з'яўляецца абавязковым для выканання (адказныя – кіраўнікі, намеснікі, супрацоўнікі прэс-служб і іншыя ўпаўнаважаныя асобы) і складаецца на аснове нарматыўных заканадаўчых дакументаў: Канстытуцыя Рэспублікі Беларусь (арт. 34); Указ Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь № 65 «Аб удасканаленні работы дзяржаўных органаў, іншых арганізацый са сродкамі масавай інфармацыі»; Указ Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь № 498 «Аб дадатковых мерах па рабоце са зваротам грамадзян і юрыдыч-

ных асоб»; Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі» (арт. 34, 36); Закон Рэспублікі Беларусь «Аб інфармацыі, інфарматызацыі і ахове інфармацыі» (арт. 21); Закон Рэспублікі Беларусь «Аб звароце грамадзян і юрыдычных асоб» (арт. 7, 10).

Пры гэтым прадстаўнікі СМІ не могуць патрабаваць абавязковага атрымання адказу на свой запыт ад рэлігійных аб'яднанняў, камерцыйных арганізацый (ці створаных імі некамерцыйных саюзаў і асацыяцый). Журналісту будзе адмоўлена і ў атрыманні інфармацыі, што змяшчае звесткі аб дзяржаўнай, камерцыйнай ці іншай тайне, якая спецыяльна ахоўваецца законам (Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі» – арт. 37; Закон Рэспублікі Беларусь «Аб дзяржаўных сакрэтах» – арт. 16; Закон Рэспублікі Беларусь «Аб камерцыйнай тайне» – арт. 8). Акрамя гэтага, Закон Рэспублікі Беларусь «Аб інфармацыі, інфарматызацыі і ахове інфармацыі», хоць і не мае непасрэднага дачынення да дзейнасці СМІ, але рэгламентуе неабходныя для медыя нормы работы з інфармацыяй, акрэслівае катэгорыю інфармацыі, распаўсюджванне і (ці) прадстаўленне якой абмежавана – «службовая інфармацыя абмежаванага распаўсюджвання» (арт. 18-1).

Закон Рэспублікі Беларусь «Аб сродках масавай інфармацыі» не ўстанаўлівае тэрмін атрымання журналістам адказу на свой запыт (у адрозненне ад папярэдняга Закона Рэспублікі Беларусь «Аб друку і іншых сродках масавай інфармацыі» ад 13.10.1995 – арт. 32 «Права на атрыманне інфармацыі», арт. 33 «Выпадкі адмовы ці адтэрміноўкі ў атрыманні інфармацыі»). У Законе Расійскай Федэрацыі «Аб сродках масавай інфармацыі» (арт. 47) прадугледжана, што адказ на пісьмовы запыт СМІ павінен быць накіраваны адрасатам не пазней чым за 7 дзён з часу яго атрымання.

На сёння ў беларускім заканадаўстве аб СМІ парадак запыту інфармацыі рэдакцыямі СМІ (журналістамі) не так дэталёва ўрэгуляваны, як запыт інфармацыі грамадзянамі, што ў пэўнай ступені ўскладняе ўзаемадзеянне СМІ з дзяржаўнымі органамі. Адсутнасць спецыяльнага прававога рэгулявання па гэтым пытанні нівелюе працэдуру адказу на журналісцкі запыт ад запыту іншых грамадзян. Тэрмін адказу вызначае арт. 17 Закона Рэспублікі Беларусь «Аб звароце грамадзян і юрыдычных асоб» (далей – Закон): – не пазней чым 15 дзён, калі не патрабуецца дадатковага вывучэння і праверкі; – не пазней чым за месяц, калі для адказу на запыт неабходна правядзенне спецыяльнай праверкі, прыцягненне дадатковых матэрыялаў альбо прыняцце іншых захадаў. Наўрад ці такі тэрмін спрыяе аператыўнасці («свежасці») выха-

ду журналісцкага матэрыялу – той якасці, якую мы патрабуем і чакаем ад журналістаў. У гэтым выпадку вырашэнне пытання цалкам аддадзена на водкуп адрасату.

Што датычыцца адмовы ці адтэрміноўкі на запыт, то Закон вызначае наступныя ўмовы: 1) адмова дасылаецца на працягу 5 дзён, а паведамленне аб адмаўленні ў інфармацыі абавязкова павінна ўтрымліваць прычыны; 2) адтэрміноўка робіцца на працягу 5 дзён; калі для вырашэння пытання неабходна больш за месяц, то ў адказе трэба патлумачыць прычыну, чаму інфармацыю нельга атрымаць у звычайны тэрмін, а таксама акрэсліць дату, да якой будзе такая інфармацыя падрыхтавана.

Адзінага ўзору для напісання журналісцкага запыту няма. Як правіла, ён складаецца на бланку рэдакцыі з указаннем рэквізітаў арганізацыі, яе адраса і тэлефона, падпісваецца кіраўніком СМІ і засведчваецца пячаткай. Асноўную ўвагу неабходна звярнуць на змест дакумента, у якім самае галоўнае – прадмет звароту. Задача журналіста – дакладна сфармуляваць пытанне (пытанні), на якое (якія) рэдакцыя хацела б атрымаць адказ. Узнятая праблема павінна непасрэдна закранаць сферу дзейнасці канкрэтнага дзяржаўнага органа. У запыце неабходна спаслацца на заканадаўчую базу, указаць прычыны звароту рэдакцыі да адрасата. З мэтай павышэння эфектыўнасці сумеснага супрацоўніцтва на сайтах асобных дзяржаўных органаў правілы падачы запытаў на атрыманне інфармацыі максімальна канкрэтызаваныя (напрыклад, Міністэрства архітэктуры і будаўніцтва Рэспублікі Беларусь – Прэс-служба – Запыты ад СМІ). Перад напісаннем запыту журналісту не пашкодзіць азнаёміцца з кантэнтам сайта арганізацыі: неабходная інфармацыя можа быць размешчана ў адкрытым доступе.

За парушэнне права журналіста на атрыманне інфармацыі для прадстаўнікоў дзяржаўных органаў прадугледжана адказнасць (адміністрацыйная, дысцыплінарная, грамадзянска-прававая, крымінальная). У выпадку неабгрунтаванай адмовы ці адсутнасці адказу на запыт з боку дзяржаўных органаў журналіст мае права апеляваць да вышэйшага органа ўлады, пасля чаго (у выпадку незадавальняльнага вырашэння пытання) звярнуцца са скаргай у суд ці ў пракуратуру. На практыцы вядомы прыклады рэалізацыі такога права [1].

Атрыманне інфармацыі па запыце – найбольш універсальны спосаб доступу да канкрэтных звестак аб дзейнасці органаў улады. Беспадстаўнае абмежаванне такога доступу забаронена, акрамя рэжымаў «закрытых» інфармацыйных рэсурсаў (дзяржаўныя сакрэты, канфідэнцыйная інфармацыя, камерцыйная тайна і пад.). Журналісты

СМІ маюць дзяржаўныя гарантыі абароны сваіх правоў у выпадку адмовы ў прадстаўленні інфармацыі ці парушэнні тэрмінаў па яе атрыманні. Аднак правапрымяняльная практыка часта разыходзіцца з заканадаўчай, і беларускія СМІ зведваюць пэўныя праблемы з доступам да інфармацыі [2]. Адсутнасць у заканадаўстве аб СМІ тэрмінаў для падрыхтоўкі адказу на журналісцкі запыт зацягвае працэс работы журналіста і адмоўна ўплывае на аператыўнасць і своечасовасць падачы інфармацыі для грамадскасці.

Літаратура

1. Могилевский журналист добился наказания сотрудника облсовета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://news.tut.by/society/449887.html – Дата доступа : 01.09.2017.
2. Сехович, О. Доступ журналистов к информации государственных органов: белорусские реалии / О. Сехович [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://baj.by. – Дата доступа: 01.09.2017.

Марина Лебедева
Белорусский государственный университет

КОММУНИКАЦИЯ «АВТОР-ТЕКСТ-ЧИТАТЕЛЬ» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ РАКУРС

Коммуникативные процессы в интернет-пространстве вообще и в социальных сетях в частности по понятным причинам попали в поле зрения исследователей сравнительно недавно, однако необходимость осмысления социокультурных, психологических, собственно лингвистических характеристик указанной сферы общения не только не исчерпывается, но и возрастает по мере развития виртуальных «площадок» коммуникации, расширения спектра возможностей подачи информации (визуализация, голосовое сообщение, мультимедийный формат), роста запросов на содержательный и одновременно «удобный» для усвоения (часто лаконичный, «цитатный») текст. Рассуждая об интернет-коммуникации, О. А. Гулевич отмечает, что «психологические особенности, являющиеся следствием технологических, весьма разнообразны. Они связаны с характером сообщений (коммуникация), формированием представления о реципиенте (перцепция) и взаимодействием с ним (интеракция), самопрезентацией коммуникатора и его идентичностью» [3, с. 301]. И если сегодня ключевые психологические параметры коммуникации в интернет-пространстве остаются фактически неизменными,