



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет культуры и искусства
Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотековедения

КУРСОВАЯ РАБОТА

на тему:

«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПРАВСТВЕННЫЙ ИМПЕРАТИВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАСС-МЕДИА»

Направление – 42.03.02 «Журналистика»

Выполнила:

студентка 2 курса группы Ж-О-20/1

Злотникова О.Ю.

Научный руководитель:

кандидат педагогических наук,

доцент кафедры журналистики, филологии,

документоведения и библиотековедения

Игнатьева О.В.

Ульяновск – 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА.....	9
1.1. Роль и значение массовой информации и массовой культуры.....	9
1.2. Нравственная цензура в истории человечества.....	11
1.3. Истоки журналистской деонтологии в России.....	14
1.4. Журналистская деонтология как регулятор соответствия медиапрактики ее социальным и профессиональным обязанностям.....	16
ГЛАВА 2. ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ ХАРАКТЕР ПРОИЗВОДСТВА МЕДИАПРОДУКЦИИ.....	19
2.1. Этические стандарты как регуляторы творческого поведения журналиста. Мера свободы интерпретации журналистом предмета отображения.....	19
2.2. Журналистский текст как предмет профессиональной этики: аксиологическая составляющая профессиональной медиадеятельности.....	22
2.3. Факторы влияния на нравственность и психическое здоровье потребителей медиапродукции.....	24
2.4. Условия эффективной реализации медиаэтики в российской информационной практике.....	26
ГЛАВА 3. МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	28
3.1 Кризис и распад прежней ценностно-нормативной системы, регулировавшей журналистику на идеологическом уровне.....	28

3.2	Этические вызовы для меняющегося медиаландшафта. Карикатурные скандалы, деятельность папарацци, компромат, заказные материалы в практике современной журналистики.....	30
3.3	Оценка потенциала этического саморегулирования российской журналистики.....	36
3.4	Перспективы профессионального поведения журналиста в информационном обществе эпохи постмодерна.....	38
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	40
	БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	42

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Журналистика является социально ориентированной профессией, связанной с непосредственным или опосредованным контактом с аудиторией. Поэтому для реализации открытого и беспристрастного диалога со своими читателями, зрителями и слушателями журналисту необходимо соблюдать морально-этические принципы и нормы, принятые в профессиональном сообществе. Иными словами – нести социальную ответственность за предоставляемую информацию.

Стоит отметить, что в современном мире, представители СМИ находятся в сложной ситуации постоянного балансирования между соблюдением норм профессиональной морали и поддержанием интересов массовой аудитории. В информационном поле нарастает противостояние между журналистами и членами блогосферы; появляются различного рода фейки, фактоиды, заказные материалы, кликбейт и плагиат.

В погоне за излишней сенсационностью, скандальными обсуждениями и стремлением к коммерческой выгоде производители медиапродукции нередко безвозвратно утрачивают доверие потребителей контента. Таким образом, пренебрежение нравственными законами (императивами) в СМИ может привести к этическому кризису в журналистике.

В числе исследователей, в той или иной степени занимавшихся изучением журналистской этики, можно выделить Авраамова Д.С., Вартанову Е.Л., Дзялошинского И.М., Лазутину Г.В., Прохорова Е.П., Сулакшина С.С., и ряд других ученых. Однако анализ источников демонстрирует, что в специализированной научной литературе проблеме социальной ответственности как основе профессиональной структуры поведения журналиста уделено недостаточное внимание.

Комплекс данных проблем обусловил выбор **темы курсовой работы:**
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-НРАВСТВЕННЫЙ ИМПЕРАТИВ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАСС-МЕДИА».

Цель исследования - выявить роль профессионально-нравственного императива как регулятора деятельности современного журналиста.

Достижение обозначенной цели является решением **научной проблемы** данного исследования.

Объект исследования: этические стандарты в практике современных СМИ.

Предмет исследования: профессионально-нравственный императив деятельности масс-медиа.

Задачи исследования:

- 1) определить роль и значение массовой информации и массовой культуры.
- 2) описать использование нравственной цензуры в истории человечества.
- 3) установить истоки журналистской деонтологии в России.
- 4) исследовать журналистскую деонтологию как регулятор соответствия медиапрактики ее социальным и профессиональным обязанностям.
- 5) обосновать основные этические стандарты творческого поведения журналиста. Меры свободы интерпретации журналистом предмета отображения.
- 6) проанализировать журналистский текст как предмет профессиональной этики; аксиологическую составляющую профессиональной медиадетельности.
- 7) изучить факторы влияния на нравственность и психическое здоровье потребителей медиапродукции.
- 8) оценить условия эффективной реализации медиаэтики в российской информационной практике
- 9) обозначить кризис и распад прежней ценностно-нормативной системы, регулировавшей журналистику на идеологическом уровне.
- 10) выявить этические вызовы для меняющегося медиаландшафта

11) сформировать оценку потенциала этического саморегулирования российской журналистики.

12) рассмотреть перспективы профессионального поведения журналиста в информационном обществе эпохи постмодерна.

Тема и задачи обусловили выбор **методов** исследования: научный анализ специализированной литературы по журналистике; метод описания и сравнения, синтез, индукция и дедукция. На основании применения **метода контент-анализа** была проведена диагностика заголовков российской прессы, что дало возможность оценить соблюдение журналистами морально-этических принципов.

Теоретико-методологическую основу исследования составили фундаментальные труды Аврамова Д.С., Вартановой Е.Л., Дзялошинского И.М., Лазутиной Г.В., Прохорова Е.П., и ряда других учёных.

Научная новизна исследования:

- 1) определена роль и значение массовой информации и массовой культуры
- 2) описано использование нравственной цензуры в истории человечества
- 3) установлены истоки журналистской деонтологии в России
- 4) исследована журналистская деонтология как регулятор соответствия медиапрактики ее социальным и профессиональным обязанностям
- 5) обоснованы основные этические стандарты творческого поведения журналиста. Меры свободы интерпретации журналистом предмета отображения
- 6) проанализирован журналистский текст как предмет профессиональной этики, а также аксиологическая составляющая профессиональной медиатеятельности
- 7) изучены факторы влияния на нравственность и психическое здоровье потребителей медиапродукции.
- 8) оценены условия эффективной реализации медиаэтики в российской информационной практике

- 9) обозначен кризис и распад прежней ценностно-нормативной системы, регулировавшей журналистику на идеологическом уровне
- 10) выявлены этические вызовы для меняющегося медиаландшафта.
- 11) сформирована оценка потенциала этического саморегулирования российской журналистики
- 12) рассмотрены перспективы профессионального поведения журналиста в информационном обществе эпохи постмодерна.

Достоверность и обоснованность выводов и результатов данного исследования обеспечена применением комплекса методов, адекватных объекту, предмету, цели и задачам исследования.

Научно-практическая значимость исследования заключается в том, что материалы работы могут быть использованы в контексте изучения медиаэтики. Результаты исследования могут представлять интерес для практикующих журналистов в целях повышения эффективности взаимодействия с читательской аудиторией. Данный учебно-научный труд может быть полезен и исследователям, занимающимся проблемой соблюдения морально-этических норм в журналистике.

Структура работы. Данная работа состоит из введения, трех глав и заключения.

В первой главе – «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА» – определяются концепты «деонтология», «императив» и их применение в журналистике; объясняется роль и значение массовой информации и массовой культуры; выявляются истоки журналистской деонтологии в России.

Вторая глава – «ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ ХАРАКТЕР ПРОИЗВОДСТВА МЕДИАПРОДУКЦИИ» – посвящена изучению этических стандартов как регуляторов творческого поведения журналиста; структуре журналистского текста и его аксиологической составляющей; условиям эффективной реализации этических принципов в российских СМИ.

В третьей главе – «МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ» – анализируются этические вызовы современного медиаландшафта, оценивается потенциал этического саморегулирования журналистики, рассматриваются перспективы профессионального поведения в информационную эпоху.

Курсовая работа содержит библиографический список использованной литературы, включающий 31 наименование.

Объем основного текста настоящей работы составляет 44 страницы.

ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА

1.1. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

К концу XX века массовая культура стала важнейшим фактором современного социума. Феномен данной культуры заключается в приспособленности к вкусам широких масс людей.

С одной стороны массовая культура преследовала цель охватить широкие слои населения и приобщить их к достижениям культуры, в простой и доступной форме, а с другой стороны создала мощные механизмы манипуляции общественным мнением, сформировала устойчивые стереотипы и усредненный вкус.

К основным элементам массовой культуры, прежде всего относят - средства массовой информации (СМИ), посредством которых мы приобщаемся к её плодам. Изначально массовая культура нашла свое отражение на страницах «желтой прессы» XIX-начала XX в., насаждая гедонизм - идеологию общества потребления.

Именно информация формирует ценностные ориентиры и оказывает влияние на этические стандарты современных людей. Например, тоталитарные государства эффективно использовали СМИ в целях пропаганды.

В культуре прошлого века СМИ получили статус «четвертой власти», задали особый вектор реализации социально приемлемого поведения в обществе.

Сегодня, массовая коммуникация играет первостепенную роль в индустрии досуга современного человека. СМИ не только исполняют развлекательно-компенсаторную функцию, они также служат мощным рычагом в продвижении разнообразной культурной продукции. К слову, девиз

знаменитой BBC — британской вещательной корпорации — «Сообщать. Поучать. Развлекать» - наглядное подтверждение вышеизложенного.

Заметим, что представители СМИ ответственны за поддержание морально-нравственного климата в обществе. Для выполнения этой задачи, журналистам необходимо придерживаться морально-нравственных императивов в профессиональной сфере.

Впервые термин *«императив»* ввёл немецкий философ И. Кант. ИМПЕРАТИВ (от лат. *imperativus* — повелительный) — требование, приказ, закон. Общезначимое нравственное предписание, в противоположность личному принципу (максиме)¹. Различают также гипотетический императив, имеющий силу при определенных условиях, и категорический императив — безусловный принцип поведения.

По мнению Канта, императив: *«Это приказ, но приказ не внешнему миру и не из внешнего мира, а повеление себе...»*². Таким образом, философ поясняет, что императив не приказ извне, а повеление, зависящее от мировоззрения человека.

К сожалению, нарушение нравственных императивов довольно частое явление в СМИ. Основной причиной этого оказывается коммерциализированный характер масс-медиа. Безусловно, это оказывает негативное влияние на журналистское сообщество, так как лишает его представителей независимости.

Можно с уверенностью утверждать, что именно массовая информация и массовая культура сконструировала социальную, политическую и культурную реальность человека XXI века. Важно понимать их роль и значение в современном обществе. Ведь обеспечение информационно-психологической безопасности аудитории, является не только задачей СМИ, но и входит в систему национальной безопасности нашей страны.

¹Новая философская энциклопедия: в 4 тт. М.: Мысль // Под редакцией В. С. Стёпина, 2001. – 2100с.

² Там же.

1.2. НРАВСТВЕННАЯ ЦЕНЗУРА В ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

В мире существуют не только культурные запреты, но и специальный институт, который следит за их соблюдением – это цензура. Как правило, она осуществляет бдительный контроль над СМИ, и является законным способом информационной коррекции.

С развитием СМИ возникают и новые конфликты. Всё чаще жертвами дезинформации и fake-news, становятся представители массовой аудитории. Насыщенная политическая и экономическая пропаганда, заголовки, отдающие желтизной, анонимные материалы – формируют неблагоприятное впечатление у читателей, зрителей, слушателей. Наряду с этим, во многих журналистских материалах, подрываются ценностные основы, нарушаются профессиональные императивы. Всё это без сомнения накладывает отпечаток на сознание и восприятие человека.

Как известно, на протяжении истории, было немало примеров установления ограничений деятельности СМИ, а также нравственного цензурирования. Государство поднималось на защиту нравственности и психоэмоционального здоровья потребителей информации, ограждая их от пагубного влияния представителей масс-медиа.

В 443 г. до н. э. в городском магистрате Рима появились два новых чиновника — «цензора». Их основной задачей было проведение ценза (переписи населения). Помимо этого, они занимались финансами и боролись с нарушениями нравственности. Такая прерогатива, как контроль за состоянием общественных нравов, не утратила значения и для нынешней цензуры.

В России нравственная цензура была введена в 1551 г.: глава «О книжных писцах» Стоглавого собора давала право духовным властям конфисковывать неисправленные должным образом рукописи церковных текстов.

Светская нравственная цензура была введена уже во время правления Петра Великого. Она осуществлялась непосредственно царем и его помощниками. Впоследствии при Екатерине II был создан Цензурный комитет и учреждена должность цензора.

Со второй половины XIX века (начиная с Александра III) свобода печати значительно сократилась; это время вошло в историю журналистики как эпоха большого количества репрессий в отношении издателей.

Издания, освобождённые от предварительной цензуры, также подлежали цензурному контролю. Газеты следовало сдавать в цензуру в гранках, до печати основного тиража, журналы — за 2 дня, книги — за 3 дня до начала распространения (в 1872 году срок был увеличен до 4 и 7 дней). За это время цензоры должны были просмотреть издание и либо разрешить его распространение, либо запретить его, задержать тираж и приступить к судебному преследованию виновных.

Имперской цензуре наследовала советская, перенявшая многие её черты и сохранившаяся до 1990 года.

Сразу же после Октябрьской революции последовало значительное усиление цензуры в стране. Так, в первую очередь было закрыто множество типографий и газет. Декретом от 27 октября (9 ноября) 1917 года под запрет все попали антикоммунистические издания.

Например, первоначально молодая советская власть была весьма терпима к порнографии. Однако с середины 1920-х гг. ситуация изменилась. Общественное и государственное начало стало превалировать над личным и частным.

Что касается насилия и жестокости, то в советское время они практически не цензурировались. Содержание фильмов было наполнено сценами коммунистического террора и насилия по отношению к «классовым врагам» и «врагам народа».

В 1950-х — начале 1990-х гг. террор осуждался, однако к так называемому «революционному террору» отношение было сочувственным и

терпимым. Именно с этого времени цензура стала базироваться на принципе государственная безопасность=нравственная безопасность. Но не поменялось только одно: мера свободы журналистской интерпретации. Задачей СМИ было интерпретировать факты в нужном для правительства ракурсе. Читатель мог быть уверен, что точка зрения журналиста газеты «Правда», совпадет с мнением его коллеги из «Московского комсомольца».

В постсоветский период, цензурирование как явление стало значительно ослабевать. Во-первых, из-за происшедшей трансформации общества, перехода с советского на российский тип, во-вторых, в связи с развитием принципиально новых технологий, повлекших за собой изменения в печатной и других сферах. Выяснилось, что свобода печати, прежде всего свобода от цензуры, еще не означает возможность всегда свободно выражать свои мысли и идеи. Постсоветская журналистика стала многопартийной. В числе первых появились газеты «Демократическая Россия», «Речь» (партия народной свободы), «Гражданин» (кадетская демократическая партия).

Таким образом, в нашей стране цензура прошла тщательную апробацию, была как политической, так и нравственной. Исследователь Е. О. Баева отмечает, что *«...нравственные принципы общества и личности являются самым действенным ограничителем. Порицание обществом определенных действий, высказываний приводит к тому, что в сознании людей формируются табу. Однако интернет-общение дает ощущение анонимности и, соответственно, безнаказанности. Это обстоятельство облегчает нарушение таких табу»*³.

Современные технологии вносят значительные коррективы в работу цензуры. Мы живем в век «освобожденного» авторства, когда «каждый обычный человек превращается из потребителя контента в издателя. В век, когда исчезает грань между свободой и вседозволенностью. Безусловно,

³Баева, Е. О. Цензура и ее влияние на культуру общества [Текст]/ Е. О.Баева, Д. И. Ишханова // Уникальные исследования XXI века. – 2015. – № 11 (11). – С. 3.

«...преувеличение или преуменьшение роли такого общественно-политического института как цензура влечет за собой ограничения диапазона возможностей для принятия верных управленческих решений...»⁴.

Поэтому будущее страны за гибкой цензурой, действующей в рамках правового государства. Задача современного общества состоит в том, чтобы найти компромисс и определить, какие ограничения являются разумными, а какие излишними.

1.3. ИСТОКИ ДЕОНТОЛОГИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Впервые о правилах творческого поведения журналистов написал М.В. Ломоносов в своей статье «Рассуждение об обязанностях журналиста...»⁵ (1754). В ней учёный обозначил принципиальные вопросы журналистской этики с позиций морали, предостерег коллег от злоупотребления свободой суждений, небрежности, поспешности, недобросовестности, а главное от искажений объективной истины. Правила, отраженные Ломоносовым в его «Рассуждении...», не потеряли своей актуальности в наши дни.

Хотя само понятие «деонтология» было введено в обиход уже после смерти ученого — в XIX веке, благодаря англичанину Иеремии Бентаму, статья Ломоносова стала неким фундаментом будущей науки. Известный российский ученый Е.П. Прохоров назвал трактат Ломоносова *«первым русским деонтологическим документом»*⁶. Ранее концепт «долженствование» в жизнедеятельности человека находил свое отражение еще в трудах античных

⁴Левченко, И.Е. Цензура как социокультурный феномен [Текст] /Социологические исследования. 1996. – №8, С. 88.

⁵Ломоносов, М.В. Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы и философии [Текст] / Полное собрание сочинений. Т. 3. — М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1952. — 521 с.

⁶Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия [Текст]: учебное пособие / Е. П. Прохоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2004. — 187 с.

философов: Демокрита, Сократа, Аристотеля, Эпикура. Отметим, что данная тема долго разрабатывалась И. Кантом и Г.В.Ф. Гегелем.

Деонтология (от греч. Deon — «должное» + logos — «слово», «учение») – система представлений о профессиональном долге журналиста. Опорной категорией термина «деонтология» является — «должное»: то, что человек принимает для исполнения сам, по собственной воле. Каждый из членов медиамира делает моральный выбор, который и лежит в фундаменте его профессионального мировоззрения и самосознания⁷.

Деонтологию также рассматривают *«как совокупность «обслуживающих» журналистский долг обязанностей и норм их выполнения вне зависимости от их осознания, как некой системы категорических императивов журналистского поведения, заданных природой СМИ, действующих в той или иной ситуации»*⁸.

Деонтология получила широкое распространение в системе профессиональной этики, в рамках которой особой важностью наделены понятия профессионального долга и профессиональной ответственности. Закономерно, что этическое регулирование, возникло в трудовых сферах, которые более всего были связаны с людьми, – медицине, менеджменте, бизнесе, и, конечно же, в журналистике.

Мы не можем представить современное общество без информации. Проблема в том, что, к сожалению, она может быть не только достоверной и конструктивной, но и деструктивно влияющей на подсознание реципиентов. В ситуации свободы слова и отсутствия нравственной цензуры особенно важно, чтобы действия журналистов соответствовали этическим и эстетическим требованиям, реализовывались с высокой степенью ответственности и профессионализмом.

⁷Современная журналистика в аспекте деонтологии. – М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 52 с.

⁸Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учеб. для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2009. – 250 с.

Для повышения эффективности журналистского текста, будет целесообразно развивать деонтологическое сознание журналистов; ввести деонтологию как обязательную учебную дисциплину, в рабочую программу для студентов бакалавриата. Со временем такие действия могут привести и к созданию Хартии СМИ – действительной и действенной журналистской конституции⁹.

1.4. ЖУРНАЛИСТСКАЯ ДЕОНТОЛОГИЯ КАК РЕГУЛЯТОР СООТВЕТСТВИЯ МЕДИАПРАКТИКИ ЕЁ СОЦИАЛЬНЫМ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОБЯЗАННОСТЯМ

К сожалению, свобода печати нередко воспринимается журналистами как вседозволенность, а СМИ постепенно утрачивают консолидирующие и просветительские функции. Не соблюдаются элементарные правила поведения при сборе и обработке информации. Многие медиакомпании отдают предпочтение высокой прибыльности того или иного СМИ, нежели информационному и нравственному благополучию реципиентов. В связи с этим снижается уровень доверия аудитории.

Раньше журналистам действительно доверяли. В человеческом сознании закрепились аксиомы, что журналистский материал прежде всего несёт в себе эксклюзивный и правдивый контент. Но с увеличением количества источников информации и медиаструктур ситуация кардинально изменилась. Наступила эпоха медиакратии – власти СМИ, когда журналисты получают большую свободу для реализации творческих планов и повышения квалификации. Но как известно, чем больше свободы, тем больше ответственности. Помимо знаний, умений и навыков представителям СМИ необходимо обладать информационно-правовой компетентностью и

⁹Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия [Текст]: учебное пособие / Е. П. Прохоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2004. – 230 с.

придерживаться адекватной морально-этической ориентации. Ведь результат выполнения журналистом гражданского долга представляется на общественный суд.

Регулятором соблюдения социальных, гражданских и юридических обязательств журналиста выступает система деонтологических принципов и норм. Е.П. Прохоров утверждал, что *«...нет ничего такого в облике и поведении журналиста, что не требует деонтологического анализа и принятия решений. Даже такие «мелочи» как манера одеваться, говорить, общаться с окружающими и т.д., поскольку они отражаются на характере и мере выполнения профессионального долга...»*¹⁰.

К деонтологическим нормам чаще всего относят: необходимость выработки гражданской позиции журналиста, что нужно для профессионального роста специалиста; постулаты об ответственности за производство медиаконтента; готовность к профессиональным трудностям, желание работать в любых экстремальных условиях; профессиональная авторефлексия – систематическая учеба и расширение кругозора журналиста. По мнению профессора С.Г. Корконосенко такие *«...деонтологические основания служат одной из главных опор теории журналистики, равно как и практической редакционной деятельности...»*¹¹.

На протяжении ряда лет деонтологические нормы закреплялись в хартиях, уложениях, нормах и актах. Ярким примером является составленный в 1991 году Кодекс профессиональной этики журналиста. В нём прописаны основные моральные принципы журналиста: правдивость; социальная ответственность; уважение чести и достоинства личности; честность; объективность. Со временем появились и такие этические документы, как

¹⁰ Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учеб. для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2009. – 230 с.

¹¹ Корконосенко, С. Г. Деонтология журналистики как область морального выбора профессионала [Текст] / Корконосенко С.Г. // Журнал СибГУ. Гуманизм и Социальные науки, 2012. – Вып. 12 – С. 1723-1732.

Кодекс профессиональной этики журналиста (1994), Хартия телерадиовещателей (1999).

Проведенный анализ позволяет утверждать, что деонтология играет значительную роль в журналистике. Выступает регулятором соблюдения основных этических постулатов; формирует в работниках СМИ ответственность и серьезное отношение к своей профессии.

ГЛАВА 2. ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ ХАРАКТЕР ПРОИЗВОДСТВА МЕДИАПРОДУКЦИИ

2.1. ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ КАК РЕГУЛЯТОРЫ ТВОРЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА. МЕРА СВОБОДЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ЖУРНАЛИСТОМ ПРЕДМЕТА ОТОБРАЖЕНИЯ

В журналистике, как и в любой другой профессиональной сфере деятельности, существуют свои этические стандарты. Они носят рекомендательный характер и определяют основные правила, касающиеся процессов сбора, обработки и распространения информации. Правила подобного рода, зафиксированные в документах, как национальных, так и локальных, базируются на международных кодексах профессиональной этики журналиста и практическом опыте работы в профессиональной сфере. Стандарты подразумевают под собой особые правила опубликования и основные этические принципы, которых должен придерживаться журналист.

Существует понятие *«профессиональная этика» - наука, изучающая профессиональную специфику морали*¹². На основе профессионально-этических документов мирового журналистского сообщества Г. В. Лазутина выделила четыре принципа профессионально-нравственного поведения журналиста.

1. Соблюдать приоритет общественных интересов и общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми, проявляя во всех случаях профессиональное поведение.

2. Соблюдать международные правовые акты и законы своей страны, соблюдать права человека, проявляя уважение к демократическим институтам общества.

¹²Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста [Текст]: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Д.С. Авраамов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С. 3.

3. Соблюдать общепринятые нормы морали, а также стандарты культуры взаимоотношений, проявляя глубокую человеческую порядочность, воспитанность, уважение к чести и достоинству личности.

4. Выполнять все профессиональные действия обдуманно, честно, тщательно, проявляя добросовестность и настойчивость, а при необходимости – мужество¹³.

Таким образом, журналист призван к формированию нравственного климата в обществе. Творческий труд очень сложно регламентировать. Но журналистика — это не только творческий процесс, но и процесс, связанный с коммуникацией и просвещением. Поэтому регулирование деятельности СМИ посредством стандартов профессиональной этики мы считаем необходимым.

Оценка важности и акцентирование внимания на главном предполагают не просто «отражение» события журналистом, но и определенную его интерпретацию. Важно понимать, что в процессе интерпретации недопустимо придавать факту искусственную «достоверность» и «значимость», игнорировать его актуальность или домысливать несуществующие детали. Профессор М. И. Ким обозначил основные аспекты использования интерпретации в масс-медиа: *«...авторская интерпретация состоит в том, что, ничего не домысливая, публицист при описании жизни своего героя может, во-первых, подвергнуть факты собственному осмыслению; во-вторых, поделиться личными впечатлениями; в-третьих, выразить свое эмоциональное отношение к герою; в-четвертых, на основе имеющихся данных спрогнозировать развитие ситуации и т.д. Пропустив все факты*

¹³Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» [Текст] / Г.В. Лазутина. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 210 с.

сквозь авторское восприятие, публицист тем самым подвергает их художественной трансформации...»¹⁴.

В современную эпоху массовой пропаганды и фейковой информации, очень трудно определиться с критерием, позволяющим сделать четкое разграничение между свободой интерпретации и вседозволенностью. Несомненно *«трудовая деятельность накладывает отпечаток на журналиста, формируя особую профессиональную мораль, определяющую меру допустимого и недопустимого в процессе реализации им массово-информационной деятельности...»¹⁵.*

Действительно в своей деятельности, журналистам приходится постоянно сталкиваться со сложным моральным выбором, и принимать какое-то решение. Здесь каждый имеет возможность соотнести свои индивидуальные, представления о добре/зле, правде/лжи, справедливости/несправедливости с утвержденными нормами профессиональной морали. Именно морально-нравственные установки и нормативные акты станут мерой свободы в процессе интерпретации.

Но не стоит забывать, что и потребитель медиатекста также имеет собственные фоновые знания, жизненный опыт и индивидуальную способность к восприятию.

¹⁴Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения [Текст]: учеб. пособие / М.Н. Ким. Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – С. 181.

¹⁵Игнатьева, О. В. Профессиональная медиаэтика [Текст]: учеб. пособие / О.В. Игнатьева. – Ульяновск: УлГУ, 2018. – С. 7.

2.2 ЖУРНАЛИСТСКИЙ ТЕКСТ КАК ПРЕДМЕТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ: АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МЕДИАДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Журналистский текст - конкретный результат медиапроизводства, сообщение, содержащее в себе информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, рекламное сообщение и др.), адресованное массовой аудитории.

Для создания материала для медиатекста используется и комплекс средств и приемов выразительности – медиаязык. С помощью него медиатекст не только удовлетворяет потребность в информации, но и развлекает нас, формирует и описывает объекты и явления действительности.

В современном информационном обществе медиатекст становится эффективным проводником культурных и духовных ценностей.

Формирование ценностной сферы СМИ – процесс довольно сложный и неоднозначный. Ведь *«...ценности в журналистике тесно связаны со стандартами творческого поведения, базовыми принципами этики, а потому являются ориентирами для достижения качественного результата массово-информационной деятельности и способствуют саморегуляции медиасистемы»*¹⁶.

В теории журналистики одним из первых обратил внимание на проблему ценностей профессор Е. П. Прохоров. Он считал, что общим знаменателем решения всех общественных проблем являются общечеловеческие гуманистические ценности, выработанные в процессе развития человечества. В наше время именно аксиологическая составляющая медиадетальности приобретает для журналистики особое значение.

¹⁶Игнатъева, О. В. Профессиональная медиаэтика [Текст]: учеб. пособие / О.В. Игнатъева. – Ульяновск: УлГУ, 2018. – С.14.

Аксиология – представляет собой учение о ценностях как смыслообразующих оснований человеческого бытия, задающих направленность и мотивированность человеческой жизни. Аксиология журналистики - занимается исследованием журналистики как генератора этих ценностей.

Общеизвестно, что журналисты не просто распространяют ценности, но и производят их. Транслируемые СМИ образы, стандарты поведения часто становятся ориентирами и моделями для подражания. Ценностное поле журналистики представлено профессиональными и личностными ценностями, разделяемыми журналистами.

К профессиональным ценностям относятся ориентиры, усвоение которых происходит во время получения профильного образования и профессиональной социализации. К основным профессиональным ценностям журналистики можно отнести: представление аудитории проверенной и достоверной информации, просвещение и морально-нравственное развитие реципиентов, защита общественности от деструктивного воздействия, манипуляций и пропаганды, поддержание здорового нравственного климата в стране/регионе.

Становление личностных ценностей связано с семейным воспитанием, образованием, социализацией. Порой внутренний голос журналиста, его убеждения и установки находят возможности отражения в профессиональной практике.

В ценностном поле распространяются и антиценности – отождествление себя с властью или восприятие себя в качестве правящей группы. Например, журналист принимает на себя роль «борца за правду» за счёт этого создаёт себе определённый имидж и получает моральные бонусы (повышение самооценки, продвижение по службе) за счёт героев своих публикаций.

Главная задача аксиологии заключается в том, чтобы показать, какую роль играет каждая общественно значимая ценность в общей структуре бытия. В профессиональной медиатеде журналист участвует в

формировании определенной системы ценностей, раскрывая их смысловое значение на примерах из актуальной действительности.

2.3 ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА НРАВСТВЕННОСТЬ И ПСИХИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ МЕДИАПРОДУКЦИИ

Современные журналисты часто игнорируют нравственные аспекты в публикуемых материалах. Смысл нравственности заключается в том, чтобы тексты оставались гуманными, справедливыми, честными. Нельзя в погоне за сенсацией пренебрегать основными морально-нравственными ценностями и этическими нормами.

С каждым годом СМИ утрачивает свой авторитет перед аудиторией, а заголовки отдают «желтизной». Журналистика классиков Р. Стила и Д. Аддисона, Д. Свифта и Д. Дефо фактически утеряна в погоне за оперативностью.

Ведь одна из главных задач журналистов всех времен, созвучна с клятвой Гиппократы: «Не навреди!». Аудитория — это не абстрактная масса людей, *«...они, между прочим, живые люди, им и дальше жить в том самом окружении, которое прочтет, увидит или услышит посвященное им журналистское произведение. Нередко от этого зависит их дальнейшая судьба»*¹⁷.

Поэтому соблюдение основных морально-нравственных законов общества неразрывно связано с уровнем профессионализма представителей массмедиа.

Миссия СМИ – быть советником и другом для читателя, проводником в мире информации и нравственных ценностей. К сожалению, в современном мире, мы наблюдаем плачевную картину. Каждые 15 минут зритель

¹⁷Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» [Текст] / Г.В. Лазутина. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 215.

российского телевидения видит на экране акт агрессии или насилия. Идеалами молодежи становятся жестокие и циничные люди, лишенные чести и нравственного достоинства. Преобладание на телевидение сцен эротического содержания в дневное время становится нормой. С подобной агрессивностью в нашу жизнь вторгается и навязчивая реклама.

Особенно тревожно то, что потребителями такой продукции становятся несовершеннолетние. СМИ превращается из некогда достоверного источника информации, в средство пропаганды деструктивных ценностей.

Таким образом, одним из факторов, влияющих на нравственность и психическое здоровье аудитории, является воздействие различных манипулятивных техник и приемов в масс-медиа, направленных на дискредитацию традиционных ценностей.

Трансляция подноготной знаменитостей, интимных подробностей чьей-то личной жизни, биографических исповедей – это своего рода «запретный плод» привлекающий массовую аудиторию к подглядыванию в замочную скважину.

СМИ через воздействие на общество в целом воздействует на каждого человека в отдельности. Именно под действием СМИ формируется общественное мнение.

Представители современных СМИ прибегают и к методам подсознательного воздействия, формируя стереотипные представления, автоматически вызывая либо отрицательную, либо положительную реакцию в массовом сознании.

Подводя итоги вышеизложенного хочется отметить, что влияние СМИ на нравственное и психическое здоровье аудитории очень велико, и в большинстве случаев оказывается негативным. В погоне за прибылью, многие журналисты эксплуатируют низменные инстинкты и пороки, а также используют манипулятивные методы, противоречащие этическим принципам журналистики.

2.4 УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ МЕДИАЭТИКИ В РОССИЙСКОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРАКТИКЕ

В настоящее время отечественная журналистика все чаще привлекает внимание общественности случаями нарушения этических норм, наносящих репутации всего журналистского профессионального сообщества серьезный урон.

Тревожная тенденция ухудшения профессионально-этических стандартов обусловлена объективными и субъективными причинами, связанными с проблемой самоопределения журналистов, морально-нравственного выбора.

Для того, чтобы создать определенный «нравственный климат» в обществе, необходимо обеспечить соответствующие условия реализации медиаэтики в определенной редакции. В условиях постоянно изменяющегося медиапространства журналисту придется поработать над улучшением своих личностных и профессиональных качеств. К ним относится поддержание профессиональной солидарности и уважения, общность интересов и целей журналистского содружества, а также нормативы служебных отношений, принятые в редакционном коллективе. И конечно одна из главных профессиональных задач - отказ от какой-либо деятельности, подлежащей уголовной ответственности и наносящей ущерб авторитету журналистики.

Этические принципы неразрывно связаны с правовыми нормами. Нельзя не согласиться с утверждением исследователя С. С. Сулакшина: *«Право морально, а мораль согласуется с правом. Исторически право возникает как бы для компенсации недостаточности морали, которая обнаруживается в возникновении частной собственности и политической власти»*¹⁸. Поэтому спорные вопросы медиаэтики должны подкрепляться правовыми основами

¹⁸Сулакшин, С.С. Государственная политика защиты нравственности и СМИ. Рабочая книга для законодателя [Текст] / С.С. Сулакшин, Е.С. Сазонова, А.И. Хвыля-Олинтер. – М.: Наука и политика, 2014. – С. 121.

журналистской деятельности, отраженными в официальных документах (кодексах, уложениях, постановлениях, хартиях).

Вторым важным условием для чтобы нормы медиаэтики стали эффективно использоваться необходимо и ответное движение со стороны властных структур. Не трудно заметить неуважение и дискриминационное отношение власти к прессе, в постперестроечный период. Всё чаще приходится с непониманием истинных функций СМИ в обществе и особенностей журналистской деятельности. Об этом с определенностью говорит отсутствие внимания к выступлениям журналистов, сколь бы доказательными (и даже порой скандальными) такие выступления ни были.

Третьим условием заботиться о непредвзятости своих публикаций и поддержании открытого и беспристрастного диалога с массовой аудиторией. Ведь порой достаточно несколько неловких слова в прессе и человек с хорошей репутацией вдруг превращается в объект пересудов.

В работе с респондентом, журналист призван проявлять уважение, такт, выдержку. Не позволять себе вторжения в частную жизнь, когда герой не является публичной личностью. Не пытаться интерпретировать материал, руководствуясь лишь материальной выгодой. Воздерживаться в материале от любых пренебрежительных замечаний или намеков, избегать кликбейта, вульгарных или жаргонных выражений в заголовках.

В данной работе мы рассмотрели лишь несколько условий реализации этических норм в информационной практике. Конечно, реализация медиаэтики процесс многоуровневый и имеет немалое количество условий для успешного внедрения в современные реалии. Но есть и некая общая черта, без которой все усилия окажутся тщетными. Человек всё же должен выбирать добро, а не зло *«...если побеждает зло, то свобода, скорее всего, перестанет существовать. Таким образом, если мы будем следовать этой этике, то мы должны разрешать свободу только ради добра, но не ради зла...»*¹⁹.

¹⁹Дэннис, Э., Мэррилл, Д. Беседы о масс-медиа [Текст]. М., – 1997 – С. 38-39.

ГЛАВА 3. МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

3.1 КРИЗИС И РАСПАД ПРЕЖНЕЙ ЦЕННОСТНО-НОРМАТИВНОЙ СИСТЕМЫ, РЕГУЛИРОВАВШЕЙ ЖУРНАЛИСТИКУ НА ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ УРОВНЕ

СМИ прошли долгий путь развития от монистической системы к плюралистической, от тоталитарной к демократической.

В СССР медиа контролировали с помощью цензуры и партии. Все СМИ, находились в идеологическом поле, отсюда сохранение жесточайшего контроля и цензурных рамок. Важной функцией советских СМИ было формирование общественного мнения и воспитание граждан в духе марксистско-ленинской идеологии, поддержание традиционной для поколений советских людей нерушимой веры в идеологические и политические константы, стойкого противостояния диссидентству в разных формах проявления. Неудивительно, что вместо понятия средства массовой информации в СССР существовал термин СМВП, то есть средства массовой информации и пропаганды. Причём пропаганде отводилось едва ли не основное значение.

Одной из отличительных черт советских СМИ была установка на ценность качества, которое выражалось в четком соответствии жанру, чистоте языка, большом исследовательском и художественном потенциале. Существовала научно-популярная журналистика, базировавшаяся на идее ценности знания, философская публицистика - отражавшая метафизические, этические, эстетические концепции.

Но все изменилось в период перестройки. Тогда общественный и политический строй вышли на новый уровень гласности, появились общественные организации и движения, которые могли выражать своё мнение.

Новые исторические условия жизни РФ стали важным фактором формирования массовой журналистики нового типа. Необходимо было определить то место, которое предстояло занять прессе в утверждавшемся демократическом обществе. Процесс, начатый в начале 1990-х годов, привел к некоторым сдвигам в социальной структуре печати, телевидения, радиовещания, более осмысленному пониманию запросов аудитории, способствовал внедрению новых форм и методов деятельности СМИ. После 70 лет ограничений средства массовой информации заговорили в полный голос. Историк О. Р. Овсепян считает, что *«...гласность стала для средств массовой информации важнейшим рычагом борьбы за демократизацию жизни общества»*²⁰.

С распадом СССР произошла не только трансформация государства, но и СМИ. К сожалению, поменялись и социальные, и духовные, и профессиональные ориентиры журналистики. По мнению старших членов журналистского цеха, новые правила свободы слова, подрывают моральные устои прессы, подталкивая «молодых» трактовать эту свободу как свободу публиковать всё, что будет наиболее выгодным.

Журналисты современности чаще всего находятся в поиске: сенсаций, происшествий, скандалов для привлечения внимания аудитории и повышения прибыли. Порой с пугающей настойчивостью, представители СМИ пытаются взять интервью, у людей только что переживших горе: у погорельцев, жертв ДТП, потерявших близких...

Как полагает исследователь П. Н. Куличёк, *«...практический «перекресток» морали и права в информационном пространстве далеко не всем журналистам удастся переходить в соответствии с принятыми во всем цивилизованном мире канонами. Многие служители пера, камеры и микрофона сами - либо по незнанию, либо по неразумению, либо вполне*

²⁰Овсепян, Р.П. История новейшей журналистики [Текст] – М., Изд-во Моск.ун-та, 2005. – 195 с.

сознательно - часто идут на нарушения правил этики и параграфов закона, попадая затем в качестве ответчиков на судебные ристалища...»²¹.

Нельзя не согласиться и с мнением экс-председателя Союза журналистов России В. Богданова: *«Лучшие газеты были духовными центрами отечественной журналистики. Их делали интеллигентные люди для широких масс, а не полусвет – для избранного круга. И когда сегодня на моей любимой радиостанции «Эхо Москвы» кто-то проповедует, что обман оправдан, если ты победил, и ложь бывает во спасение, и зависть двигает науку, я с горечью думаю, что такие игры с народным нравственным чувством вряд ли укрепляют массовое доверие к нашей профессии»²².*

Моральное состояние российской журналистики — это симптом социокультурного кризиса в стране. Для его преодоления необходимо осознание и анализ актуальных медиаэтических проблем.

3.2 ЭТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ МЕНЯЮЩЕГОСЯ МЕДИАЛАНДШАФТА. КАРИКАТУРНЫЕ СКАНДАЛЫ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПАПАРАЦЦИ, КОМПРОМАТ, ЗАКАЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Массовое внедрение Интернета и других каналов поставки аудитории массовой информации позволило СМИ свободно публиковать материалы, на многие социальные, политические и культурные события и явления современности. В связи с отсутствием нравственной и морально-этической регуляции контента, увеличилось количество заказных материалов и

²¹Киричѐк, П.Н. Этика журналиста [Текст] / П.Н. Киричѐк, О.В. Федотова. – Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 2004. – С. 82.

²²Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе [Текст] учеб. пособие / А.А. Грабельников. М., РИП-холдинг, 2007. – С. 98.

компромата, скандалов, связанных с карикатурами и деятельностью папарацци.

Как известно, объектами печатной сферы являются не только словесные тексты, но и статические фотографии, коллажи, карикатуры, рисунки, инфографика обладающие семантическими, синтактическими и прагматическими характеристиками. Один из таких объектов - карикатура как тип изображения – появилась в российской печати в далеком 1808 году.

Слово *caricatura* происходит от итальянского «*caricare*» – нагружать, преувеличивать, заводить. И это вполне соответствует актуальному определению карикатуры, которая нагружает и преувеличивает смыслы и формы уже знакомых и обыденных объектов, позволяя воспринимать их в сегменте юмора.

Громкий карикатурный скандал прогремел на весь мир в январе 2015 года, при участии литературно-художественного журнала *Charlie Hebdo*. 7 января 2015 года два террориста атаковали офис редакции в Париже, убили 12 человек и ранили 11. Поводом к нападению стала публикация изданием карикатур на пророка Мухаммеда²³.

Дело в том, что представители «*Charlie Hebdo*», на протяжении многих лет целенаправленно и сознательно разжигали религиозную, национальную и социальную рознь. Сознательно выходили из четких границ между оскорбительной непристойностью и остроумной критикой.

В том же 2015 году редакция отреагировала на катастрофу российского авиалайнера А321 над Синайским полуостровом (погибло 224 человека) серией жестоких и некорректных карикатурных изображений, которые повлекли за собой череду крупных международных конфликтов²⁴.

²³Юмор на крови. Журнал *Charlie Hebdo* посмеялся над катастрофой А321 [Электронный ресурс]. – URL:https://aif.ru/society/media/yumor_na_krovi_zhurnal_charlie_hebdo_posmeyalsya_nad_katastrofoy_a_321 (дата обращения: 16.05.2022).

²⁴ Там же.

Таким образом, карикатура современности потеряла свою изначальную цель создания – обличение и высмеивания пороков, и в большинстве своем превратилась в картинки аморального содержания.

Вместо обличения мы видим массовое насмехательство не только над пороками, но и над бедами людей, духовными и культурными ценностями. На примере «Charlie Hebdo» можно проследить, как карикатурное направление перешло к вседозволенности, позволив себе вторгаться в те области, которые не имеют права затрагивать. Карикатура 21 века - серьезное оружие СМИ, которое вполне может спровоцировать международные и военные конфликты.

К деятельности папарацци издавна сложилось неоднозначное отношение. Папарацци – чрезмерно назойливый фотожурналист, который, как правило, специализируется на бульварной журналистике и сенсационности.

В последние годы набирают популярность бесчисленное количество изданий, специализирующихся на рассказах о жизни знаменитостей. А поскольку значительная часть публики предпочитает получать информацию в облегченной форме (то есть не читать, а подглядывать в замочную скважину), то без репортеров светской скандальной хроники в современном обществе обойтись никак нельзя.

Один из фотожурналистов газеты «Жизнь» М. Сайченко поделился в интервью коротким рассказом, отображающим самую суть его деятельности: *«Существует много способов обойти охранников. В нашем рабочем реквизите имеются медицинские халаты, одежда хирургов, военное обмундирование и даже форма пожарников. Журналистское удостоверение – не самый сильный козырь и предъявляется в последнюю очередь, хотя иногда и это срабатывает. Не так давно я снял в дипломатической больнице Никиту Михалкова. Для этого мы официально представились сотрудниками издания,*

вручили букет и пожелали артисту скорейшего выздоровления. При этом я из-под полы отщелкал несколько кадров»²⁵.

Таким образом папарацци нарушил Кодекс профессиональной этики, а именно его 24 статью, запрещающую сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия.

Нередко из-за жажды наживы редакционные работники часто забывают о журналистской этике. Наглое вмешательство в частную жизнь человека и неуважение к личной жизни порой приводило к настоящим катастрофам. Одним из ужасных случаев пересечения всяких границ папарацци явилась смерть принцессы Дианы в 1997 году. В роковой день своей гибели, она отправила перед собой пустой автомобиль, чтобы избежать папарацци, но группа фотографов поняла, в какой из машин она на самом деле находится. В итоге началась погоня за её автомобилем на большой скорости. При въезде в тоннель её водитель потерял контроль над автомобилем и на скорости врезался в столб. Когда принцесса умирала, обезумевшие папарацци снимали ее, истекающую кровью, и хотели продать свои «произведения» редактору крупнейшего в США бульварного журнала.

Этот пример наглядно демонстрирует, что живущие по своим зачастую безнравственным и корыстным принципам папарацци часто забывают о собственном достоинстве и соблюдении профессиональных и нравственных принципов.

За последнее десятилетие, участилось количество компрометирующих материалов в СМИ. Компрометировать – вредить кому-либо во мнении третьих лиц или общества, подрывать чью-либо репутацию, доброе имя. Чаше компромат используют как инструмент «устранения» оппонентов, в неблагоприятных целях.

²⁵Безбородова, Г.И. Заслуживают ли папарацци одобрения? [Текст] / Г.И. Безбородова // Система ценностей совр. общ-ва. – 2009. – № 5 – С. 7-10.

Использование компрометирующей информации является важнейшим элементом политических технологий и политических коммуникаций, компонентом «*public relations*», и основой такого относительно нового явления, как «война компроматов», получившего широкое распространение в политической практике.

Ключевая роль в распространении компромата принадлежит СМИ. При публичном распространении чаще всего используются печатные издания, теле-, радио-, видеопрограммы или иные формы периодического распространения. Однако прямая фальсификация сведений однозначно преследуется законом. Поэтому в большинстве случаев для дискредитации конкурента используются неоднозначно трактуемые факты или намеки. Чаще всего такие публикации заканчиваются полномасштабными скандалами. «Политическая проституция сменила пол»²⁶ - такой недвусмысленный заголовок журналиста Г. Янса, напечатала редакция газеты «Московский Комсомолец». В статье шла речь о трех парламентариях-единороссах (Ирине Яровой, Екатерине Лаховой и Ольге Батальной).

Фактически все губернаторы, министры и депутаты представительных собраний, главы администраций и их заместители — скорее имеют антиимидж в глазах граждан области, в силу того, что сообщения в СМИ изобилуют информацией о взятках, хищениях, нецелевых расходах, незаконном приобретении собственности и недвижимости. Яркий пример: «Роскошная жизнь в нищих регионах — как губернаторствуют охранники Путина»²⁷ или же

²⁶Политическая проституция сменила пол [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mk.ru/politics/2013/03/15/826727-politicheskaya-prostitutsiya-smenila-pol.html> (дата обращения: 18.05.2022).

²⁷Роскошная жизнь в нищих регионах — как губернаторствуют охранники Путина [Электронный ресурс]. — URL: <https://pasmi.ru/archive/249150/> (дата обращения: 16.05.2022).

«Беглов пытается снизить интерес к своей семье на фоне передачи «Горской» дочке «Газпрома»²⁸.

Профессиональному журналисту необходимо понимать, где проходит грань между расследованием, грязным компроматом или «сливом»?

Прежде всего, в основе журналистского расследования должна быть бесспорная фактическая информация, добровольно данная тем, кто имеет право предоставлять ее. В противном случае такая информация этическим принципам и правовым нормам, даже при наличии вещественных доказательств (фотографий, плёнки с аудио- и видеозаписями).

В медиапространстве набирают популярность и заказные материалы.

В материале информационного портала «Лениздат» было обозначено следующее: *«На конференции Baltic Weekend в Санкт-Петербурге управляющий партнер маркетингового агентства «Социальные сети» Денис Терехов заявил о том, что в 2006 году заплатил бывшему первому заместителю русской версии журнала Forbes (ИД Axel Springer) \$15 тыс. за публикацию заказного материала»*²⁹.

Заказные публикации – вид скрытой рекламы, подготовленный в СМИ по специальному «заказу». На практике их называют «черным пиаром».

Читатели плохо воспринимают информацию, которая публикуется с отметкой «рекламная». Но когда реклама встраивается в структуру медиатекста, информация принимается аудиторией как правдивая и актуальная. В «позитивном» случае – журналист придумывает какой-то информационный повод, побудивший его обратить внимание на тот или иной

²⁸Беглов пытается снизить интерес к своей семье на фоне передачи «Горской» дочке «Газпрома» [Электронный ресурс]. – URL: <https://mirnov.ru/lenta-novostej/beglov-pytaetsja-snizit-interes-k-svoei-seme-na-fone-peredachi-gorskoi-dochke-gazproma-smi.html> (дата обращения: 17.05.2022).

²⁹Редакцию Forbes Russia обвинили в публикации заказного материала [Электронный ресурс]. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1132576/> (дата обращения: 21.05.2022).

объект. В «негативном» случае – журналист испытывает приступ гипертрофированного гнева и выискивает различные недостатки «жертвы».

По мнению профессора И. М. Дзялошинского: *«Уровень социальной ответственности журналистов прямо пропорционален сложности профессионального инструментария и современных технологий, которые они используют в своей деятельности. Поскольку чем более сложным инструментом пользуется работник, тем более скрупулезно он должен овладеть технологией его использования и тем в большей степени обязан соблюдать правила техники безопасности, чтобы не нанести урон не только себе, но и окружающим...»*³⁰.

В наши дни подобные этические вызовы представляют угрозу не только с точки зрения моральных основ и профессионализма, но и неправомерны, а перспектива решения этих проблем призрачна. Более того, критерии медиаэтики будут неэффективны до тех пор, пока потребляющая аудитория сама не осознает отрицательную сторону некачественного и безнравственного контента.

3.3. ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА ЭТИЧЕСКОГО САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Предпосылками к появлению института саморегулирования в журналистике является рост общественного протеста против неэтичной, а следовательно, противоречащей профессиональной морали деятельности журналистов. Отчуждение аудитории от прессы, судебные иски в редакции послужили мощным стимулом для саморегуляции печати.

Под саморегулированием в журналистике понимается внутрикорпоративное регулирование ее деятельности, в отличие от внешнего

³⁰Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Технологические аспекты социальной ответственности журналиста [Текст] // Медиаальманах. – 2014 – №2(61) – С.32-41.

регулирования (правового, экономического). Наиболее важными и признанными в международном масштабе механизмами саморегулирования являются профессиональные кодексы этики и независимые советы СМИ.

Различные институты саморегулирования прессы реализуют этическую регламентацию журналистской деятельности. Они занимаются разрешением конфликтов, возникающих между журналистами и аудиторией.

Первым документом, посвященным вопросам этической регламентации стал кодекс профессиональной этики, принятый Союзом журналистов России в 1989 году. В нем отразились главные профессиональные и морально-нравственные принципы редакционных работников: уважение чести и достоинства, достоверность и правдивость, ответственность. Впоследствии в целях саморегулирования прессы был создан Третейский информационный суд, который позднее был преобразован в Судебную палату по информационным спорам при Президенте РФ (СПИС). Основными направлениями работы было повышение качества работы средств массовой информации и защита свободы слова и прав журналиста. За годы своей работы СПИС вынесла 180 решений, но в 2000 г. была упразднена в ходе формирования администрации нового Президента РФ В.В. Путина.

В 1998 г. на очередном съезде Союза журналистов РФ было создано Большое жюри, куда вошли известные журналисты и издатели, а также представители общественности. Большое жюри Союза Журналистов России задумано, прежде всего, как орган корпоративной саморегуляции, рассматривающий конфликтные ситуации нравственно-этического характера. Ежегодно БЖ рассматривало от 6 до 8 конфликтов.

В 2005 г. Большое жюри было реорганизовано в связи с созданием Общественной коллегии и по жалобам на прессу.

Нами рассмотрены лишь некоторые виды регулирования СМИ. Отметим, что в западных странах с развитой демократией применяется около 30 видов различного формального и неформального медиарегулирования. К сожалению, многие формы этического регулирования в России находятся в

стадии становления или же в зародышевом состоянии. На сегодняшний день саморегулирование СМИ является необходимым инструментом профессионализации журналистики³¹.

3.4. ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЖУРНАЛИСТА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ ЭПОХИ ПОСТМОДЕРНА

По мере формирования в мире постмодерна - общества потребления, изменились взгляды на человека как личность, на искусство, общество. Стремление получить удовольствие, лишь развлекаясь, становится в эпоху постмодерна доминирующим в потреблении мультимедийной продукции. Конечно же, постмодерн привнес изменения и в профессиональную этику журналиста. По мнению исследователей для специалиста данной эпохи не существует определенных этических норм, которыми бы он руководствовался в своей деятельности. Он самостоятельно выбирает те этические нормы, которые ему ближе. А основой профессиональной этики становится свобода выбора этических регуляторов и их множественность³².

Представители СМИ сталкиваются с проблемой реализации своего профессионального долга, так как в обществе постепенно снижается статус и значение этических норм. В связи с этим журналистское сообщество теряет доверие респондентов. К сожалению, *«...новая журналистика, возводимая на пока зыбком фундаменте российского варианта свободы слова, никак не выяснит отношения с предшественницей – с журналистикой советских*

³¹Кумылганова, И.А. Перспективы саморегулирования отечественных СМИ [Текст] // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10, Журналистика, 2005. – №3 – С. 7-19.

³²Пинк, Д. Нация свободных агентов. Как новые независимые работники меняют жизнь Америки [Текст] – М. Издательский дом «Секрет фирмы», 2005. – С. 112.

времен»³³. Ведь в СССР моральные критерии журналиста не подавлялись материальными устремлениями.

Постмодерн эпоха, в которой перестают существовать высшие человеческие ценности. Возникает реальность симуляций и симулякров – копий, иллюзий давно позабытых журналистских подлинников³⁴. С информационного поля вытесняются реальные авторы, а на их смену приходят блогеры или вообще сетевые анонимы. Значимость трудовой деятельности и ее результат снижается, главным продуктом труда становится самореализация, которая в отличие от деятельности журналиста, не предусматривает четких норм и правил поведения.

Известный исследователь массовых коммуникаций С.С. Расопова утверждает, что: *«...усиление взаимосвязей СМИ и общества, построение системы профессионального саморегулирования, дополненной системой общественного сорегулирования, развитие медиаграмотности россиян, являются основными условиями восстановления авторитета российских массмедиа...»*.

Перспектива профессионального поведения журналиста в эпоху постмодерна воспринимается как серьезная проблема, требующая незамедлительных решений, как журналистов, так и массовой аудитории.

³³Расопова, С.С. Этический аспект медиа в эпоху постмодерна [Текст] // Знак: проблемное поле медиаобразования – 2019. – №2(32). С. 119–124.

³⁴Там же.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные СМИ испытывают огромное давление со стороны развивающихся информационных технологий, которые открыли новую эру в журналистике и новый этап в осмыслении профессиональных этических норм³⁵.

Можно с уверенностью сказать, что мы живем в эпоху массового «обнищания» морально-нравственных и культурных ценностей. Журналистика – это маркер стабильности в обществе и государстве. Основной задачей СМИ является поиск истины, причем журналистика выступает распространителем этой истины, выполняющим идеологическую и просветительскую функцию.

В современном мире профессиональное сообщество сталкивается с множеством этических проблем. К сожалению, постепенно стирается грань между свободой и вседозволенностью, ложью и недосказанностью, добром и злом.

Журналистика как профессия получает достаточно скромный статус в обществе, выступая как отдел пропаганды для платежеспособного заказчика.

В теоретической части курсовой работы систематизированы теоретические представления о взаимосвязи массовой информации и массовой культуры. Выявлено смысловое наполнение понятия «императив» в СМИ. Рассмотрены теоретические подходы, к определению журналистской деонтологии, используемые в научной среде, уделено внимание историческому развитию данной науки на территории России. Проведен сравнительный анализ присутствия цензурных ограничений в истории журналистики.

³⁵Дзялошинский, И.М. Профессиональная этика журналиста [Текст] Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2017. – С. 412.

В практической части исследована аксиологическая составляющая профессиональной медиатеятельности, выявлены факторы, влияющие на нравственность и психическое здоровье потребителей медиаконтента. В работе нашли отражение этические вызовы для меняющегося медиаландшафта, с привлечением примеров публикаций СМИ.

Проведена оценка потенциала этического саморегулирования журналистики на современном этапе. На основании проведенной работы с научными трудами российских и зарубежных учёных, выявлены перспективы профессионального поведения журналиста в информационном обществе.

Подводя итоги, заметим, что молодое поколение журналистов стоит перед сложным профессиональным и морально-этическим выбором. По утверждению В. И. Бакштановского *«...во всех ситуациях выбора содержится явно или скрыто нравственный аспект. Профессия. Спутник жизни. Жизненная позиция. Конкретное решение. За каждым из этих актов, этапов, моментов жизнедеятельности человека стоит моральная проблема - необходимость принятия морального решения, предпочтения определенной системы нравственных ценностей, выбора в альтернативе добра и зла, вывода своего поведения на позиции долга и ответственности»*³⁶.

Ведь главная задача журналиста *«...в том, чтобы докопаться до фактов, лежащих глубоко под поверхность, чтобы помочь читателям разобраться в понимании того, что происходит в нашем все более сложном мире...»*³⁷. Именно с таким девизом, современная журналистика будет иметь перспективы для осуществления успешной профессиональной деятельности и укрепит свои рубежи на информационном поле.

³⁶Бакштановский, В.И. Моральный выбор журналиста [Текст] / В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов; Авт. некоммерческой организации Центр приклад. Этики: XXI. – Тюмень, 2002. – С. 144.

³⁷Цитаты и афоризмы [Электронный ресурс]. - URL: <https://kgu-journalist.ucoz.ru/index/0-7> (дата обращения: 15.05.2022).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авраамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста [Текст]: учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Д.С. Авраамов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 272 с.
2. Баева, Е. О. Цензура и ее влияние на культуру общества [Текст] / Е. О.Баева, Д. И. Ишханова // Уникальные исследования XXI века. – 2015. – № 11 (11) – С. 3-4.
3. Бакштановский, В.И. Моральный выбор журналиста [Текст] / В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов; Авт. некоммерческой организации Центр приклад. Этики: XXI. – Тюмень, 2002. – 442 с.
4. Беглов пытается снизить интерес к своей семье на фоне передачи «Горской» дочке «Газпрома» [Электронный ресурс]. – URL: <https://mirnov.ru/lenta-novostej/beglov-pytaetsja-snizit-interes-k-svoei-seme-na-fone-peredachi-gorskoi-dochke-gazproma-smi.html> (дата обращения: 17.05.2022).
5. Безбородова, Г.И. Заслуживают ли папарацци одобрения? [Текст] / Г.И. Безбородова // Система ценностей совр. общ-ва. – 2009. – № 5 – С. 7-10.
6. Вартанова, Е.Л. Ткачева, Н.В. К вопросу о концепции социальной ответственности СМИ в контексте информационной безопасности [Текст] // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10, Журналистика – 2008. – №5 – С. 7-18.
7. Грабельников, А.А. Работа журналиста в прессе [Текст]: учеб. пособие / А.А. Грабельников. М., РИП-холдинг, 2007. – 274 с.
8. Дзялошинский, И.М. Профессиональная этика журналиста [Текст] Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2017. – 412 с.
9. Дзялошинский, И.М., Дзялошинская, М.И. Технологические аспекты социальной ответственности журналиста [Текст] // Медиальманах. – 2014 – №2(61) – С.32-41

10. Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа [Текст] / Дэннис Э., Мэррилл Д. М., 1997. – 383 с.
11. Игнатьева, О.В. Профессиональная медиаэтика [Текст]: учеб. пособие / О.В. Игнатьева. – Ульяновск: УлГУ, 2018. – 76 с.
12. Ким, М.Н. Технология создания журналистского произведения [Текст]: учеб. пособие / М.Н.Ким - Спб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 319 с.
13. Киричёк, П.Н. Этика журналиста [Текст] / П.Н. Киричёк, О.В. Федотова. – Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 2004. – 137 с.
14. Корконосенко, С. Г. Деонтология журналистики как область морального выбора профессионала [Текст] / Корконосенко С.Г. // Журнал СибГУ. Гуманизм и Социальные науки, 2012. – Вып. 12 – С. 1723-1732
15. Кумылганова, И.А. Перспективы саморегулирования отечественных СМИ [Текст] // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10, Журналистика, 2005. – №3 – С. 7-19.
16. Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» [Текст] / Г.В. Лазутина. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 237 с.
17. Левченко, И.Е. Цензура как социокультурный феномен [Текст] /Социологические исследования. 1996. – №8. - С. 87-90.
18. Ломоносов, М.В. Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы и философии [Текст] / Полное собрание сочинений. Т. 3. — М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1952. – 997 с.
19. Новая философская энциклопедия: [Текст] в 4 тт. М.: Мысль // Под редакцией В. С. Стёпина, 2001. – 2659 с.
20. Овсепян, Р.П. История новейшей журналистики [Текст] – М., Изд-во Моск.ун-та, 2005. – 352 с.

21. Пинк, Д. Нация свободных агентов. Как новые независимые работники меняют жизнь Америки [Текст] – М., Издательский дом «Секрет фирмы», 2005. – 336 с.

22. Политическая проституция сменила пол [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.mk.ru/politics/2013/03/15/826727-politicheskaya-prostitutsiya-smenila-pol.html> (дата обращения: 18.05.2022).

23. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учеб. для студентов вузов / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект-Пресс, 2009. – 351 с.

24. Прохоров, Е.П. Журналистика и демократия [Текст]: учеб. пособие / Е. П. Прохоров. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2004. – 350 с.

25. Распопова, С.С. Этический аспект медиа в эпоху постмодерна [Текст] // Знак: проблемное поле медиаобразования – 2019. – №2(32) - С. 119–124

26. Редакцию Forbes Russia обвинили в публикации заказного материала [Электронный ресурс]. – URL: <https://lenizdat.ru/articles/1132576/> (дата обращения: 21.05.2022).

27. Роскошная жизнь в нищих регионах – как губернаторствуют охранники Путина [Электронный ресурс]. – URL: <https://pasmi.ru/archive/249150/> (дата обращения: 16.05.2022).

28. Современная журналистика в аспекте деонтологии [Текст]– М.: Ф-т журн. МГУ, 2017. – 126 с.

29. Сулакшин, С.С. Государственная политика защиты нравственности и СМИ. Рабочая книга для законодателя [Текст] / С.С. Сулакшин, Е.С. Сазонова, А.И. Хвыля-Олинтер. – М.: Наука и политика, 2014. – 360 с.

30. Цитаты и афоризмы [Электронный ресурс]. – URL: <https://kgu-journalist.ucoz.ru/index/0-7> (дата обращения: 15.05.2022)

31. Юмор на крови. Журнал Charlie Hebdo посмеялся над катастрофой А321 [Электронный ресурс]. – URL: https://aif.ru/society/media/yumor_na_krovi_zhurnal_charlie_hebdo_posmeyalsya_nad_katastrofoy_a_321 (дата обращения: 16.05.2022).