

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации  
Забайкальский государственный университет

**И. В. Ерофеева**  
**О. В. Сафронова**  
**Ц. Ц. Мясникова**

**Деонтология журналистики:  
этика, аксиология, право**

*Учебное пособие*

Чита  
ЗабГУ

УДК 070(075)  
ББК 76.00я7  
ББК Ч600я7  
Е 780

Рекомендовано к изданию учебно-методическим советом  
Забайкальского государственного университета

### **Рецензенты**

*А. Н. Гришанина*, канд. филол. наук, доцент,  
Институт «Высшая школа журналистики  
и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского  
государственного университета, г. Санкт-Петербург

*Ю. В. Чемякин*, канд. полит. наук, доцент кафедры  
социокультурного развития территории, Екатеринбургская  
академия современного искусства, г. Екатеринбург

### **Ерофеева, Ирина Викторовна**

Е 780

Деонтология журналистики: этика, аксиология,  
право : учебное пособие / И. В. Ерофеева, О. В. Сафро-  
нова, Ц. Ц. Мясникова ; [отв. ред. И. В. Ерофеева] ;  
Забайкальский государственный университет.

ISBN 978-5-9293-2948-7

В учебном пособии представлен материал по актуальным про-  
блемам деонтологии журналистики: принципы и нормы журналист-  
ской деонтологии и этики; вопросы аксиологии журналистики в де-  
ятельности СМИ; этико-правовые отношения в журналистике.

Издание ориентировано на профессиональную подготовку по  
направлениям бакалавриат 42.03.02 *Журналистика*, магистратура  
42.04.02 *Журналистика в рамках профильных дисциплин*, посвящён-  
ных этике, аксиологии и праву. Предназначено для студентов высших  
учебных заведений, учащихся средних и профессиональных обще-  
образовательных учреждений, занимающихся созданием материалов  
для СМИ.

**УДК 070(075)**  
**ББК 76.00я7**  
**ББК Ч600я7**

## Оглавление

Введение .....	5
Глава 1. Деонтология в журналистской деятельности .....	8
1.1. Деонтология как наука: понятие, становление и развитие .....	8
1.2. Категории, принципы и нормы журналистской деонтологии .....	17
1.3. Функциональное поле и актуальные проблемы журналистской деонтологии .....	28
Глава 2. Этические аспекты журналистской деонтологии .....	37
2.1. Основные этические понятия и категории .....	37
2.2. Профессионально-этические отношения в журналистике .....	47
2.3. Этические проблемы в практике региональных СМИ .....	64
Глава 3. Аксиологический подход к журналистской этике .....	73
3.1. Аксиология журналистики как наука .....	73
3.2. Аксиология журналистики в парадигме лингвокультурологии .....	85
3.3. Аксиология в стратегии работы региональных СМИ .....	99
Глава 4. Право и деонтология: границы взаимодействия в журналистике .....	111
4.1. Взаимосвязь правовых и деонтологических долженствований .....	111
4.2. Деонтологические принципы журналистики: что первично? .....	123
4.3. Права и обязанности журналиста с точки зрения права и деонтологии .....	135
Заключение .....	149
Библиографический список .....	151



## ВВЕДЕНИЕ

В современном информационном обществе меняется статус информации, резко расширяются негативные возможности её воздействия. В таких условиях повышается ответственность журналистов, как лиц, профессионально занимающихся удовлетворением общественного запроса на информацию. Чем выше духовно-нравственная культура и правовая грамотность работника редакции, чем осознанней он принимает и исполняет нормы должного поведения, тем будет выше уровень доверия, как к самой профессии, так и к конкретному журналисту или СМИ.

Пособие «Деонтология журналистики: этика, аксиология, право» предназначено для учебно-методического обеспечения ряда лекционно-практических курсов: деонтология журналистики, профессиональная этика журналиста, правовые основы журналистики, аксиология медиатекста, массово-информационное право, журналистское мастерство, международное гуманитарное право в сфере массмедиа, психологическая культура журналиста и др.

*Цель учебного пособия* – раскрыть сущность деонтологии как свода этических, аксиологических, правовых норм, регулирующих профессиональное поведение журналиста, формирующих его профессиональное сознание и отношение к своим обязанностям, а также понимание долга, совести и социальной ответственности. Задача издания – сформировать базовые представления студентов о нормах поведения, механизмах

этико-правовой и аксиологической саморегуляции, этических и деонтологических принципах, принятых в профессиональном журналистском сообществе, учитывая их исторических контекст и современное состояние.

Структура и содержание учебного пособия соответствует рабочим программам профильных дисциплин по этике, аксиологии и праву в журналистике в рамках профессиональной подготовки студентов по направлению «Журналистика» (бакалавриат, магистратура, аспирантура). Материал учебного пособия нацелен на *формирование компетенций* полиаспектного характера, ориентированных на эффективную коммуникацию, продукт профессиональной деятельности, межкультурное взаимодействие, технологии и эффекты медиатекста:

- способности учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста;

- способности учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

- способности понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать её базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;

- способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

- способности оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

Первая глава издания посвящена проблеме деонтологии журналистики, её истории, принципам и нормам. Во второй главе рассмотрены основные этические понятия и категории журналистской деонтологии, а также специфика профессионально-этических отношений в журналистике, в том числе в практике работы региональных СМИ.

Характеристика аксиологии журналистики как части деонтологии даётся в третьей главе. Также представлена история вопроса, разные взгляды учёных на аксиологию массмедиа, более подробно рассмотрен лингвокультурологический аспект аксиологии журналистики. На основе результатов проведённого социологического опроса даётся анализ аксиологических приоритетов в работе региональных СМИ.

Грани неизменного взаимодействия права и деонтологии – тема четвёртой главы учебного пособия. Невозможно определить, в какой именно момент следует руководствоваться исключительно правовыми регуляторами, а в какой – должными, соответствующими конкретным обстоятельствам, менталитету, традициям и обычаям. Нормы должного поведения – постоянны, так же как и требования соблюдать закон. Заключительная глава отвечает на вопросы: каким образом должное поведение отражается в праве; возможно ли внедрение деонтологических норм и правил в правовые; как эти два немаловажных аспекта в работе любого журналиста соотносятся на практике. В четвёртой главе дана характеристика деонтологическим вопросам, отобразённым в законодательстве, который регулирует деятельность средств массовой информации и журналиста в частности.

## ГЛАВА 1

### Деонтология в журналистской деятельности

#### 1.1. Деонтология как наука: понятие, становление и развитие

Сознание долга, привязывающее человека к его обязательствам, есть не что иное, как сознание высшего интереса, который одерживает в нем верх над интересом низшего порядка.

*И. Бентам*

Понятие «деонтология» в различных словарях имеет следующие толкования: в «Словаре иностранных слов» под редакцией Н. Г. Комлева деонтология (греч. *deontos* – «должное», *logos* – «учение»), во-первых, трактуется как учение о долге, составляющее раздел этики, а во-вторых, как совокупность этических норм и принципов поведения медицинского работника при выполнении своих профессиональных обязанностей<sup>1</sup>. «Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка» под редакцией А. Н. Чудинова предлагает такую трактовку понятия: «деонтология (греч. *deontos* – “необходимое”, *logos* – “слово”) – учение о правах и обязанностях, учение о нравственности»<sup>2</sup>. В «Философском словаре» под редакцией И. Т. Фролова даётся такое определение: «деонто-

<sup>1</sup> Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов: [Более 4500 слов и выражений]. – М.: ЭКСМО, 2006. – 669 с.

<sup>2</sup> Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: материалы для лексической разработки заимствованных слов в рус. лит. речи / сост. А. Н. Чудинов; науч. ред., сост. П. П. Апрышко, А. П. Поляков, Ю. Н. Солодухин. – 8-е изд. дораб. и доп. – СПб.: В. И. Губинский, 1910. – 676 с.



гия – это раздел этической теории, в котором рассматриваются проблемы долга, моральных требований и нормативов и вообще должностования как специфической для нравственности формы проявления социальной необходимости»<sup>3</sup>. В «Словаре по этике» под редакцией А. А. Гусейнова и И. С. Кона деонтология понимается как раздел этики, в котором рассматриваются проблемы долга и вообще должного (всего того, что выражает требования нравственности в форме предписаний)<sup>4</sup>.

Характерно, что практически во всех трактовках встречаются такие слова, как «долг», «нравственность», «ответственность», «обязанности», «нормы», «принципы». Проблемы долга и должного поведения ещё в глубокой древности становились объектами внимания многих философов. Так, в Древней Греции их рассматривали Аристотель, Сократ, Цицерон, Сенека и др. Преимущественно они обращались к таким ситуациям, когда от исполнения личностью своего долга зависит благополучие других людей и всего общества в целом. Цицерон говорил: *«Поступай так, как велит тебе долг человека»*, Демокрит учил: *«Не из страха, но из чувства долга должно воздерживаться от дурных поступков»*<sup>5</sup>.

Теоретическое понятие долга сформировалось позднее в философии стоицизма<sup>6</sup>. Основоположником этики долга в Новое время считается известный немецкий философ Иммануил Кант. Он писал: *«Долг! Ты возвышенное, великое слово, в тебе нет ничего приятного, что льстило бы людям, перед тобой замолкают все склонности, хотя бы они тебе втайне и противодействовали, – где же твой достойный тебя источник и где корни твоего благородного происхождения... Это может быть только то, что возвышает человека над самим собой»*<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> Философский словарь / под ред. И. Т. Фролов. – М.: Республика, 2009. – 845 с.

<sup>4</sup> Словарь по этике / под ред. А. А. Гусейнова, И. С. Кона. – 6-е изд. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.

<sup>5</sup> Цит. по: Кертаева Г. М. Основы педагогической деонтологии. – Астана: Фолиант, 2016. – С. 228.

<sup>6</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

<sup>7</sup> Цит. по: Кертаева Г. М. Основы педагогической деонтологии. – Астана: Фолиант, 2016. – С. 228.

Сам термин «деонтология» впервые ввёл в научный оборот английский философ, юрист, правовед, социолог, один из основателей Лондонского университета Иеремия Бентам (1748–1832). В научных кругах он известен как родоначальник одного из направлений в английской философии – утилитаризма (*utilitas* – «полезный»). Бентам утверждал, что каждое действие человека должно оцениваться с позиции той пользы, которую оно приносит другим людям. Всю силу своего ума Иеремия Бентам посвятил одной идее, озарявшей его жизнь. Идея состояла в посильном служении человечеству во имя его «пользы» и «счастья»<sup>8</sup>. Об этом он рассуждал и в своём научном труде «Deontology or The Science of Morality» («Деонтология или наука о морали»), в котором была представлена теория нравственности, основывающаяся на принципах пользы и «наибольшего счастья для наибольшего числа индивидуумов», на частных интересах человека. И. Бентам, в широком смысле слова, понимал под деонтологией тот вид искусства и науки, который направлен на совершение во всех случаях правильных действий и того, что должно быть сделано<sup>9</sup>. Оставаясь до последних дней жизни верным своей теории, Иеремия Бентам оставил завещание, в котором просил передать своё тело для проведения анатомических опытов, чтобы и после смерти приносить пользу обществу.

Концепции И. Бентама приобрели широкую популярность среди государственных деятелей, учёных и просветителей не только в Великобритании, но и во Франции, США, а затем и в других странах. Исследователь Н. В. Долгова отмечает, что деонтология как специфическое этическое регулирование получила широкое распространение в трудовых сферах, которые более всего были связаны с людьми, – медицине, юридической деятельности, педагогике, вооружённых силах, бизнесе, менеджменте. В некоторых странах, например, правоохранительные органы имеют деонтологические кодексы («Кодекс

---

<sup>8</sup> Левенсон П. Я. Иеремия Бентам. Его жизнь и общественная деятельность. – М.: ТомСуvenir, 2013. – 191 с.

<sup>9</sup> Рыскельдиева Л. Т. Деонтология в истории философии. – Симферополь: Таврия, 2004. – 384 с.

деонтологии национальной полиции Франции», «Положение об этических принципах полицейской службы Великобритании» и др.). Достаточно развита в настоящее время врачебная деонтология, которая часто выступает синонимом понятия «медицинская этика»<sup>10</sup>.

О деонтологии в СССР впервые заговорили в середине XX в., когда в 1946 г. советский врач Николай Петров написал книгу о хирургической этике. Поскольку со времен революции 1917 г. этика, как наука и «наследие царского режима», была запрещена правительством, Н. Петров заменил в своей рукописи слово «этика» на никому тогда ещё неизвестный термин «деонтология». Цензор не обнаружил подмену, и таким образом в нашей стране появилось понятие, которое теперь используется не только в медицине, но и во многих других науках, рассматривающих различные аспекты функционирования системы «человек-человек». Итак, сегодня выделяют следующие научные сферы:

- медицинская деонтология (наука о принципах поведения, профессиональных приёмах общения врача с пациентом);
- педагогическая деонтология (наука о поведении педагога в соответствии с профессиональным долгом);
- юридическая деонтология (отрасль юридической науки, представляющей собой обобщённую систему знаний о кодексе профессионального поведения юриста);
- социальная деонтология (наука, изучающая профессионально-этические нормы и принципы поведения и деятельности социального работника);
- психологическая деонтология (наука, изучающая этические аспекты взаимодействия и психологические личностные механизмы, обеспечивающие моральную надёжность специалистов помогающих профессий)<sup>11</sup>.

Важно отметить, что медицина, социальная работа, педагогика, психология, журналистика – это социально ориен-

---

<sup>10</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – 95 с.

<sup>11</sup> Кертаева Г. М. Основы педагогической деонтологии. – Астана: Фолиант, 2016. – 232 с.

тированные профессии, которые имеют между собой много общего. В первую очередь, это взаимодействие и общение с другими людьми, воспитание, информирование. Поэтому для сотрудников, работающих в данных отраслях, особенно важны такие профессиональные составляющие, как компетентность, ответственность, знание основных положений нормативно-правовых документов, регламентирующих их поведение как специалистов, а также умение принимать грамотные решения и брать на себя ответственность за их принятие. Кандидат филологических наук В. Т. Абишева сформулировала понятие «деонтологическая готовность», которое можно рассматривать как состояние сознания специалиста, которое сформировалось на основе совокупности знаний, умений, навыков в соответствии с требованиями профессионального долга, благодаря чему возможны конкретные поступки, необходимые в конкретных условиях<sup>12</sup>.

История деонтологии в России насчитывает не более 70 лет и является относительно молодой наукой. Этим объясняется малое количество отечественных комплексных исследований, научных работ, учебных пособий в данной сфере. Как справедливо замечает Г. В. Лазутина, в нашей стране деонтология переживает всего лишь период становления<sup>13</sup>. Но если проблемы деонтологии в какой-то мере уже осмыслены медицинскими, педагогическими, юридическими сообществами, то в журналистской среде их осмысление находится лишь на начальном этапе. В последние годы учёные и журналисты-практики активно обсуждают профессиональные вопросы, по крупицам собирая и систематизируя знания об обязанностях и должном поведении работников СМИ.

Результаты масштабного анкетирования, проведённого в 2021 г. среди журналистов Забайкальского края в возрасте от 18 до 75 лет, представляющих все СМИ региона (газеты, журналы, радио, телевидение и интернет) показали, что 17 % опрошенных вообще не знакомы с таким понятием, как «де-

<sup>12</sup> Абишева В. Т. Роль деонтологии в процессе формирования информационного общества // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 3. – С. 279.

<sup>13</sup> Лазутина Г. В. Деонтология журналистики как сфера научного знания // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 8. – С. 203.

онтология журналистики», 26 % региональных журналистов ответили, что термин им известен, и 57 % опрошенных ответили, что понятие «деонтология журналистики» им знакомо, но в профессиональной деятельности чаще используется понятие «журналистская этика».

Вопрос о необходимости разработки деонтологии в журналистике одним из первых поднимал российский учёный, профессор факультета журналистики МГУ Е. П. Прохоров: «Если предположить, что здоровье человека: и духовное, и даже физическое – может зависеть от публикации в СМИ, то, безусловно, важны исследования в области журналистской деонтологии. Хотя, на первый взгляд, деонтология рассматривается как часть этики, принципиально важно, что деонтологические нормы связываются с главным – выполнением долга перед читателями и обществом. На наш взгляд, пока недостаточно научных исследований в этом плане о молодой науке журналистики»<sup>14</sup>.

В своих научных трудах Е. П. Прохоров подчёркивал, что само вступление в журналистский корпус предполагает, что журналист принимает на себя огромный круг различных обязанностей. Основным при этом является осознание журналистом своего долга перед обществом за максимально эффективное участие в информационном «обслуживании» аудитории. И даже такие, казалось бы, «мелочи», как манера одеваться, говорить, общаться с окружающими – требуют деонтологического анализа и самооценки, поскольку они отражаются на характере и мере выполнения профессионального журналистского долга. По определению учёного, «деонтология – это система представлений, характеризующая профессиональный долг журналиста (как в других областях – медика, юриста, бизнесмена, служащего правопорядка и т. д., – где профессиональная деятельность связана с широким общением с людьми) по всему спектру его свойств, проявляющихся в творческой деятельности»<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Прохоров Е. П. Журналистская деонтология: итоги, проблемы, перспективы // Вестник Московского университета. – 1997. – № 1. – С. 28.

<sup>15</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 280.

Позднее свои представления о деонтологии журналистики сформулировал ещё один известный российский медиаисследователь, профессор Санкт-Петербургского государственного университета С. Г. Корконосенко. Он утверждает, что деонтологические основания служат одной из главных опор теории журналистики и практической редакционной деятельности. Учёный считает очевидной важность изучения деонтологии журналистики как самостоятельного предмета: «Она способна дать исследователям ключ к ответам на коренные вопросы, которые либо с трудом поддаются решению в других координатах, либо совсем не имеют решения»<sup>16</sup>.

С. Г. Корконосенко в своих исследованиях подчёркивает, что место и роль деонтологии в науке о журналистике недостаточно чётко определены: деонтологию относят то к этике, то к праву, то к некоей промежуточной между ними зоне. «Деонтология – это концептуальная реконструкция журналистики, выстроенная на тех или иных теоретических принципах, но это и неотъемлемая черта профессионального сознания, воспринявшего теоретически обоснованные принципы, и соответствующего им поведения. С учётом приведённых положений проводится разграничительная линия между этикой и деонтологией: деонтология является областью принципов, на которых строится «здание» этических норм и правил»<sup>17</sup>. Что же касается понятия «должное», то С. Г. Корконосенко считает нужным ввести «измеритель» и «выразитель» должного, который позволял бы размышлять на уровне мировоззренческих устоев профессиональной журналистики. Полнее всего этой задаче отвечает категория принципа.

Большой вклад в изучение деонтологии журналистики внесла ещё одна известная отечественная медиаисследовательница Г. В. Лазутина. В своих работах она выявляет специфику деонтологии журналистики как одной из социальных систем, изучает отношения долженствования в журналисти-

---

<sup>16</sup> Корконосенко С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение. – М.: Логос, 2010. – С. 115.

<sup>17</sup> Korkonosenko S. G. Deontology of journalism as a field of moral choice for a professional // Journal of Siberian federal university. Humanities and social sciences. – 2012. – № 12. – P. 1727.

ке и предлагает своё определение понятию: «Деонтология журналистики – это раздел науки о журналистике, который изучает зоны отношений долженствования, формирующие совокупность закономерностей, действующих как должное журналистики и тем определяющих её специфику»<sup>18</sup>.

Необходимо выделить исследование В. И. Фотиевой «Деонтология журналистики», в котором автор рассматривает основные категории, базовые принципы и нормы журналистской деонтологии, делая акцент на формах саморегулирования журналистского сообщества как в России, так и в других странах. В. И. Фотиева отмечает: «Традиционно деонтология рассматривается как раздел или же направление этики, исследующее природу и происхождение долга»<sup>19</sup>.

Исследователь В. Т. Абишева предлагает рассматривать структуру журналистской деонтологии как синтез трёх равнозначных аспектов:

1. Правовой аспект связан со знанием норм действующего законодательства в сфере средств массовой коммуникации России и ответственности журналиста за их соблюдение.

2. Этический аспект проявляется в контактах журналистов, в их взаимодействии с разными группами лиц при подготовке к творческому процессу, при сборе и обработке фактического материала.

3. Вербальный аспект, в первую очередь, связан с культурой и грамотностью речи, а также с творческой стадией процесса – литературным оформлением текста, используемыми понятиями и образами, лексическими, стилистическими средствами.

«Право, этика, культура речи не просто сосуществуют в массово-информационной сфере, – рассуждает В. Т. Абишева, – они активно взаимодействуют друг с другом. Причём, речь журналиста – это своеобразная характеристика его профессиональной пригодности, отражение не только уровня его

---

<sup>18</sup> Лазутина Г. В. Деонтология журналистики как сфера научного знания // Социально-гуманитарные знания. – 2019. – № 8. – С. 210.

<sup>19</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

личной культуры, но и уровня культуры того СМИ, в котором он работает. В результате складывается объёмная система норм и принципов, позволяющих журналисту регулировать свою деятельность для наилучшего исполнения профессионального долга, согласования практики СМИ с интересами общества и граждан»<sup>20</sup>.

Необходимо отметить, что понятие «деонтология» в последние годы приобретает в научных кругах всё большую популярность. Теоретики и практики журналистики активно обсуждают вопросы профессионального долга, подчёркивая чрезвычайную актуальность формирования в современном мире профессиональной культуры журналиста, воспитания чувства долга и ответственности профессионала перед обществом за результат своего труда.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Что обозначает термин «деонтология»?
2. Кто впервые ввёл в научный оборот термин «деонтология»? Назовите учёных, которые разрабатывали деонтологические концепции.
3. Какие отрасли деонтологии вам известны?
4. Проведите сравнительный анализ деонтологических норм и профессиональной морали различных профессий (медицины, педагогики, юриспруденции, психологии, социологии, журналистики и др.).
5. Создайте презентацию на тему «Миссия журналистики». В чём заключается высшее предназначение журналистики?
6. Сделайте обзор российских научно-исследовательских мероприятий (конференций, симпозиумов, семинаров), темой которых является деонтология журналистики в России. В рамках обзора приведите следующие сведения:
  - а) количество мероприятий за последние три года;
  - б) организаторы (университеты, научно-исследовательские организации, общественные организации и др.);

---

<sup>20</sup> Абишева В. Т. Роль деонтологии в процессе формирования информационного общества // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – № 3. – С. 281.



- в) обсуждаемые проблемы;
- г) география участников;
- д) резолюция мероприятий.

7. Напишите эссе-рассуждение, взяв за основу высказывание Н. В. Шелгунова: «Долг основан на чувстве справедливости».

8. Подготовьте аннотации 2–3 научных статей, посвящённых вопросам деонтологии журналистики.

9. Найдите размышления или высказывания известных философов о чувстве долга, об ответственности, о должном поведении человека. На их основании поразмышляйте, чему бы могли научить современных журналистов выдающиеся мыслители?

10. Разработайте интервью под названием «В чём заключается долг журналиста?» для следующих групп:

- а) студенты;
- б) выпускники отделения журналистики;
- в) сотрудники региональных СМИ.

## **1.2. Категории, принципы и нормы журналистской деонтологии**

Наше уважение к общим правилам нравственности  
и есть, собственно, чувство долга.

*А. Смит*

Систему профессионально-этических регуляторов поведения в совокупности образуют несколько разноуровневых групп. В соответствии с традициями отечественной этики эти группы представлений могут быть обозначены как *категории*, *принципы* и *нормы*. В первую очередь, рассмотрим категории журналистской деонтологии. Как отмечает Г. В. Лазутина, это наиболее фундаментальные положения, направленные на формирование моральных устоев деятельности, образующих основу профессиональной журналистской позиции<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 201.

Исследователи выделяют ключевые *категории* деонтологии – *долг* и *должное*. Слово «долг» в повседневном употреблении всегда указывает на определённую зависимость: «должен» кто-то кому-то, «долг» кого-то перед кем-то. С другой стороны, умение исполнять свой долг, чувство долга, осознание своего долга – это важные качества человека, развитого морально и нравственно.

Нужно разграничивать понятия «долг» и «должное» и учитывать их различия. Так, Г. В. Лазутина называет долг категорией, в создании которой доминирует человеческий фактор. Это обозначение внутренних побуждений, которые возникают в человеке в ответ на отношения с окружающим миром и со своей профессиональной средой, на основе личных моральных установок. Должное – это категория иного порядка. Она обозначает объективные законы мироздания, которые для человека и общества выступают как объект познания, открывая возможность следовать им и, тем самым, регламентировать произвольное человеческое вмешательство в процесс развития жизни<sup>22</sup>. В понимании С. Г. Корконосенко, «Должное – это необходимость, познанная и воспринятая людьми, включённая ими в свои личные мировоззренческие установки и в собственную стратегию поведения. Такая постановка вопроса побуждает ввести в анализ соответствующий «измеритель» и «выразитель» должного, который позволял бы размышлять на уровне мировоззренческих устоев профессиональной журналистики»<sup>23</sup>.

Деонтологию часто называют этикой долга или долженствования, отмечает Н. В. Долгова. Под долженствованием исследователь понимает обусловленную объективными факторами необходимость поступать определённым образом. «В деонтологии идёт речь о долженствовании, которое, оставшись нереализованным, может каким-либо образом воспре-

---

<sup>22</sup> Современная журналистика в аспекте деонтологии / сост. и науч. ред. Г. В. Лазутина, И. А. Панкеев. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2017. – С. 10.

<sup>23</sup> Korokonosenko S. G. Deontology of journalism as a field of moral choice for a professional // Journal of Siberian federal university. Humanities and social sciences. – 2012. – № 12. – С. 1725.

пятствовать исполнению профессиональных функций. Деонтология, таким образом, предполагает, что деятельность приоритетнее последствий»<sup>24</sup>.

Доктор филологических наук Д. С. Авраамов отмечает, что долг – это основное понятие в профессиональной морали. Оно регулирует ответственность журналиста перед обществом, а точнее – перед читателем, зрителем, слушателем, ради удовлетворения потребностей которых в правдивой социальной информации и работает журналист<sup>25</sup>. По определению В. И. Фотиевой, долг – это нравственно аргументированное принуждение к поступкам. «Понятие именно нравственной аргументированности здесь принципиально важно, – пишет исследователь, – ведь поступок может совершаться не по моральным, а по другим соображениям (приказ, выгода, субъективная склонность и т. д.). Выполнение долга подразумевает самопринуждение и сознательный выбор между различными и часто противоречивыми вариантами отношений и поступков»<sup>26</sup>. Исследователь отмечает, что долг требует не подавления самой личности, а преодоления её слабостей и несовершенства. Именно по этой причине выполнение долга приносит каждому человеку, достаточно развитому в нравственном отношении, чувство морального удовлетворения.

Содержание профессионального долга достаточно подробно представлено в «Международных принципах журналистской этики», которые были приняты в 1983 г. на IV Консультативной встрече международных и региональных журналистских организаций в Париже и Праге. В этом документе прописано: «Первейшая задача журналиста – гарантировать людям получение правдивой и достоверной информации посредством честного отражения объективной реальности». Выполнение профессионального долга, согласно документу, предполагает выполнение и некоторых важнейших обязанностей:

---

<sup>24</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – С. 18.

<sup>25</sup> Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 39.

<sup>26</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

1) заботиться о том, чтобы общественность получила достаточно материала, позволяющего ей сформировать точное и связанное представление о мире;

2) способствовать общедоступности в работе средств массовой информации;

3) выступать за всеобщие ценности гуманизма, прежде всего за мир, демократию, социальный прогресс, права человека и национальное освобождение;

4) способствовать процессу демократизации международных отношений в области информации и коммуникации, в особенности охранять и укреплять мир и дружеские отношения между народами и государствами<sup>27</sup>.

С категорией долга тесно связана такая категория, как *ответственность* – способность соотносить профессиональное поведение, поступки, результаты деятельности с необходимостью. Можно сказать, что ответственность является проявлением профессионального долга и, в то же время, стимулирует качественно выполнять профессиональный долг. Исследовательница Г. В. Лазутина по этому поводу пишет: «Фактически профессиональная ответственность и есть осознание нравственных обязательств журналистского содружества перед обществом гарантировать высокое качество исполнения своего профессионального долга»<sup>28</sup>.

На наш взгляд, важными являются размышления Е. П. Прохорова об ответственности: «Ответственное выполнение профессионального долга требует компетентности. Недостаток знаний затрудняет исследование сложного вопроса, ставит журналиста перед выбором: либо честно признаться в невозможности решить задачу и отказаться от работы над данным вопросом, либо, взявшись за тему, активно пополнять недостающие знания, консультироваться с коллегами и специалистами. Сокрывание неподготовленности безответственно»<sup>29</sup>.

---

<sup>27</sup> Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 203.

<sup>28</sup> Там же. – С. 207.

<sup>29</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 286.

Ответственность включает в себя правовой, этический, корпоративный, вербальный, поведенческий и другие аспекты. В журналистике правовой аспект ответственности, например, представлен нормами таких Федеральных законов, как законы «О средствах массовой информации», «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Этический аспект проявляется в следовании нравственным регуляторам, принятым в профессиональном сообществе. Вербально-поведенческий аспект относится к процессу подготовки и написания журналистского материала. Корпоративный аспект – это предписания, выработанные организацией для своих сотрудников. На стыке права и технической сферы работают инструкции, ГОСТы, методические материалы и т. д.<sup>30</sup>

Ещё одну категорию деонтологии *обязанность* рассматривает В. И. Фотиева. Исследователь определяет её как конкретное содержательное «наполнение долга». Другими словами, обязанностями называются сами действия, которые человек должен совершать, чтобы выполнить свой долг. Например, в широком смысле долг журналиста – давать аудитории объективную информацию. И этот долг конкретизируется несколькими обязанностями: проверять источники информации, собирать максимально полные сведения о проблеме, вникать в её суть и т. д.<sup>31</sup>

Такие деонтологические категории, как профессиональная *совесть*, профессиональное *достоинство* и профессиональная *честь* выделяет Г. В. Лазутина. Категорию «профессиональная совесть» исследователь называет внутренним измерителем «нравственной температуры» поступков, а также «подстрекателем» к оптимальному решению проблемных ситуаций, возникающих в процессе выполнения профессионального долга. Профессиональное достоинство подразумевает, по мнению Г. В. Лазутиной, представление о значимости профессии и собственной значимости, о необходимости

---

<sup>30</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – С. 19.

<sup>31</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

соответствовать этой значимости каждым своим поступком. Поэтому профессиональное достоинство оказывается одним из существенных мотивов ответственного профессионального поведения. И, наконец, профессиональная честь – категория, в которой отражается объективно существующая зависимость между отношением общества к данной профессии и её нравственным уровнем<sup>32</sup>.

Рассмотрим далее основные принципы журналистской деонтологии. Под принципами можно понимать наиболее общие нравственные стандарты поведения. Как пишет И. М. Дзялошинский, «принципы – это чрезвычайно обобщенные ориентиры профессиональной деятельности, указывающие на общую стратегию профессионального поведения, но не регламентирующие порядок конкретных операций»<sup>33</sup>.

Современные исследователи предлагают различные перечни принципов журналистской деонтологии. В первую очередь, рассмотрим принципы, которые выделяет Г. В. Лазутина:

*Принцип первый:* соблюдать приоритет общественных интересов и общечеловеческих гуманистических ценностей перед групповыми, проявляя во всех случаях профессионального поведения гражданскую зрелость.

*Принцип второй:* соблюдать международные правовые акты и законы своей страны, соблюдать права человека, проявляя уважение к демократическим институтам общества.

*Принцип третий:* соблюдать общепринятые нормы морали, а также стандарты культуры взаимоотношений, проявляя глубокую человеческую порядочность, воспитанность, уважение к чести и достоинству личности.

*Принцип четвертый:* выполнять все профессиональные действия обдуманно, честно, тщательно, проявляя добросовестность и настойчивость, а при необходимости – мужество<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.

<sup>33</sup> Дзялошинский И. М. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. – М.: Восток, 1996. – С. 92.

<sup>34</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 208 с.

К базовым принципам журналистской деонтологии В. И. Фотиева относит следующие:

1. *Принцип свободы / независимости СМИ.* В самом узком смысле, уточняет исследователь, этот принцип означает независимость от посторонних влияний – власти, бизнеса, недопустимость коррумпированности. В различных формах этот принцип встречается во всех профессионально-этических кодексах журналистики. При этом, свобода для журналиста – это не хаотичное и произвольное «самовыражение», а возможность свободного поиска истины, формирования на этой основе собственной авторской позиции и донесения её до аудитории.

2. *Принцип объективности / полноты информации.* Исследователь формулирует несколько критериев, при которых информация может считаться объективной:

- журналист не допускает искажения фактов;
- в проблемном материале предоставляет аргументы всех сторон;
- даёт максимально полную информацию по теме;
- имеет собственную точку зрения, но отделяет её от фактов;
- и, главное, обосновывает свою позицию.

3. *Принцип защиты прав личности.* Под этим названием исследователь объединяет две нормы, которые являются не только этическими, но и правовыми. К ним относятся:

- 1) ограничение вмешательства СМИ в частную жизнь;
- 2) защита от диффамации и от её крайней формы – клеветы.

4. *Принцип гуманизма.* В «Международных принципах журналистской этики» он выражен таким образом:

1. Принцип VIII. Уважение всеобщих ценностей и многообразия культур. Истинный журналист выступает за всеобщие ценности гуманизма, прежде всего, за мир, демократию, социальный прогресс, права человека и национальное освобождение. Он с уважением относится к отличительным особенностям, ценностям и достоинству каждой национальной культуры, а также к праву народов свободно выбирать и развивать свою политическую, социальную, экономическую и культурную си-

стемы. Таким образом, журналист активно участвует в социальных преобразованиях, направленных на расширение демократии. Посредством диалога журналист способствует созданию в международных отношениях климата доверия, содействующего миру и справедливости, разрядке международной напряженности, разоружению и национальному развитию. Профессиональная этика обязывает журналиста быть в курсе соответствующих международных соглашений, деклараций и резолюций».

2. Принцип IX. Устранение войны и других зол, противостоящих человечеству. Нравственная обязанность уважать всеобщие ценности гуманизма требует от журналиста воздерживаться от любой формы подстрекательства или оправдания агрессивных войн, гонки вооружений, особенно ядерных, от апологии иных форм насилия, ненависти и дискриминации, в частности, расизма и апартеида. Она настаивает на противодействии тираническим режимам, колониализму и неоколониализму, а также другим бедствиям, причиняющим человечеству страдания, такие, как нищета, недоедание, болезни. Действуя таким образом, журналист поможет устранять неосведомленность и непонимание в отношениях между народами, пробудит у соотечественников восприимчивость к нуждам и желаниям народов других стран, обеспечит уважение прав и достоинств всех наций, всех народов и всех людей вне зависимости от пола, расы, языка, национальности, религиозных взглядов и философских убеждений»<sup>35</sup>.

И, наконец, рассмотрим *нормы* журналистской деонтологии. Исследователи говорят, что нормы профессионально-этического поведения – это ориентиры для самоцензуры журналиста. Они конкретизируют принципы и необходимы для более полного и глубокого понимания и осознания ответственности журналиста перед обществом, СМИ, в котором он работает, и самим собой. Наиболее полно систему деонтологических норм представила, на наш взгляд Н. В. Долгова<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

<sup>36</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – 95 с.



К деонтологическим нормам исследователь относит необходимость выработки *гражданской позиции* журналиста. Это одинаково важно для развития общества и журналистской сферы, а также для профессионального роста. Гражданская позиция – это система социально-политических ориентиров, совокупность взглядов на актуальные социально-политические проблемы и готовность принять участие в их разрешении. Гражданская позиция помогает осознать журналисту собственный статус как профессионала в обществе, а также наталкивает на размышления о том, насколько его деятельность отвечает социальным потребностям.

К деонтологическим нормам относится *гражданская ответственность*, для которой характерно стремление стоять на страже общечеловеческих и национальных интересов, решать проблемы, возникающие в различных социальных группах. В идеале гражданская ответственность должна привести журналиста к формированию гражданского сознания, в основе которого лежат гуманистические представления о будущем в развитии общества, а также ценностное убеждение в неразрывной связи личности и Родины.

Ещё одна деонтологическая норма, которую выделяет Н. В. Долгова, – это *признание и исправление журналистами ошибок, недочётов, спорных моментов*. Не всегда средства массовой информации спешат признавать ошибки, боясь потерять свою целевую аудиторию. Однако такой подход, напротив, может вызвать недоверие и неприязнь общественности к СМИ.

Деонтологической нормой для журналистов является *готовность к профессиональным трудностям*. Это могут быть не только экстремальные ситуации, вооруженные конфликты, природные и техногенные катастрофы, но и обычные, казалось бы, повседневные обязанности – специфические формы общения, трудности получения информации, необходимость принятия внезапных решений и т. п.

В качестве деонтологической нормы Н. В. Долгова рассматривает *профессиональную авторефлексию*, которая заключается, в первую очередь, в регулярной учёбе и расши-

рении кругозора журналиста. Сегодня сотрудники массмедиа должны быть включены в процесс непрерывного образования. Е. П. Прохоров по этому поводу отмечает, что для журналиста необходимо регулярное совершенствование и развитие тех личностных качеств (интеллектуальных, волевых, нравственных и др.), которые обеспечивали бы успех профессиональной деятельности. Это же касается общегуманитарных и специальных знаний, которые составляют «знаниевую» основу и поддержку творческой деятельности<sup>37</sup>.

Деонтологической нормой является также *анализ собственного профессионального опыта*, так же как и опыта работы других журналистов. Это необходимо для совершенствования своих творческих навыков и более глубокого понимания задач и целей своей профессии.

Деонтологические принципы и нормы существуют не только в сознании журналистов и в исследованиях учёных, но и фиксируются в различных документах – кодексах, актах, хартиях. Таких документов сегодня множество в силу различий профессиональных обязанностей (редакторы, корреспонденты, владельцы СМИ и т. д.) и социальных позиций различных СМИ.

Итак, мы рассмотрели в параграфе ключевые деонтологические категории, принципы и нормы, которые в своей совокупности определяют профессиональное поведение журналиста. При этом важно не только лишь их знание, но и осознание и следование им в своей профессиональной деятельности: журналист проявляется в культуре профессионального мышления, нравственности своих поступков, мастерстве общения, способностях критически оценивать и совершенствовать свой профессиональный опыт, в умении принимать грамотные решения, анализировать собственные возможности, создавать благоприятный климат в редакции.

---

<sup>37</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 282.

## Контрольные вопросы и задания

1. Перечислите основные категории журналистской деонтологии.
2. Чем отличаются понятия «долг» и «должное»?
3. Что такое долг? Порассуждайте, что в вашем понимании означает «долг каждого человека» и что такое «долг журналиста»?
4. Смоделируйте ситуацию под рабочим названием: «Последствия невыполненного журналистского долга».
5. Дайте характеристику категориям «профессиональная ответственность» и «профессиональная обязанность».
6. Разработайте деонтологические критерии для оценки материалов СМИ. Примените этот подход к анализу 2–3 материалов из любых средств массовой информации, в которых есть этические нарушения.
7. Представьте себя уже опытным журналистом. Письменно ответьте на вопросы: Что точно не позволит вам сделать ваша профессиональная совесть? Какие действия, поступки в профессии точно для вас будут неприемлемы?
8. Какие основные принципы журналистской деонтологии вам известны?
9. Дайте характеристику основным нормам журналистской деонтологии.
10. Прочитайте следующий фрагмент из произведения Н. Стейхардт и ответьте на вопрос «Почему автор полагает, что труднее всего в мире сохранять совесть?»: *«Модель стойкости, противостояния каждый индивид должен создать себе сам. Во всяком случае, при любых обстоятельствах сущность человека заключается в том, чтобы не отклоняться от морали, поскольку «дойдя до абсурда» в поисках пути к вечной жизни, человек всегда констатирует, что труднее всего – сохранять совесть. Почти всегда обстоятельства оказывают сопротивление. Речь идет о том, чтобы по совести жить в мире, где разобщенность является законом... Сколь наставительно звучат эти суждения для всех и для каждого, кто решает, как умеет, личную проблему своих отношений с такими великими категориями, как жизнь, судьба, история...».*

### 1.3. Функциональное поле и актуальные проблемы журналистской деонтологии

У нас у всех есть один якорь, с которого, если сам не захочешь, никогда не сорвешься: чувство долга.

*И. С. Тургенев*

Журналистика в современном обществе выполняет ряд важнейших функций. Должное, на наш взгляд, правильно рассматривать через призму функционального поля журналистики. В таком случае отчётливым становится понимание профессионального долга журналиста, его ответственности и обязанностей.

По определению Е. П. Прохорова, функции (лат. *function* – «обязанность, назначение, характер деятельности, исполнение обязанностей») журналистики характеризуют совокупность её обязанностей и выполняемых ею задач, способ жизнедеятельности в обществе. Исследователь подчёркивает, насколько важно журналисту изучить всё «пространство функций» во всём их разнообразии и взаимодействии: «Только в этом случае журналист получит возможность ясно осознать роль журналистики в обществе, определить своё место в деятельности СМИ, совершенствоваться в избранной сфере деятельности»<sup>38</sup>.

Исследователи выделяют сегодня различные функции журналистики. На наш взгляд, классификацию журналистских функций, представленную Е. П. Прохоровым, можно рассматривать как классическую и наиболее точную. Учёный выделяет следующие виды:

1. Информационно-коммуникативная функция. Эту функцию нужно понимать, как основное природное свойство журналистики, которое обеспечивает её жизнедеятельность. Информация и коммуникация лежат в основе журналистской профессии. При этом коммуникативная функция не может быть реализована в отрыве от информационной, так как именно информация является средством для коммуникации, то есть общения, взаимодействия.

---

<sup>38</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 45.

2. Идеологическая функция. Её сущность заключается в том, чтобы постоянно способствовать росту и развитию сознательности аудитории путём всесторонней ориентации в действительности. Идеология способствует формированию у людей представлений о различных явлениях социальной жизни: политических, экономических, правовых, моральных, религиозных, этических, эстетических и т. д. Через СМИ активно выражается позиция одобрения или осуждения по тем или иным общественным проблемам, закрепляются определённые нормы общественных отношений.

3. Культуроформирующая функция. Журналистика, являясь одним из институтов культуры общества, участвует в пропаганде и распространении высоких культурных ценностей, в воспитании людей на образцах общемировой культуры, способствуя, тем самым, всестороннему развитию человека. Именно журналистика делает культуру доступной для самых широких кругов и позволяет получать информацию художественного, научно-популярного, учебно-образовательного, технического характера.

4. Рекламно-справочная функция призвана удовлетворять интерес аудитории в справочной информации (кулинария, досуг, творчество, прогнозы погоды и т. п.), а также в информации о товарах и услугах, развивая, таким образом, культуру на бытовом уровне и формируя культуру потребления.

5. Рекреативная функция журналистики. Её цель – создание условий для отдыха, интересного и приятного проведения досуга, снятия усталости, восстановления и укрепления душевного покоя и равновесия. В ходе реализации этой функции аудитория может испытывать не только снятие напряжения, стабилизацию психологического состояния, но и получать информацию, которая будет способствовать развитию интеллекта и мыслительной деятельности.

6. Организаторская функция проявляется в интеграции общества по различным вопросам и актуальным проблемам, ориентировании аудитории в происходящих событиях, формируя, тем самым, массовое сознание, и, прежде всего, общественное мнение. Исследователь Е. П. Прохоров подчёркивает,

что добиваться активного проявления позиции общественно-го мнения обязана каждая редакция и каждый журналист<sup>39</sup>.

Итак, в аспекте информационно-коммуникативной функции мы можем говорить о том, что долг журналиста – оперативно сообщать аудитории новую, объективную, доступную для понимания информацию, вступая, тем самым, в контакт с ней. В современных средствах массовой информации остро стоит проблема искажения и замалчивания фактов, дезинформации, распространения слухов и т. д. Журналисту необходимо выполнять свои профессиональные обязанности обдуманно, честно и добросовестно, тщательно проверяя весь фактический материал. Кандидат филологических наук М. И. Шостак по этому поводу пишет: «Результат отбора и освещения фактов, – направленность и степень воздействия на аудиторию – связан с профессиональной ответственностью, включая и ответственность этическую. Этическая корректность работы репортёра – это точность выбора, точность угла зрения, непредвзятость, возможная полнота сведений».<sup>40</sup>

Не случайно идеологическую функцию журналистики часто называют социально ориентирующей. Долг журналиста – помогать аудитории разбираться в тех или проблемных ситуациях, открывать новые темы и проблемы для обсуждения, осваивать новые жизненные реалии, помогать жить и ориентироваться в постоянно меняющемся мире. Исследователи Б. Я. Мисонжников и А. Н. Тепляшина подчёркивают, что современному журналисту чрезвычайно важно участвовать в формировании и осуществлении социальной политики; поддерживать равновесие интересов, представляя и обосновывая позиции различных социальных групп, снимать социальную напряженность и предотвращать потрясения; стремиться к диалогу с разными группами; помнить о нравственной оценке событий, поступков, высказываний, морально поддерживать людей и помогать преодолевать чувство одиночества и безыс-

---

<sup>39</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – 308 с.

<sup>40</sup> Шостак М. И. Репортер: профессионализм и этика. – М.: РИП-холдинг, 2003. – С. 20.

ходности<sup>41</sup>. Здесь очевидна связь журналистского долга и с организаторской функцией, которая, как мы рассмотрели выше, проявляется в интеграции общества, ориентировании аудитории в происходящих событиях, формировании общественного мнения и массового сознания.

Говоря о культууроформирующей функции журналистики, необходимо отметить, что наибольшее воздействие массмедиа сегодня, безусловно, оказывают на социальную, культурную, духовную сферы, а также на ценностные ориентации каждого человека. СМИ во многом конструируют современную реальность, однако технологии конструирования, преобладающие в глобальном информационном пространстве, способствуют появлению особой коммуникативной среды, в которой трансформируется российская система ценностей, разрушаются устои и традиции, утрачиваются духовно-нравственные ориентиры, происходит дезориентация в социокультурном пространстве и дестабилизация всего общества.

Для многих современных массмедиа характерен дефицит культурной тематики. Зачастую сфера культуры представлена лишь в новостях, анонсах мероприятий, а также в сенсационных интервью с представителями шоу-бизнеса, которые раскрывают скандальные и пикантные подробности их частной жизни. К сожалению, приходится констатировать тот факт, что далеко не всегда журналистские произведения выполняют функцию культурных и нравственных ориентиров для аудитории. Наряду с содержательной пустотой многих медиатекстов, необходимо отметить низкий речевой и коммуникативный уровень культуры современных журналистов.

Безусловно, культура речи – это показатель культуры не только каждого отдельного человека, но и всего общества. Таким образом, в современных реалиях особенно остро встает вопрос о необходимости формирования высокой речевой культуры журналиста, которая во многом определяет его профессиональный уровень.

Культуроформирующая функция находит своё продолжение в рекламно-справочной функции. Как отмечает Е. П. Про-

---

<sup>41</sup> Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. Журналистика. Введение в профессию: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2014. – С. 95.

хоров, «удовлетворение интереса к справочной информации по культуре речи и кулинарии, правилам хорошего тона, по способам проведения досуга и т. д. – всё это и есть участие в развитии культуры на бытовой уровне». Что касается рекламы, то она помогает потребителю сделать выбор, формирует культуру потребления. Но она может принести и вред, навязывая товары и услуги, не соответствующие действительным нуждам потребителя, формируя чрезмерные и ложные потребности<sup>42</sup>.

В аспекте рекреационной функции, журналист должен помнить о том, что рекреация – это не только отдых и развлечения, важно, чтобы она способствовала развитию интеллекта и мыслительной деятельности человека. К сожалению, в современном мире синонимами гедонистической функции часто становятся пошлость, сплетни, слухи, сенсация или так называемый «хайп». В связи с этим в редакциях СМИ важна выработка верной информационной политики, поддерживающей и развивающей положительные эмоции, оптимистические умонастроения, содействующей формированию позитивной направленности социальной активности<sup>43</sup>.

Журналистская деятельность, по своей природе полифункциональная, то есть, к примеру, в одном журналистском материале может проявляться сразу несколько различных функций. Тоже самое мы можем сказать и о «должном» в журналистской профессии. Долг журналиста невозможно сформулировать и заключить в одном предложении. Это целый комплекс взаимосвязанных между собой постулатов, который охватывает все направления журналистской деятельности.

Исследователь Г. В. Лазутина предлагает рассматривать в совокупности информационные потребности общества, обязанности журналистов и функции журналистики как социального института. Эту взаимосвязь Г. В. Лазутина отразила в таблице<sup>44</sup>.

---

<sup>42</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 65.

<sup>43</sup> Там же. – С. 66.

<sup>44</sup> Лазутина Г. В. Деонтология в системе научных представлений о журналистике (по результатам самопознания профессии на конец 2016 года) // Современная журналистика в аспекте деонтологии. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2017. – С. 7–32.



## От потребностей общества – к функциям СМИ

<i><b>Информационные потребности общества</b></i>	<i><b>Обязанности журналистики как творческой деятельности</b></i>	<i><b>Функции журналистики как социального института</b></i>
Своевременно получать данные об изменениях действительности	Создавать новостные и аналитические тексты по поводу изменений действительности («информационный повод»)	Оперативное информирование об изменениях действительности
Получать данные, необходимые для обновления массового сознания с сохранением нужного уровня его общезначимости	Насыщать массовое сознание общедоступными текстами, воспроизводящими новые знания, нормы и ценности в контексте существующих	Содействие интеграции и развитию общества
Получать данные, необходимые для самоопределения общественного мнения	Насыщать информационные каналы общества текстами, несущими в себе мнения граждан об актуальных ситуациях действительности	Содействие самоопределению общественного мнения как оперативной программы адаптации системы к изменившимся обстоятельствам
Получать данные о деятельности институтов управления общественной жизнью	Создавать тексты, отражающие деятельность институтов управления и разъясняющие их решения	Содействие организации управления общественной жизнью
Получать данные о моделях поведения, желательных и нежелательных в сложившихся условиях	Насыщать информационные каналы ценностно ориентирующими текстами	Содействие ценностной ориентации граждан

Окончание таблицы

<i><b>Информационные потребности общества</b></i>	<i><b>Обязанности журналистики как творческой деятельности</b></i>	<i><b>Функции журналистики как социального института</b></i>
Получать данные о межгрупповых контактах, необходимых для взаимодействия в обществе	Создавать тексты, несущие в себе опыт межгруппового взаимодействия	Содействие укреплению в обществе межгрупповых контактов
Получать данные о средствах решения проблем делового и личного характера	Создавать тексты об опыте решения проблем, насыщать информационные каналы рекламно-справочными текстами	Содействие гражданам в решении проблем делового и личного характера
Получать информацию, позволяющую человеку восстанавливать своё психофизическое состояние	Насыщать информационные каналы произведениями, обладающими высоким потенциалом релаксации	Поддержание психофизического состояния граждан в качестве, необходимом для продуктивной жизнедеятельности

Анализируя таблицу, Г. В. Лазутина отмечает, что трудно сделать вывод о предназначении журналистики. Оно заключается в том, чтобы содействовать устойчивости и развитию общества, обеспечивая удовлетворение его информационных потребностей путём реализации системы функций. В этом и состоит её задача, задаваемая имеющейся ветвью закономерностей<sup>45</sup>.

Подводя итог главе, необходимо отметить, что сегодня, как никогда, актуален вопрос о деонтологической компетентности каждого российского журналиста. Деонтологическая компетентность подразумевает под собой понимание и осознание должного в профессиональной деятельности, а также применение в практической деятельности знаний, умений и навыков в соответствии с требованиями профессионального долга.

Как показало анкетирование, проведённое среди журналистов Забайкальского края, 87 % опрошенных утвердительно ответили на вопрос: *«Хотели бы Вы регулярно повышать свой уровень деонтологических, этических и правовых знаний на мастер-классах, обучающих семинарах, круглых столах и т. п.»*. Это говорит о том, что журналисты, в большинстве случаев, заинтересованы в углублении знаний по этической тематике и повышении своего уровня деонтологической культуры, однако не всегда у них есть такая возможность.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Что такое функции журналистики? Дайте определение.
2. Дайте характеристику классификации журналистских функции, предложенной Е. П. Прохоровым. Как связаны функции журналистики с профессиональным долгом журналиста?
3. Запишите высказывания известных философов, учёных, журналистов о профессиональном долге журналиста.

---

<sup>45</sup> Лазутина Г. В. Деонтология в системе научных представлений о журналистике (по результатам самопознания профессии на конец 2016 года) // Современная журналистика в аспекте деонтологии. – М.: Факультет журналистики МГУ, 2017. – С. 7–32.

4. Проведите анализ таблицы «От потребностей общества – к функциям СМИ», в которой Г. В. Лазутина предлагает рассматривать в совокупности информационные потребности общества, обязанности журналистов и функции журналистики. Выделите из таблицы «должное» для журналистов.

5. Напишите эссе-рассуждение, взяв за основу высказывание древнегреческого философа Демокрита: «Не из страха, но из чувства долга должно воздерживаться от дурных поступков».

6. Составьте вопросы для интервью с руководителем регионального СМИ на тему: «В чём заключается долг каждого журналиста?».

7. Приведите примеры деонтологических проблем в региональной журналистике.

8. Дайте комментарий следующему высказыванию писателя и журналиста Сергея Баймухаметова: «Когда потеряны нравственные ориентиры, беспардонность и бескультурье становятся зеркалом журналистики».

9. Составьте кроссворд по теме «Деонтология в журналистской деятельности».

10. Загляните в будущее. Поразмышляйте, пофантазируйте, какие деонтологические проблемы в журналистике могут быть актуальны через 50–100 лет в нашем обществе? Составьте их перечень в соответствии со степенью важности.

## ГЛАВА 2

### Этические аспекты журналистской деонтологии

#### 2.1. Основные этические понятия и категории

В журналистской профессии профессионализм и этика не делимы так же, как жужжание и муха.

*Габриэль Гарсия Маркес*

Традиционно журналистскую деонтологию многие исследователи рассматривают как раздел этики или отдельное направление этики. Прежде чем мы приступим к изучению и осмыслению основных групп профессионально-этических отношений в журналистике, а также деонтологических и этических проблем в средствах массовой информации региона, нам необходимо разобраться с основными этическими понятиями и категориями.

*Этика* – это философская дисциплина, а также ряд основанных на ней прикладных дисциплин, изучающих феномен морали. Такое определение предлагает И. В. Фотиева<sup>46</sup>. Термин «этика» происходит от древнегреческого слова “*ethos*”, которое означает «нрав», «характер», «привычка». Позднее возникло понятие «этический», подразумевающее группу добродетелей (мудрость, справедливость, щедрость, благородство, мужество и т. п.). Науку, призванную изучать эти добро-

---

<sup>46</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

детели, назвал этикой древнегреческий философ Аристотель (384–322 гг. до н. э.). Он был первым, кто создал развёрнутую концепцию моральных отношений в обществе, осмыслил и систематизировал накопившиеся этические суждения. Рождение этики как науки исследователи связывают с появлением книг Аристотеля «Никомахова этика» и «Большая этика»<sup>47</sup>. Как мы видим, история этики насчитывает более 2500 лет и тесным образом связана с развитием философской мысли: практически каждая философская теория имела своё представление об основных этических проблемах.

В Древнем Риме возникло понятие, аналогичное «этическому» – «моральное» (*mores* – «относящееся к нраву, характеру»). В самом общем смысле, пишет В. И. Фотиева, **мораль** – это система ценностей и императивов, добровольно принимаемая человеком и определяющая его внутреннюю и внешнюю жизнь. Соответственно, выделяют «внутреннюю», то есть личную мораль, и «внешнюю», то есть общественную или социальную мораль. Принципиальная особенность морали заключается в том, что она относится к сфере ценностного сознания и отношения к миру<sup>48</sup>.

В русской культуре слово «мораль» стало синонимом слову «нравственность». Под моралью (нравственностью) исследователи обычно понимают сложившиеся в обществе регуляторы поведения (ценности, нравы, обычаи, нормы, образцы долженствования и т. п.), а этика – это наука, которая изучает данные регуляторы поведения.

Как отмечает В. Н. Скворцова, мораль – это сложный феномен, который возник вместе с человеческим обществом, при этом её главная особенность в том, что она руководит поведением человека через него самого. Хотя морально не «прикреплена» ни к одному социальному учреждению и её нельзя «потрогать руками», тем не менее, она является реальным компонентом социальной жизни. Её реальность ощущает

---

<sup>47</sup> Скворцова В. Н. Профессиональная этика: учеб. пособие. – Томск: Томск. политехн. ун-т, 2006. – С. 7.

<sup>48</sup> Фотиева В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

каждый человек: она может давать о себе знать муками совести, велением долга, больно задетой честью или унижением достоинства. При этом мы испытывает глубокие эмоциональные переживания и нелегкие размышления. Важным, на наш взгляд, является следующее мнение исследователя: «Причины разного уровня моральности индивидов могут быть разными, но результат один: чем ниже уровень моральности человека, тем чаще его поведение подпадает под юрисдикцию права»<sup>49</sup>.

В данном контексте необходимо упомянуть высказывания Е. В. Черниковой: «Профессиональным журналистом может стать человек порядочный и умеющий регулярно думать и писать о других людях» и «Чего требует от журналиста профессиональная этика? Если очень коротко – быть человеком!»<sup>50</sup>.

Выделяют следующие виды этики: теоретическая, нормативная и практическая этика. Так, предмет изучения *теоретической этики* – происхождение и развитие морали, её роль и функции в обществе. *Нормативная этика* призвана осмысливать нравственные регуляторы (нормы, правила, принципы) поведения человека, его поступков, действий, позиций, которые, основываясь на нравственных убеждениях, являются частью морального сознания. В центре внимания *практической (прикладной) этики* – реализация моральных идей и принципов, которые были сформулированы в нормативной этике в условиях морального выбора. Прикладная этика – это практическое применение теории и формирование актуальных этических вопросов в рамках определенного вида деятельности (медицинской, педагогической, деловой, научной, юридической и т. д.). Разделом прикладной этики является *профессиональная этика*, которая развивается сейчас почти во всех сферах профессиональной деятельности и включает систему профессионально-этических принципов и норм, которые вырабатываются представителями данного профессионального сообщества<sup>51</sup>.

---

<sup>49</sup> Скворцова В. Н. Профессиональная этика: учеб. пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – С. 14–15.

<sup>50</sup> Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. – С. 369.

<sup>51</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – 95 с.

Рассмотрим основные подходы исследователей к пониманию профессиональной этики. Доктор философских наук, профессор Д. С. Авраамов пишет: «Наука, изучающая профессиональную специфику морали, называется *профессиональной этикой*»<sup>52</sup>. Учёный добавляет, что, если на все существующие в мире профессии взглянуть с точки зрения этой науки, то особняком окажутся те, представители которых имеют дело с человеком, связаны с возможностью вторжения в его судьбу и духовный мир. В каждой профессии есть свои нравственные проблемы. Но, действительно, среди всех профессий можно выделить группу таких, в которых они возникают особенно часто. Словосочетание «профессиональная этика» в первую очередь ассоциируется с профессией врача, педагога, юриста, военного, политика, журналиста.

Профессиональная этика возникла в глубокой древности. Первые профессионально нравственные требования встречаются в древнеегипетском манускрипте «*Наставления начальника города и визиря Птаххеттепа*» (III в. до н. э.), в котором подчёркивается важность добросовестного выполнения своих профессиональных обязанностей, так как прилежание в труде – залог будущей высокой должности и богатства. Возникновение первых целостных профессиональных кодексов учёные относят к периоду ремесленного разделения труда, то есть к XI–XII вв., когда появились первые ремесленные цеха. Именно тогда в цеховых уставах впервые были зафиксированы определённые требования по отношению к профессии, характеру труда и т. п.

Профессиональная этика формировалась на протяжении долгого периода времени обществом, которое предъявляло требования к тем или иным профессиям. Эти требования определяются особенностями профессиональной деятельности и имеют различия в реализации моральных норм и принципов. Традиционно стандарты профессионального поведения закрепляются с помощью кодексов, клятв, уставов, деклараций, хартий и т. п. Например, врачи до сих пор обращаются к знаме-

---

<sup>52</sup> Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 3.



нитой клятве Гиппократ – древнегреческого врача, жившего в I веке до н. э., а педагоги считают актуальными требования к учителю, которые сформулировал древнеримский оратор и учитель красноречия Марк Фабий Квинтилиан.

Исследователь В. Н. Скворцова предлагает следующее определение понятия: «Профессиональная этика – это совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу, к людям, с которыми он связан в силу своей профессии, и, в конечном счёте, к обществу в целом»<sup>53</sup>. Она выделяет и ряд функций профессиональной этики. Среди них, например, оценочная функция, которая позволяет оценить поведение, действия, намерения специалиста с точки зрения соответствия моральным нормам; регламентирующая функция, которая направляет и обуславливает выбор целей, методов и средств в профессиональной деятельности; стабилизирующая функция, способствующая стабилизации профессиональных отношений на всех уровнях их проявлений; информационная функция, которая приобщает специалистов к системе ценностей их профессии и профессиональной морали; превентивная функция, предохраняющая профессионала от действий, приносящих вред организации и обществу, и др.

По мнению Е. П. Прохорова, суть профессиональной этики – это научное обеспечение морально безупречного выполнения профессионалами своей роли в соответствии с общепринятыми в обществе этическими принципами<sup>54</sup>.

Предметом изучения профессиональной этики являются:

- отношения трудовых коллективов и каждого специалиста в отдельности;
- нравственные качества личности специалиста, которые обеспечивают наилучшее выполнение профессионального долга;
- взаимоотношения внутри профессиональных коллективов;

---

<sup>53</sup> Скворцова В. Н. Профессиональная этика: учеб. пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – С. 26.

<sup>54</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 287.

– специфические нравственные нормы, свойственные данной профессии;

– особенности профессионального воспитания<sup>55</sup>.

Профессиональная этика должна быть неотъемлемой частью подготовки каждого специалиста. Она, безусловно, оказывает положительное воспитательное воздействие, способствует формированию ответственного подхода к выполнению своих профессиональных обязанностей, достижению толерантности в социуме, гармоничному развитию человека и всего общества. При этом каждая профессия имеет свои нравственные нормы и принципы, которые базируются на специфике профессиональной деятельности. Рассмотрим особенности *профессиональной этики журналиста*. Кроме термина «профессиональная этика журналиста» в теории и практике встречаются такие термины, как «медийная этика» и «этика СМИ». Этику СМИ учёные трактуют как описательную форму этики, рассматривающую поведение журналиста в медийных условиях. Она подсказывает, на что необходимо обращать внимание журналисту, обостряет его чувство ответственности. Медийная этика призывает осмыслить с нравственной точки зрения деятельность всех каналов информации, куда входят не только СМИ, но и социальные медиа, театр, кино и т. п.

Как пишет Н. В. Долгова: «Профессиональная этика в журналистской профессии регулирует нравственные аспекты деятельности по сбору, обработке и донесению информации до численно больших групп граждан»<sup>56</sup>. Исследователь отмечает, что сегодня в научной среде нет единого мнения о происхождении и «возрасте» профессиональной этики в журналистике. Одни учёные полагают, что это понятие возникло вместе с появлением журналистики, другие считают, что развитие профессиональной этики невозможно без большого количества представителей профессии, а это стало наблюдаться

---

<sup>55</sup> Череменина Е. Г., Кулинский А. В., Жумагулов С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – Бишкек: Центр информационного права, 2013. – С. 14.

<sup>56</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – С. 7.

лишь во второй половине XIX – начале XX в. В этот период времени и журналисты, и лидеры общественного мнения в России начинают поднимать вопросы о профессиональном поведении и ответственности представителей данной профессии.

Самым интенсивным этапом развития журналистской этики в России стал конец XX в. «Закон о печати и ликвидации цензуры» был принят в 1990 г., в 1991 г. – первый и последний «Кодекс профессиональной этики журналиста СССР». После принятия в 1991 г. Закона РФ «О средствах массовой информации» создаются такие механизмы этической саморегуляции журналистов, как «Кодекс профессиональной этики журналиста» (1991), «Кодекс профессиональной этики российского журналиста» (1994), «Декларация Московской хартии журналистов» (1994), «Хартия телерадиовещателей» (1999). Появились весомые работы, в которых рассматриваются различные аспекты профессиональной этики журналиста в конце XX в., у таких исследователей как Д. С. Авраамов, Г. В. Лазутина, И. М. Дзялошинский, Я. Н. Засурский, Е. П. Прохоров, А. А. Тertyчный, С. Г. Корконосенко и др.

Начало XXI века ознаменовано интенсивным развитием профессиональной этики журналиста не только в России, но и во многих странах мира. Созданы и оформлены такие механизмы этического саморегулирования, как кодексы и декларации, деятельность ньюз-омбудсменов, работа советов (комитетов, коллегий и т. д.) по прессе. Необходимо отметить и наметившийся пересмотр подходов к этическому регулированию, связанный со стремительным развитием интернета и гражданской журналистики. Научно-исследовательские поиски активно ведутся сегодня именно в этих направлениях<sup>57</sup>.

Исследователь Е. П. Прохоров, один из теоретиков журналистики, даёт следующее определение понятию: «Профессиональная этика – это юридически не фиксируемые, но принятые в журналистской среде и поддерживаемые силой общественного мнения, профессионально-творческими ор-

---

<sup>57</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – С. 9–10.

ганизациями моральные предписания – принципы, нормы и правила нравственного поведения журналиста. В их основе лежит представление о наилучшем с этической точки зрения выполнении профессионального долга в соответствии с принятыми в обществе представлениями о добре и зле в их применении к журналистской деятельности»<sup>58</sup>. Он отмечает, что в профессиональной этике складывается свод принципов, правил, норм достойного поведения, а также запретов, которые можно квалифицировать как недостойные. Соблюдение этических принципов и норм может контролироваться двумя способами: «изнутри» – это совесть журналиста, которая заставляет его переживать стыд, самоосуждение или, напротив, вызывать удовлетворение и гордость; «извне» – это различные журналистские организации. Существует и общественный контроль над соблюдением журналистами этических принципов.

Журналист должен постоянно ощущать свою нравственную ответственность перед аудиторией. Неслучайно С. Г. Корконосенко трактует этику журналиста именно как «социальную ответственность»<sup>59</sup>. Кандидат филологических наук Г. В. Лазутина выделяет одно из важнейших качеств журналистской профессии – это способность выступать не просто выразителем, но и инструментом морали, формировать общественные нравственные нормы<sup>60</sup>. Это качество, безусловно, придаёт профессии журналиста огромное значение в жизни общества и, в то же время, накладывает на журналистов повышенную ответственность.

Что же такое ответственность журналиста? Как нужно ежедневно выполнять свои профессиональные обязанности, чтобы не казаться, а быть ответственным? В первую очередь, существуют законы и другие нормативно-правовые документы, обязательные для изучения, осмысления и исполнения

---

<sup>58</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 288.

<sup>59</sup> Корконосенко С. Г. Основы журналистики. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2009. – С. 45.

<sup>60</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналист: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2013. – С. 27.

журналистами: Конституция Российской Федерации, Уголовный кодекс Российской Федерации, Законы Российской Федерации «О средствах массовой информации», «О рекламе», документы об авторском праве и интеллектуальной собственности, Кодекс профессиональной этики российского журналиста, различные декларации и хартии, принятые журналистским сообществом. Но кроме норм, прописанных в документах, есть комплекс нравственных установок, которые человек накапливает во время своего профессионального становления, роста, развития. И этот комплекс, безусловно, оказывает влияние на результат труда журналиста. Чрезвычайно важны в данном контексте слова Е. В. Черниковой: «Если журналист не сформировал себя как нравственную личность в самом начале творческого пути, то в дальнейшем неизбежны довольно мучительные проблемы – от угрызений совести до уголовного преследования. Разумеется, у каждого человека своя шкала оценок других людей, свой болевой порог, но предупредить кризисную ситуацию всё-таки легче, чем пострадать от собственного невежества или нравственной глухоты»<sup>61</sup>.

Профессиональная этика формировалась на протяжении очень долгого периода времени (история этики как науки насчитывает более 2500 лет) под влиянием общества, которое предъявляло определенные требования к профессиям. Эти требования зависят от особенностей профессиональной деятельности и имеют различия в реализации моральных норм и принципов. Соблюдение журналистом принципов, норм и правил нравственного поведения, принятых в журналистском сообществе и закрепленных в тех или иных нормативно-правовых документах, свидетельствуют о его гражданской и нравственной зрелости, о способности ответственно выполнять свои профессиональные задачи и обязанности, адекватно отражать действительность в средствах массовой информации.

---

<sup>61</sup> Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. – С. 374.

## Контрольные вопросы и задания

1. Дайте определения понятиям «мораль», «этика», «нравственность». Чем отличаются эти понятия? Обоснуйте свой ответ.

2. Что регулирует профессиональная этика?

3. В связи с чем профессиональное сообщество нуждается в этическом регулировании?

4. Найдите в учебной и научной литературе пять разных определений понятию «профессиональная этика журналиста». Укажите учёных, которые дали эти определения. Сравните эти определения, в чем их сходства и отличия?

5. Придумайте слоганы, в которых будут отражены этические принципы:

- а) врача;
- б) бизнесмена;
- в) учителя;
- г) политика;
- д) журналиста.

*Примечание:* слоган – это короткая, лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения.

Это задание творческое, юмор, полёт фантазии приветствуется.

6. Какие актуальные проблемы, на ваш взгляд, призвана решать сегодня профессиональная этика журналиста?

7. Проведите тезисный конспект «Кодекса профессиональной этики российского журналиста», акцентируя внимание на основных постулатах журналистской этики.

8. Напишите пять принципов профессиональной этики журналиста, которые вы считаете наиболее важными для себя, и к которым вы будете стремиться соответствовать в своей работе.

9. Дайте комментарий к следующему высказыванию древнегреческого поэта Филемона: «Никогда не забывай, что ты человек». Комментарий должен быть дан с позиции журналистской этики.

10. Разработайте «Кодекс профессионально-этического поведения студента отделения журналистики».

## 2.2. Профессионально-этические отношения в журналистике

Кодекс чести журналиста – это свод правил,  
которых должен придерживаться  
(либо стыдиться того, что не придерживается)  
каждый уважающий себя журналист.

*Дэвид Рэндалл*

В своей повседневной профессиональной деятельности журналист постоянно вступает в разнообразные отношения: с целевой аудиторией, с органами государственной власти и управления, с источниками информации, с героями своих материалов, с коллегами. Современные медиаисследователи (Г. В. Лазутина, Е. П. Прохоров, Д. С. Авраамов, Н. В. Долгова, Е. Г. Череменина, А. В. Кулинский и др.) выделяют соответствующие группы профессионально-этических отношений в журналистике. Рассмотрим каждую из них подробнее.

### *1. Журналист – аудитория.*

Отношения журналиста с аудиторией, то есть со всеми читателями, зрителями, слушателями или, как называет их Г. В. Лазутина, отношения производителя и потребителя массовой информации<sup>62</sup>, можно назвать важнейшими среди всех профессиональных связей журналиста. Казалось бы, отсутствие личного контакта с аудиторией СМИ, некая анонимность и безличность этих отношений могли бы освободить журналиста от какой-либо ответственности. Но именно в этой группе профессионально-этических отношений заключено всё искреннее УВАЖЕНИЕ к аудитории, которое предполагает необходимость изучать её, понимать её проблемы и интересы, дорожить её правами, ценностями и вниманием. Аудиторию СМИ можно назвать носителем национальных, конфессиональных, культурных ценностей, уважительное отношение к которым включено в систему профессионально-этических норм.

---

<sup>62</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 156.

Профессор Д. С. Авраамов пишет, что связь между журналистом и его аудиторией реализуется с помощью текста, публикации, которая представляет собой материальное воплощение этой связи. Но не текст, как таковой, а только его содержание является тем звеном, которое связывает журналиста с аудиторией. Смысл отношений «журналист-аудитория», по мнению учёного, зависит от двух обстоятельств: во-первых, от того, правду ли пишет журналист и насколько ориентиры, которые он предлагает людям, помогают им разобраться в ситуации. И во-вторых, от того, рассматривает ли он людей, к которым обращается, в качестве самоценных личностей или видит в них всего лишь средство для достижения прагматических целей<sup>63</sup>.

Определить этическую норму в сфере отношений «журналист-аудитория» одним словом попытался Е. П. Прохоров, им стало слово «*добросовестность*». При этом добросовестность проявляется относительно как фактов, так и мнений. Общие требования для всех журналистов относительно фактов – это полнота, правдивость и доступность. Что касается мнений, тут важно выявить, в чём особенность позиции журналиста, а при наличии или возможности других мнений – честно указать на них<sup>64</sup>.

Перечислим основные нравственные нормы и ориентиры в группе профессионально-этических отношений «журналист-аудитория». Их сформулировала в своих работах Г. В. Лазутина:

– всемерно защищать свободу прессы как одно из неотъемлемых прав человечества и всеобщее благо;

– уважать право людей знать правду, своевременно предоставлять им максимально объективную и правдивую информацию о действительности, четко отделяя факты от мнений, противодействовать намеренному сокрытию общественно значимых сведений и распространению ложных данных;

---

<sup>63</sup> Авраамов Д. С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – С. 99.

<sup>64</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 290.



– уважать право людей на участие в самоопределении общественного мнения, помогать им свободно выражать свою точку зрения в печати, по радио и телевидению, содействовать общедоступности средств массовой информации;

– уважать моральные ценности и культурные стандарты аудитории, используя их в качестве ценностной основы произведений и не допуская в тексте смакования подробностей преступлений, использования утверждений и слов, оскорбляющих национальные, религиозные или нравственные чувства человека;

– укреплять доверие людей к средствам массовой информации, содействовать открытому диалогу СМИ с читателями, зрителями и слушателями, публично принимать справедливые претензии общественности к своей деятельности, предоставлять возможность ответа на критику, оперативно исправлять существенные ошибки, не допускать намеренного манипулирования сознанием аудитории, а также дезориентации её в содержании материалов из-за неточных заголовков<sup>65</sup>.

Подводя итог, перечислим основные действия, недопустимые в группе профессионально-этических отношений «журналист-аудитория». Распространять в СМИ ложную и непроверенную информацию, призывать в материалах к жестокости, насилию, разврату, бесчеловечности, экстремистской деятельности, пропагандировать употребление наркотиков, алкоголя, сигарет, описывать способы совершения преступлений, оскорблять в своих материалах религиозные чувства людей, демонстрировать излишние подробности сцен насилия и издевательства над людьми и животными, последствий преступлений, катастроф и стихийных бедствий с детальным изображением трупов, увечий и т. п. недопустимо.

В современных средствах массовой информации мы сможем найти огромное количество примеров, когда нарушаются те или иные этические нормы в группе «журналист-аудитория». Заголовки «Убей собаку – спаси детей!» (Комсомольская правда. 2012. 27 сент.), «Добей, чтобы не мучился»

---

<sup>65</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 157.

(СПИД-инфо. 2009. № 25) призывают к жестокости и бесчеловечному поведению, в материале «*Отравил уксусом на глазах у ребёнка*» (Вечорка. 2018. № 49) содержится излишне подробное описание совершения преступления; жаргонизмы, ненормативная лексика, оскорбительные и грубые выражения присутствуют в следующих текстах: «*Здравствуй, ..она, Новый год: в Забайкалье учителя массово увольняются с работы*» (Вечорка. 2016. 31 дек.), «*Собиратель “общака”: это не “грев”, а вымогательство у лохов*», (Вечорка. 2017. 30 июня), «*Киллера Тёлыча этапировали в Читу. Ждем досудебку*» (Вечорка. 2017. 20 окт.), «*Чита, засранная дважды – жителями и блогером*» (Вечорка. 2019. 10 апр.). Не оставим без внимания новость, размещенную 6 декабря 2018 г. на городском портале «*Чита.ру*»: «*“Чита.ру” публикует видео нападения с ножом на охранника караоке-клуба в Чите*». На видеозаписи видно, как мужчина несколько раз ударил ножом охранника развлекательного центра Читы, который от полученных ранений скончался. В ожидании ажиотажа вокруг новости, максимального количества просмотров и комментариев, забывая об этических нормах, об ответственности журналиста распространяемую информацию, один из самых популярных порталов Читы публикует видео с жестоким убийством человека, которое находится в свободном доступе для взрослых и детей.

К сожалению, приходится констатировать тот факт, что далеко не всегда журналистские произведения выполняют функцию культурных и нравственных ориентиров для аудитории.

## *2. Журналист – власть.*

Взаимоотношения журналистов с представителями органов государственной власти и управления – это очень важный сегмент общественных отношений. Суть их заключается в том, чтобы обеспечить оптимальную работу обоих институтов в интересах общества. Исследовать нравственную сторону отношений журналистики и власти, считает Г. В. Лазутина, – одна из важнейших задач современной профессиональной этики<sup>66</sup>.

---

<sup>66</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 175.

Так сложилось, что представители и СМИ, и органов власти, неоднозначно оценивают деятельность друг друга. Самые распространённые претензии со стороны органов власти заключаются в поспешности, субъективности оценок, даваемых журналистами, в излишней сенсационности некоторых материалов. Журналисты, в свою очередь, упрекают власть в замалчивании информации, препятствовании полноценному информационному обмену, использовании административного ресурса и т. д.

Как журналист должен строить свои отношения с властью? В первую очередь – УВАЖИТЕЛЬНО! Журналист может проявлять уважение к власти, но при этом он, безусловно, имеет право на конструктивную критику, тщательный анализ её деятельности и собственные суждения, основанные на глубоком знании темы и направленные на решение проблем, выход из сложных, противоречивых ситуаций. Как пишут Е. Г. Череменина и А. В. Кулинский, «без критики, общественного контроля, который осуществляется при содействии прессы, власть деградирует, теряет ответственность, начинает обслуживать сама себя. Но как часто поводом для такой критики бывает лишь желание выделиться, обратить внимание на себя, своё издание!»<sup>67</sup>. Особенно важно соблюдать этические нормы, когда в материале затрагиваются элементы личной жизни чиновников. Необходимо помнить о том, что каждый человек имеет закрепленное законом право на невмешательство в личную жизнь.

Конечно, говорить о каком-либо уважении журналистов к представителям органов власти не приходится, когда в рубрике «Фото дня» в интернет-изданиях появляется фотография споткнувшегося Министра иностранных дел Российской Федерации Сергея Лаврова.

---

<sup>67</sup> Череменина Е. Г., Кулинский А. В., Жумагулов С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – Бишкек: Центр информационного права, 2013. – С. 85.



**Рис. 1.** Споткнувшийся министр Сергей Лавров

Безусловно, не этичными являются публикации, содержащие грязные слухи о личной жизни политиков: «...А я вот слышал, что Волков просто узнал о том, что Жириновский-гей. Правда ли это? – Стопроцентно ручаться за сексуальную ориентацию Владимира Вольфовича мы, несмотря на такие фото, где он купается в бассейне с молодыми мальчиками, не берёмся – всё-таки свечку мы не держали. Но и утверждать обратного мы не будем... Когда ведущие спросили гей ли он, Жириновский поспешил откреститься от такого клейма. Но, как мы знаем, дыма без огня не бывает. Не лукавит ли Владимир Вольфович, отрицая гомосексуальность?» (Вечорка. 2018. № 47).

Неуважительное, грубое и оскорбительное отношение к представителям власти прослеживается и в следующих примерах: «Уху евшая Наталья Жданова. Оказывается, губернатесса Жданова ещё тот рыбак, да вот незадача – не сложилось у Натальи Николаевны посидеть в этом году с удочкой на бережку» (Вечорка. 2018. № 39), «Кто внимательно изучал новый закон, да ещё с такими поправками, тот поймет, что он будет “удавкой” на нашей шее. Едрасы этого и добиваются» (Вечорка. 2018. № 47), «Таинственный дед единоросс, целующийся с бандитами» (Вечорка. 2018. № 2), «Однако,

*когда в очередной раз забайкальцы, после новогодних праздников начнут винить в них действующего губернатора, местные князьки-паразиты будут молча сидеть в уголочках, стыдливо пряча свои пороссячы глазки»* (Чёрная газета. 2018. № 12), *«Теледебаты кандидатов в президенты: как зрителям мозги “дебали”»* (Вечорка. 2018. 20 марта), *«Депутат госдумы тусила с “ключевскими”?»* (Вечорка. 2018. 5 дек.), *«Пока местные элиты испуганно припухли, ожидая от очередного кремлевского назначенца Александра Осипова каких-либо вразумительных телодвижений, а СМИ ищут способ понадежнее присосаться к телу и. о., в Чите назревает мощное противостояние двух влиятельных группировок»* (Чёрная газета. 2018. нояб.).

Сенсационный заголовок часто совершенно не раскрывает сути журналистского текста, а содержание самого материала может вообще не соответствовать его названию. Главное для журналиста – привлечь внимание, создать сенсацию, «крикнуть первым». О последствиях таких публикаций, о степени их воздействия на массовое сознание, о правовой культуре и этической ответственности работников средств массовой информации сегодня, к сожалению, никто не вспоминает.

Перечислим основные нравственные нормы и ориентиры в группе профессионально-этических отношений «журналист-власть»:

- проявлять уважение к власти как важному социальному институту;
- оказывать информационную поддержку властным структурам в выполнении их функции, осуществляя прямую и обратную связь между органами управления и народом;
- отстаивать право журналистики на независимость от власти, рассматривая его как важнейшее условие ответственного контроля общества над деятельностью властных структур;
- отстаивать право общественности на доступ к информации о деятельности властных структур, способствовать её открытости и доступности для конструктивной общественной критики;

– разоблачать злоупотребления и проступки лиц, работающих во властных структурах, добиваясь совершенствования системы общественного управления;

– опровергать фактами утверждения политиков, не соответствующие действительности и вводящие людей в заблуждение;

– заботиться о точности и доказательности критики властных структур в публикациях, проявляя вежливость и корректность<sup>68</sup>.

### *3. Журналист – источник информации.*

Создавая медиатекст, журналист проходит несколько этапов. Один из начальных и наиболее значимых – сбор фактов. На данной стадии создания материала журналист работает с источниками информации и от того, насколько удачно сложится это взаимодействие, зависит, каким в итоге материал получится. Группа профессионально-этических отношений «журналист – источник информации» чрезвычайно важна в журналистике. Благодаря этим отношениям средства массовой информации, а затем и вся аудитория ежедневно получают сведения о том, что происходит в мире. Можно сказать, что вся окружающая действительность для журналиста – это совокупность источников информации. Традиционно исследователи выделяют три типа источников информации:

1. Документы (официальные документы, статистические данные, пресс-релизы и т. п.) – представляют собой переработанную первичную информацию, которая хранится на тех или иных носителях.

2. Предметно-вещественная среда (детали, предметы внешней обстановки) – позволяет наблюдательному журналисту получать информацию из окружающей действительности.

3. Человек – самый важный для журналиста источник информации или, как называют его американские исследователи, «живой источник». Человек можно быть участником или свидетелем тех или иных событий и ситуаций, носителем информации о себе, а также транслятором информации, которую он получил от других людей.

---

<sup>68</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 176.

Важно, чтобы отношения журналиста с источниками информации были максимально прозрачными, честными и доброжелательными. Ключевым в этой группе отношений Е. П. Прохоров называет слово *ТАКТ* – чувство меры, подсыказывающее соответствующее ситуации поведение, умение держать себя подобающим образом, общаться с людьми, учитывая их положение, представление о должном, принятых нормах поведения и в то же время сохраняя собственное достоинство и «оберегая» уважение общественности к профессии<sup>69</sup>.

Назовём главные нравственные нормы и ориентиры в группе профессионально-этических отношений «журналист-источник информации»:

– при работе с источниками информации использовать для получения сведений исключительно законные, достойные действия, допуская отступления от требований и предписаний морали (использование «скрытой камеры», «скрытой записи», нелегальное получение документов и т. п.) только в обстоятельствах, когда налицо серьезная угроза общественному благополучию или жизни людей;

– уважать право физических и юридических лиц на отказ в информации, если её предоставление не является обязанностью, предусмотренной законом, не позволять себе бестактности, давления, шантажа;

– указывать в материалах источники информации во всех случаях, кроме тех, когда есть основания сохранять их в тайне;

– хранить профессиональную тайну относительно источника информации, если есть основания для его анонимности, отступая от этого требования только в исключительных обстоятельствах: по решению суда или согласию с информатором в случаях, когда разглашение его имени является единственным способом избежать неминуемого ущерба для людей;

– соблюдать оговорённую при получении информации конфиденциальность, выполняя просьбу информатора не де-

---

<sup>69</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 291.

лать определённые сведения или документы достоянием гласности во всех случаях, кроме тех, когда информация была искажена намеренно<sup>70</sup>.

Современные средства массовой информации не пытаются даже скрывать нарушения из группы профессионально-этических отношений «журналист – источник информации», напротив, эпатажно о них заявляют в заголовках материалов: «*Life News публикует новые тайные переговоры Немцова*»<sup>71</sup> (20 декабря 2011 г.), «*Журналисты НТВ обманным путем взяли интервью у главы Московской Хельсинской группы Людмилы Алексеевой*»<sup>72</sup> (18 декабря 2016 г.). В СМИ часто можно встретить случаи необоснованного замалчивания источников информации. Возможно, журналисты таким образом создают интригу, привлекают внимание к тексту: «...об этом нам сообщили источники в органах власти. Говорят, что сказала и ситуация со школой в Сохондо, о которой мы писали в прошлом номере, и срыв строительства школьных тёплых туалетов...» (Вечорка. 2019. № 22) или «Меж тем “Вечорке” стало известно, что мужчины подзревались в незаконном обороте золота – именно это и стало причиной всех последующих событий. Однако официального подтверждения этой информации пока нет» (Вечорка. 2019. № 35), «Суеверие не позволило назвать его имя в этом материале» (Вечорка. 2019. № 7).

#### 4. Журналист – герой материала.

Журналист в процессе профессиональной деятельности ежедневно вступает во взаимодействие с героями своих материалов. Он пишет о министрах, губернаторах, об учителях, артистах, школьниках, спортсменах, учёных, рабочих – это главные действующие лица журналистских текстов, со своими характерами, историями и судьбами. Как отмечает

---

<sup>70</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 164.

<sup>71</sup> Life News публикует новые тайные переговоры Немцова. – URL: <https://life.ru/p/77529> (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.

<sup>72</sup> Журналисты НТВ обманным путем взяли интервью у главы Московской Хельсинской группы Людмилы Алексеевой. – URL: <https://www.svoboda.org/a/28183149.html> (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.



Е. П. Прохоров, имея дело с реальным человеком, приводя о нём документальные достоверные факты, журналист обязан тщательно взвесить, что и как сообщать о своем герое, чтобы не нарушить известное правило «прежде всего, не навреди». Этот вопрос о том, какие именно черты портрета, характера, подробности биографии, стороны жизни, отношения с окружающими, будучи разглашенными, могут нанести ущерб герою в его дальнейшей жизни, осложнить её. Важно и то, как подать отобранные детали и подробности, чтобы не возникло нежелательных оттенков и ассоциаций при восприятии произведения<sup>73</sup>.

Опытные журналисты советуют: когда заканчиваешь писать материал, прочитайте его глазами своего героя, а после этого представьте, что встретились с ним взглядом. Если Вы сможете смотреть ему в глаза, значит всё в порядке. А если Вам вдруг захочется отвести взгляд, если почувствовали неловкость, то значит, совесть Ваша нечиста.

В отношениях с героями публикаций журналист должен руководствоваться рядом правовых и этических регуляторов. Н. В. Долгова одним из основных называет презумпцию невиновности: «Этические нормы рекомендуют журналисту в своих материалах воздерживаться от указания на близких того, кто был обвинен или осужден за совершенные им преступления, не называть по имени жертву преступления и не публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних»<sup>74</sup>.

Рассмотрим в качестве примера материал, опубликованный на читинском городском портале «Чита.ру» 17 апреля 2018 г. В материале под заголовком «Все уголовники мэрии Читы» журналист рассказывает о сотрудниках администрации города Читы, которые, как выражается автор, «не дружи-

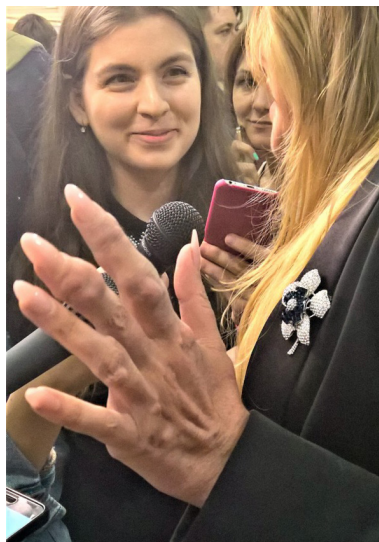
---

<sup>73</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 294.

<sup>74</sup> Долгова Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – С. 36.

ли с законом» и становились в различные годы фигурантами уголовных дел. К «уголовникам» в своём материале журналист причисляет даже тех представителей власти, которые таковыми не являются. Например, Ольга Лазовская, глава Ингодинского района: *«Подозревалась в том, что предоставила некоему гражданину право на получение муниципального жилья. Уголовное дело в отношении Лозовской, возбужденное по факту превышения должностных полномочий, было прекращено в 2011 г. из-за отсутствия состава преступления».* Или Андрей Кефер, глава комитета по финансам *«стал фигурантом уголовного дела о задержках зарплат в бюджетной сфере региона в первом квартале 2015 г. Чиновника обвиняли в превышении должностных полномочий при распределении бюджетных средств. Наказания не последовало».* Таким образом, журналист причисляет к «уголовникам» людей, которые не несли уголовной ответственности.

В группе нравственно-этических отношений «журналист – герой материала» журналист обязан избегать оскорби-



**Рис. 2.** Неуважение журналиста к личной жизни

тельных выражений, способных нанести вред моральному здоровью людей, не допустима дискриминация по признаку пола, расы, национальности, языка, религии, идеологии или убеждений. Умственные или физические недостатки, болезни не могут быть объектами насмешливых или оскорбительных комментариев. Необходимо уважать достоинство, честь и репутацию граждан, их право на частную жизнь, на сохранение врачебной тайны и тайны переписки, избегая неоправданного причине-

ния им моральных страданий. Мы можем увидеть неуважение журналиста к физическим недостаткам, а также личной жизни известных людей на рис. 2, 3.



*Рис. 3.* Неуважение к физическим недостаткам

Подводя итог, перечислим главные нравственные нормы и ориентиры в группе профессионально-этических отношений «журналист-герой материала»:

- заботиться о непредвзятости своих публикаций, избирая в качестве будущих персонажей лиц, отношения с которыми не могут быть признаны корыстными и противоречащими общественному благу или пристрастными;

- уважать как личность человека, ставшего объектом профессионального журналистского внимания, проявлять в ходе общения с ним корректность, такт и выдержку;

- уважать право человека на неприкосновенность частной жизни, не позволяя себе вторжения в неё без согласия будущего героя во всех случаях, кроме тех, когда герой является публичной персоной и его частная жизнь вызывает несомненный общественный интерес;

- быть верным реальности, не искажать в материале жизнь героя, помня, что это – лицо реальное, а потому любая попытка приукрасить или очернить его будет замечена и

не только осложнит отношения героя с его окружением, но и дискредитирует в глазах этого окружения автора публикации и средство массовой информации, в котором он работает;

– воздерживаться в материале от любых пренебрежительных замечаний или намеков, способных унижить героя, а именно: от иронического обыгрывания его имени, фамилии, деталей внешности; от упоминания о нем как о преступнике, если это не установлено судом; от недоброжелательных реплик по поводу расы, национальности, цвета кожи, религии, болезней и физических недостатков<sup>75</sup>.

#### *5. Журналист – коллеги.*

Взаимодействие представителей одной и той же профессии может происходить как внутри редакции (с учредителем, редактором, продюсером, журналистами и т. п.), так и с коллегами из других средств массовой информации. Конечно, общение внутри своего коллектива возникает гораздо чаще, как и нравственные проблемы, которые нередко имеют сложный и противоречивый характер.

Редакционный коллектив – это разные люди, с разными характерами, возрастом, творческими подходами, мнениями, профессиональным опытом, достоинствами и недостатками. Именно поэтому каждому сотруднику СМИ нужно проявлять максимум понимания и терпимости друг к другу. От этого будет зависеть нравственный климат редакции, роль которого, как отмечает Г. В. Лазутина, очень велика: «Если с нравственным климатом всё в порядке, то он стимулирует уважительное отношение членов редакционных коллективов к профессиональным стандартам поведения, помогающим укрепить престиж и профессии, и свой собственный. Во многом именно нравственный климат создаёт у человека чувство душевного комфорта»<sup>76</sup>.

По мнению Е. П. Прохорова, этически обязательным для каждого журналиста является ощущение себя частью коллектива, ответственным перед ним во всех шагах своей деятель-

---

<sup>75</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 168.

<sup>76</sup> Там же. – С. 172.

ности. Если это условие соблюдается, журналист при выполнении своих обязанностей вправе рассчитывать на поддержку коллег, их помощь, готовность подменить в нужный момент<sup>77</sup>.

К сожалению, нередки случаи, когда конфликты с коллегами не только случаются внутри коллектива, но и становятся достоянием широкой общественности. На страницах своих изданий журналисты выясняют отношения друг с другом, забывая об истинном предназначении журналистики. Так Чёрная газета иронично указывает на деятельность Вечорки: *«...новостями, окрашенными в пастельные тона, и покупка на корню для увеличения эффективности пропаганды разных газет – “ведёрок” проблем края не решить»* (Чёрная газета. 2019. № 11). На страницах своих изданий журналисты информационного агентства «Чита.Ру» и газеты «Вечорка» выясняли отношения осенью 2019 г. Поводом стало журналистское расследование «Чита.Ру», посвящённое теме выборов, в ходе которого были опубликованы записи телефонных разговоров с главами районов и представлены их расшифровки. Газета «Вечорка» опубликовала ряд материалов в пользу кандидатов в губернаторы и в пользу глав районов, обвинявших «Чита.Ру» в искажении данных. Редакция газеты назвала журналистов информационного агентства «обиженными» и применила по отношению к ним поговорку *«Неча на зеркало пенять, коли рожа крива»* (Вечорка. 2019. № 36).

Назовем главные нравственные нормы и ориентиры в группе профессионально-этических отношений «журналист-коллеги»:

– поддерживать профессиональную солидарность, уважать общность интересов и целей журналистского сообщества, предпочитая их интересам и целям политических или других общественных организаций, в которые может входить журналист;

– заботиться о престиже профессии, не допуская действий, подлежащих уголовной ответственности и наносящих ущерб авторитету журналистики, а именно: не принимать по-

---

<sup>77</sup> Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000. – С. 296.

дарков, услуг, привилегий, которые могут скомпрометировать моральную чистоту журналиста; не использовать служебного положения в личных целях; не отказываться от публикации материалов в угоду чьим-то корыстным интересам и не писать «заказных статей»; избегать отступлений от требований права и предписаний морали в личной жизни;

– незамедлительно приходить на помощь коллегам, оказавшимся в трудных обстоятельствах или попавшим в беду, особенно в случаях нарушения их прав или создания кем-либо препятствий к выполнению ими профессиональных обязанностей;

– уважать нормы служебных отношений, принятые в редакционном коллективе, ориентируясь на такое сочетание дисциплинированности и творческой инициативы, конкуренции и взаимопомощи, при котором редакционный коллектив способен к оптимальному функционированию;

– заботиться о поддержании в редакционном коллективе достойного нравственного климата, утверждая своим поведением честность и добропорядочность отношений, готовность к взаимопониманию, взаимовыручке, содействию друг другу в развитии творческих способностей, повышении знаний и мастерства;

– уважать авторские права коллег и отстаивать свои авторские права, не допуская произвольного, несогласованного вторжения в материал (особенно если оно искажает его содержание); быть непримиримым к плагиату;

– уважать право коллеги на мотивированный отказ от задания, если оно противоречит его профессиональной позиции или убеждениями<sup>78</sup>.

Профессионально-этические отношения в журналистике сложны и многогранны. Каждый журналист обязан не только знать нюансы взаимодействия с целевой аудиторией, органами власти, источниками информации, с героями своих материалов, с коллегами, но и придерживаться нравственных ориентиров и норм, относящихся к каждой группе. Важно помнить,

---

<sup>78</sup> Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – С. 174.

что от их соблюдения зависит не только репутация каждого журналиста и редакции СМИ, в котором он работает, но и в целом всей профессии.

Завершить пункт главы хотелось бы цитатой из учебного пособия медиаисследователя Е. В. Черниковой: «Иногда приходится слышать такие аргументы от молодых журналистов: зло ярче и сюжетнее, а читатель любит жареное, пикантное и сенсационное, следовательно, ваши этические нормы – это одно, а жизнь – другое. Таким «знатокам жизни» мы сразу советуем: не ходите в журналистику. Там и без вас таких достаточно»<sup>79</sup>.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Назовите отношения, в которые вступает журналист в рамках своей профессиональной деятельности.

2. Подготовьте 2–3 публикации из любых средств массовой информации, в которых нарушаются этические нормы и принципы. Анализируя этические ошибки, ответьте на следующие вопросы: 1. В чём заключается этическая ошибка журналиста в данном примере? 2. К какой группе профессионально-этических отношений она относится? 3. К каким негативным последствиям она может привести? 4. Как её можно было избежать? 5. Насколько распространена эта ошибка, и какими причинами она была вызвана?

3. Дайте характеристику профессионально-этическим отношениям, в которые вы вступаете во время прохождения учебно-производственных практик в региональных СМИ.

4. В материалах общественной коллегии по жалобам на прессу найдите по три примера, иллюстрирующих коллизии в следующих отношениях: «журналист-аудитория», «журналист-источник информации», «журналист-герой публикации», «журналист-коллега», «журналист-власть».

5. Какие СМИ региона можно назвать проводниками профессионально-этических ценностей в журналистике?

---

<sup>79</sup> Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие. – М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. – С. 377.

6. Дайте характеристику источникам информации, с которыми журналисту чаще всего приходится работать.

7. Приведите пример неэтичного поведения журналиста. Докажите. На какие ценности (обычаи, традиции, нормы, правила, устои) он посягает? Какие его оценки не могут быть признаны объективными (этичными) и почему?

8. Напишите эссе на тему «Моя производственная практика: трудности профессиональных отношений».

9. Перечислите допустимые и недопустимые методы получения журналистской информации.

10. Дайте комментарий высказыванию медиаисследователя Елены Черниковой: «Лучшие журналисты относятся к себе как к фирме, у которой непременно должно быть доброе имя».

### **2.3. Этические проблемы в практике региональных СМИ**

Никогда не забывай, что ты человек.  
*Филемон*

Современная реальность во многом конструируется сегодня средствами массовой информации, которые не только занимают весомое положение в обеспечении жизнедеятельности социума, но и играют ключевую роль в формировании общественного мнения и воздействия на сознание людей, задавая определённые образцы, нормы, стандарты жизни и поведения. Средства массовой информации охватывают практически все сферы общества. Учитывая масштабные процессы глобализации и информатизации, происходящие на современном этапе развития общества, отмечается усиление воздействия журналистики на духовно-нравственную сферу и ценностные ориентации современного человека. Именно по этой причине сегодня так важно актуализировать вопросы этики, деонтологии и нравственной культуры в профессиональном журналистском сообществе, определить нормы, критерии, ориентиры профессионального поведения, а также представления о миссии журналистики.



Рассмотрим в параграфе результаты масштабного анкетирования, проведенного автором в 2021 г. среди журналистов Забайкальского края в возрасте от 18 до 75 лет, представляющих все СМИ региона (газеты, журналы, радио, телевидение и интернет). Исследование позволило выявить гражданские, этические, профессиональные взгляды журналистов Забайкальского края, определить роль нравственных ориентиров в профессиональном сознании журналистского сообщества региона, рассмотреть цели и мотивы работников СМИ при нарушении ими этических норм, а также отношение журналистов к своему профессиональному долгу.

На вопрос *«Какую роль, на Ваш взгляд, играет этика в профессии журналиста?»* респонденты ответили:

- 96 % считают, что этика играет значительную роль;
- 4 % забайкальских журналистов полагают, что эта роль незначительна.

В комментариях к данному вопросу участники анкетирования подчёркивают, что этика важна, но в настоящее время часто журналисты игнорируют: *«Сегодня у каждого своя этика, понятие стало размытым»*; *«Я называю этику кодексом журналиста. Чем больше работаешь в профессии, тем сильнее ощущаешь значение этики в своём развитии и профессиональном росте»*; *«Конечно, хотелось бы, чтобы этика играла значительную роль, но в забайкальской реальности это не так. Часто приходится думать об этике в последнюю очередь – журналистика во многом политизирована, а также находится в постоянной погоне за “жареными” фактами»*.

На вопрос *«Пользуется ли профессия журналиста уважением в обществе?»*:

- 45 % респондентов ответили утвердительно;
- 55 % – отрицательно.

Комментарии журналистов к данному вопросу поясняют выбранную позицию:

1. Сегодня понятие «журналист» размывается и подменяется понятием «блогер», «ютубер». Из-за того, что в интернете появилось много социальных сетей и площадок для публика-

ций различного контента, каждый блогер считает себя журналистом. Это снижает авторитет профессии в классическом её понимании.

2. Представители качественной журналистики уважением пользуются, а представители бульварной, жёлтой прессы, разумеется, нет.

3. Монетизация профессиональных качеств и возможностей многими современными журналистами, их достаточно бесцеремонное, нахальное поведение, отсутствие общей эрудиции, погоня за «жареными» фактами, отсутствие серьезной проверки достоверности сообщаемой информации, наплева- тельское отношение к СМИ со стороны властных структур и подобострастное отношение СМИ к этим самым властным структурам серьезно подорвали уважение в обществе к профессии журналиста и доверие к ней.

Следующий вопрос в анкете звучал так: *«Перед кем, прежде всего, должен нести ответственность профессиональный журналист в своей деятельности?»*. Участники анкетирования могли выбрать сразу несколько вариантов ответов на этот вопрос:

– 87 % опрошенных считают, что журналист, в первую очередь, несёт ответственность перед обществом;

– 74 % – перед самим собой;

– 32 % участников анкетирования проголосовали за вариант «перед профессиональным журналистским сообществом»;

– 23 % опрошенных полагают, что ответственен журналист, прежде всего, перед владельцами и главным редактором СМИ;

– 8 % респондентов выбрали вариант ответа «перед органами власти».

Наиболее значимыми в исследовании, на наш взгляд, представляются ответы журналистов на следующие вопросы: *«Каковы причины и условия нарушения журналистами профессиональных этических норм?»* и *«Каковы цели и мотивы журналистов при нарушении профессиональных этических норм?»*:

– 70 % респондентов выбрали вариант ответа «причины и условия культурно-нравственного характера (низкий культурный, нравственный уровень современных журналистов и т. п.)»;

– 57 % опрошенных считают, что это «причины и условия социально-экономического характера (конкуренция между СМИ, финансовая зависимость от федерального, регионального, бюджетов и т. п.)»;

– 56 % выбрали вариант ответа «причины и условия организационно-управленческого характера («давление» со стороны органов власти, руководства СМИ; сжатые сроки подготовки материалов и т. п.)»;

– 23 % журналистов полагают, что это «причины и условия политико-правового характера (несовершенство законодательной базы; недостаточные меры ответственности за нарушение профессиональных этических норм и т. п.)».

Что касается целей и мотивов журналистов при нарушении ими этических норм, получены следующие результаты:

– 76 % опрошенных выбрали такой вариант ответа: «цели и мотивы, связанные с воздействием на общественное сознание (стремление написать сенсационный, провокационный материал, вызывающий общественный резонанс; стремление дестабилизировать деятельность органов власти; демонстрация пренебрежительного отношения к обществу, органам власти и т. п.)»;

– 43 % журналистов выбрали корыстные цели и мотивы (стремление извлечь из публикации материальную выгоду);

– 37 % респондентов считают, что это цели и мотивы, связанные с извлечением выгоды нематериального характера (карьеризм, желание прославиться, повысить свой авторитет, заслужить похвалу, угодить руководству и органам власти и т. п.)»;

– 23 % опрошенных выбрали цели и мотивы личного характера (зависть, месть, ревность, личная неприязнь, обида и т. п.);

– 5 % – цели и мотивы экстремистского характера (ненависть к представителям других рас, национальностей, социальных групп и т. п.).

Рассмотрим некоторые комментарии журналистов Забайкальского края к данным вопросам: *«У журналиста должно быть одно правило на все времена – “не навреди”! Если журналист думает только о своем рейтинге, он всегда опасен для общества, искать причины его неуважения к аудитории нужно в воспитании журналиста, его духовности, мотивах, мировоззрении и жизненных принципах»; «Причины нарушения журналистами профессиональных этических норм всегда в его низком профессионализме!»; «Это всё всходы новой российской журналистики, считающей, что сегодня эта профессия должна быть “кричащей” и “скандальной”, что без провокационности журналисту никогда не быть услышанным»; «Считаю, что чаще всего причины нарушений заключаются в низком уровне культуры, знаний, жизненного опыта журналиста, в отсутствии понимания, что этично, а что – нет, в отсутствии самокритики».*

На вопрос *«Приходилось ли вам в своей профессиональной деятельности нарушать этические нормы»* были получены следующие ответы:

- 49 % журналистов ответили утвердительно;
- 51 % – отрицательно.

Рассмотрим далее, какие группы нравственно-этических отношений чаще всего называли забайкальские журналисты, отвечая на вопрос: *«Если Вам приходилось нарушать этические нормы, то в каких сферах профессиональных отношений?»*. Итак, 24 % журналистов выделили группу отношений «журналист – власть» (журналист обязан проявлять уважение к власти как важному социальному институту, осуществлять информационную поддержку властным структурам, заботиться о точности и доказательности критики в адрес властных структур, отстаивать право общественности на доступ к информации о деятельности властных структур). Именно в этой группе отношений региональные журналисты отметили больше всего нарушений, совершенных ими.

На втором месте по количеству нарушений, как отметили 18 % опрошенных, группа «журналист – герой материала» (журналист обязан уважать право человека на неприкосновен-

ность частной жизни, уважать как личность человека, ставшего объектом профессионального журналистского внимания, проявлять в общении с ним корректность и тактичность, заботиться о непредвзятости своих публикаций, не искажать в материале жизнь героя, воздерживаться от любых пренебрежительных замечаний или намеков, способных унижить человека (раса, национальность, религия, физические недостатки и т. п.).

Группу отношений «журналист-источник информации» (журналист обязан не использовать при работе с источниками информации методы нелегального получения сведений, подслушивания, скрытой записи, уважать право людей на отказ в предоставлении сведений, соблюдать оговоренную при получении информации конфиденциальность) отметили 13 % респондентов.

Группу отношений «журналист – аудитория» (журналист обязан уважать право людей знать правду, своевременно предоставлять им объективную и правдивую информацию, противодействовать намеренному сокрытию общественно-значимых сведений, распространению заведомо ложных данных; уважать моральные ценности и культурные стандарты аудитории, не оскорблять национальных, религиозных, нравственных чувств человека; уважать право людей на собственное мнение и др.) назвали 10 % опрошенных. И 7 % опрошенных нарушали этические нормы в группе отношений «журналист – коллеги» (журналист обязан заботиться о престиже профессии, не использовать служебного положения в личных целях, не писать заказных материалов в угоду чьим-то интересам, уважать чужие и отстаивать свои авторские права, приходить на помощь коллегам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации или попавшим в беду, уважать нормы служебных отношений и др.).

Отвечая на последний вопрос анкеты *«Каков, на Ваш взгляд, на сегодняшний день профессионально-этический уровень журналистов Забайкальского края»*, 77 % опрошенных выбрали вариант «средний», 20 % респондентов – вариант «низкий» и лишь 3 % журналистов – вариант «высокий».

Проведённое исследование показало, что этические проблемы журналистики стоят сегодня достаточно остро, в том числе и на региональном уровне. Современное состояние журналистики характеризуют две противоречивые тенденции. С одной стороны, повсеместно отмечается увеличение потока информации, с другой стороны – снижение количества потребителей этой информации, утрата ими доверия к журналистике и, как следствие, меньшая информированность аудитории. Сложившаяся ситуация, безусловно, свидетельствует о кризисном состоянии журналистики. Как справедливо отмечает В. В. Тулупов, «к сожалению, самый большой грех сегодняшней российской прессы – пренебрежение профессиональными стандартами, и, прежде всего, этикой (что, по сути, одно и то же). Как результат – аудитория всё меньше доверяет СМИ, печатному и звучащему слову. Нынешнее поколение практически не знает качественной журналистики»<sup>80</sup>.

Подводя итог, необходимо выделить комплекс проблем, во многом обусловленных деятельностью массмедиа, без решения которых невозможно дальнейшее гармоничное развитие социума. Во-первых, необходимо регулярное проведение мастер-классов, обучающих семинаров для журналистов, встреч с экспертами по правовым вопросам, на которых бы поднимались актуальные проблемы профессиональной журналистской этики и правовой культуры. Журналистам необходима постоянная осведомлённость о тех изменениях, которые происходят сегодня в законодательстве.

Во-вторых, сегодня крайне важно журналистскому сообществу выполнять на должном уровне важнейшие функции журналистики – образовательную, культууроформирующую, просветительскую, а также содействовать всестороннему изучению ценностей журналистских материалов и в целом журналистского творчества.

И, наконец, в-третьих, чрезвычайно важно объединить усилия журналистского сообщества, общественных организаций и органов государственной власти для создания без-

---

<sup>80</sup> Тулупов В. В. Этика начинается с проведения границ между журналистикой, рекламой и паблик рилейшнз // Relga. – 2004. – № 2. – С. 12.

опасной информационной среды. Необходимо принять на законодательном уровне ряд мер, которые бы ограничивали демонстрацию в средствах массовой информации сцен насилия, агрессии, жестокости, аномальных форм поведения, а также материалов, содержащих оскорбления, жаргонизмы, нецензурную лексику и т. п. Безусловно, такие меры будут предупреждать процессы трансформации духовно-нравственных и культурных ценностей в современном обществе и способствовать усилению созидательной, конструктивной деятельности журналистов.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Как вы оцениваете современное состояние профессиональной этики журналиста?
2. Напишите пять принципов профессиональной этики журналиста, которые вы считаете наиболее важными для себя, и которым будете стремиться соответствовать в своей работе?
3. Каким вы представляете себе этического журналиста?
4. Подготовьте доклад на тему: «Профессионально-этические конфликты и коллизии в региональной журналистике».
5. Дайте характеристику миссии журналистики в регионе и приведите примеры того, как конкретные СМИ определяют стратегическое назначение своей деятельности.
6. Напишите эссе на тему: «Являются ли такие профессионально-этические ценности журналиста, как добросовестность, объективность, социальная ответственность, уважением к демократическим ценностям, порядочность актуальными и значимыми для современного журналиста? Или они утратили актуальность и не являются значимыми для современной журналистики, выглядят слишком идеалистично?»
7. Разработайте кодекс этики гражданской журналистики или, так называемой, блогерской этики.
8. Проанализируйте направления деятельности Союза журналистов России и его регионального отделения в Забайкальском крае. Оформите результаты работы в виде доклада-презентации.

9. Придумайте и разработайте квест для студентов-первокурсников, посвященный системе СМИ Забайкальского края и этическому регулированию журналисткой деятельности в регионе.

10. Прочитайте роман Леонида Жуховицкого «Остановиться, оглянуться». Ответьте на следующие вопросы. Какие этические ошибки допустил главный герой? В чём состоит нарушение журналистом профессиональной этики? Нарушена ли допустимая мера субъективности при работе над фельетоном, и по каким причинам? Почему в качестве примера выбран именно этот жанр? Какие нормы сбора информации были нарушены, и по каким причинам? Был ли соблюден принцип непредвзятости?



## ГЛАВА 3

### Аксиологический подход к журналистской этике

#### 3.1. Аксиология журналистики как наука

Именно через СМИ нация ежедневно общается сама с собой.

*В. Третьяков*

СМИ – магическое окно, через которое мы смотрим на мир, а также дверь, через которую идеи проникают в наше сознание.

*Р. Харрис*

В информационном обществе СМИ имеют неоспоримое влияние на психику и внутренний мир современного человека, они не столько удовлетворяют информационные потребности аудитории, сколько крайне заинтересованы в её внимании по разным причинам: корпоративным, политическим, рекламным. Но человек, в первую очередь, заинтересован «в отображении адекватной картины мира с адекватными или «вечными» человеческими ценностями»<sup>81</sup>. Человек от природы предпочитает жить в гармоничном мире, опирающемся на базовые и фундаментальные ценности, гарантирующие счастливое будущее. «Ценностный анализ фактов, явлений и процессов цифровых медиакоммуникаций – один из важнейших методов удовлетворения запросов общества на новое знание», – отмечает основоположник аксиологии журналистики Виктор Александрович Сидоров, профессор Санкт-Петербургского государственного университета<sup>82</sup>.

<sup>81</sup> Хочунская Л. В. Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2013. – № 2. – С. 91.

<sup>82</sup> Сидоров В. А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения // Гуманитарный вектор. – 2021. – Т. 16, № 4. – С. 117.

Масштабное тиражирование информации в СМИ приводит к противоречивому и двойственному характеру функционирования современных массмедиа, которые участвуют, как в интеграционных, так и в дезинтеграционных процессах<sup>83</sup>. Современное информационное пространство функционирует по законам рынка и согласно рейтинговой философии творчества. Конфликт, провокация, эпатаж, постмодернистская игра с традиционными представлениями людей – доминирующие триггеры успешного контента. В результате ценностного плюрализма усиливается разобщённость людей в обществе, появляются обособленные интересы, несоизмеримые с общим благом и традиционной моралью.

Многочисленными учёными отмечается угроза стабильной ценностной системе общества. Популярный в современных СМИ приём выделяет С. Кара-Мурза: «Представление сообщений в виде запретного плода, атака на табу и запреты, ввиду отсутствия собственной оформленной идеологии»<sup>84</sup>. Постмодернистское мышление, структурируя медиадискурс игровыми технологиями, стремится к освобождению от «идеалов-идолов». Игра имманентно предполагает некую вседозволенность, она, по утверждению Й. Хейзинга, «есть свобода»<sup>85</sup>. В современном информационном пространстве осуществляется глобальный эксперимент по переигрыванию традиционных ценностей. «Перемещаясь», ценности теряют своё истинное содержание, перформируются, изменяются. М. Бахтин писал: «игра – это мир-перевертыш, инобытие, где жизнь ... разыгрывает ... другую свободную (вольную) форму своего существования»<sup>86</sup>. СМИ в силу своих сущностных особенностей способны отражать истинные и мнимые ценности, оперируя вечными категориями добра и зла<sup>87</sup> (рис. 4).

---

<sup>83</sup> Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации: учеб. пособие. – М.: Юрайт, 2014. – С. 114.

<sup>84</sup> Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000. – С. 610.

<sup>85</sup> Хейзинга Й. Homo Ludens (Человек играющий). – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 20.

<sup>86</sup> Бахтин М. М. Эстетическое наследие и современность // Собр. соч.: в 2 т. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 1992. – Т. 2. – С. 263.

<sup>87</sup> Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации: учеб. пособие. – М.: Юрайт, 2014. – С. 125.



*Рис. 4.* Ценности СМИ

Технологический аспект развития современных медиа превосходит смысловой контент, «инструменты, которые создаются людьми, быстро опережают их умственные способности»<sup>88</sup>. Вопрос «КАК преподнести информацию» доминирует над смыслопорождающими вопросами «ЧТО» и «ДЛЯ ЧЕГО». Снижение качества массовых информационных потоков способствует формированию тревожного и негативного медиадискурса. Наблюдается «противоречие между назначением журналистики и реальной деятельностью СМИ»<sup>89</sup>. Как аргументированно заметил В. А. Сидоров, медийные агрессии и деструкции по отношению к духовной жизни социума рассматриваются в качестве актуального проблемного поля построения аксиологии массмедиа в XXI в.<sup>90</sup> Разрушение ценностей в массмедийных потоках – проблема информационной безопасности государства, это глубинная угроза его существования.

Поэтому развитие аксиологии журналистики в отрасль гуманитарного знания о массмедиа<sup>91</sup> есть насущная задача современности. В рамках «аксиологии журналистики» осуществ-

<sup>88</sup> Namelink C. James Halloran Memorial Lecture. Conversations with my Robot // Nordicom Review. – 1996. – Vol. 30. – С. 222.

<sup>89</sup> Лазутина Г. В. Ведущее противоречие журналистики в условиях современной России как научная проблема: к разработке проекта исследования // Вестник Московского государственного университета. – 2015. – № 5. – С. 108.

<sup>90</sup> Сидоров В. А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения // Гуманитарный вектор. – 2021. – Т. 16, № 4. – С. 121.

<sup>91</sup> Там же. – С. 120.

влияется изучение журналистики как источника и ретранслятора ценностей общества во всём их предметно-смысловом многообразии<sup>92</sup>. В целом журналистика воспринимается как социальная ценность, подвергаются также анализу принципы и способы освоения журналистами социокультурных ценностей, технологии и стратегии их репрезентации в медиакурсе, эффективность воздействия на духовно-нравственный мир целевой аудитории.

Журналистика априори имеет духовно-нравственное содержание, это особая сфера продуцирования ценностей в обществе. В журналистском творчестве аксиология встроена в двусторонний процесс. Во-первых, *создания текста*, так как в процессе восприятия и обработки фактуры автор опирается на определённую сформировавшуюся у него ценностную картину мира. Во-вторых, *целевая аудитория в процессе выбора контента и его осознания* также использует свои ценностные приоритеты – например, тяготеет к таблоидным СМИ или к качественной деловой периодике.

Аксиология как особенное направление исследований в философии, посвященное теории ценностей, появилась в России в конце XIX в. В аксиологии ценности рассматриваются как важнейший элемент мотивации, обеспечивающий свободу выбора поведенческих реакций индивида на испытываемые влечения. Философы выделяют три уровня ценностной мотивации: базисные «ценности как цели», исторически изменчивые «ценности по выбору» и исторически вариативные «ценности как средства»<sup>93</sup>.

В науке представлена многоликая дефиниция ценностей. М. Вебер понимал ценности как трансцендентное, М. Шелер как цель, Г. Риккерт как смыслы, Ф. Ницше как волю. Создатель концепции о Сверхчеловеке утверждал, что ценности – это «наивысшее количество власти, которое человек в состоянии себе усвоить»<sup>94</sup>. Американский психолог А. Маслоу

---

<sup>92</sup> Сидоров В. А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения // Гуманитарный вектор. – 2021. – Т. 16, № 4. – С. 121.

<sup>93</sup> Момджян К. Х. О проблеме общечеловеческих ценностей // Вопросы философии. – 2020. – № 3. – С. 25.

<sup>94</sup> Ницше Ф. Избранные произведения. – М.: Просвещение, 1993. – С. 377–513.

ассоциировал феномен ценности с механизмом человеческого выбора и потребностями. В результате сформировались разные подходы к пониманию ценностей. Психологизм (натурализм) выводит ценность из биопсихологической природы человека. В данной трактовке ценности фокусируются в опыте, чувствах, желаниях, потребностях человека, следовательно, они относительны и субъективны.

Кантианское направление (И. Кант) констатирует объективизм ценностей, которые представляют собой идеальные сущности, пребывающие за пределами реальности, в мире должноствования и целей. Жизненное пространство распадается на сущее и должное, состоит из бытия и ценностей, способных объединиться лишь в мировоззрении человека. Ценности сами по себе не имеют бытия, у них есть только значимость: они суть требования, обращенные к воле человека. Австрийский психиатр В. Франкл и немецкий философ Н. Гартман<sup>95</sup> также видели в ценностях неизменные идеальные образования, лежащие по ту сторону реального мира, но одновременно они и есть сущность реального мира, которая управляет им. Как только человек постигает какую-нибудь ценность, он автоматически осознаёт, что эта ценность существует сама по себе, независимо от того, принимает он её или нет.

Онтологический подход (Платон) провозгласил единство сущего и должного. Неотделимость ценности от бытия в первооснове Боге стала ключевой идеей именно русской философской мысли (Н. О. Лосский, В. С. Соловьев, С. Л. Франк, Г. Г. Шпет и др.). Исследователи пытались разрешить дилемму крайностей: субъективизма и абсолютизма в аксиологии. Они предполагали, что абсолютная полнота бытия возможна только в Боге, но каждый элемент земной жизни обладает ценностью, поскольку находится на пути, ведущем к Богу и полноте бытия. Основным инструментом ценностного общения объявляется «совесть» – весть Бога внутри человека, который, обладая свободой воли, вынужден ежедневно выбирать между

---

<sup>95</sup> Гартман Н. Проблема духовного бытия. Исследования к обоснованию философии истории и наук о духе // Культурология. XX век. – СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 1995. – С. 771–809.

добром и злом. Человек не производит ценностей, они «плод сверхиндивидуального человеческого сознания, находящегося за пределами всех возможных субъектов и объектов, в мире нравственного долженствования и абсолютных ценностей»<sup>96</sup>.

Марксистская философия относилась прагматично к теории ценностей, назвав последние – явлениями природы и общества, результатами жизненных благ и культуры людей определённого социума и класса. В рамках актуальных современных исследований ценности составляют ядро национальной культуры, опосредуют её духовные коды. По утверждению Г. П. Выжлецова, ценности позволяют увидеть культуру народа и общества изнутри, из глубин социальной и индивидуальной жизни<sup>97</sup>.

*Духовные ценности* – своеобразные социальные гены, определяющие структуры и функции социальных организмов, хранятся ценности в «душе» или менталитете нации. Н. И. Лапин определяет духовные ценности нации как «обобщённые представления людей относительно целей и норм своего поведения и в целом существования, воплощающие исторический опыт и концентрировано выражающие смысл культуры отдельной нации, это существующие в сознании каждого человека духовные ориентиры, с которыми индивиды и социальные группы соотносят свои действия»<sup>98</sup>.

Ценности, как сущности реальные, упорядочивают действительность, вносят в её осмысление оценочный подтекст. Исследователь В. А. Сидоров справедливо замечает: «философский подход к феномену ценности предполагает рассмотрение не самой ценности и не самой ценностной оценки, а целостного ценностного отношения, полюсами которого являются ценность и оценка»<sup>99</sup>. Духовные ценности образуют

---

<sup>96</sup> Максимов А. Н. Философия ценностей. – М.: Высшая школа, 1997. – С. 84.

<sup>97</sup> Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. – СПб.: СПбГУ, 1996. – С. 3.

<sup>98</sup> Динамика ценностей населения реформируемой России / Н. И. Лапин, Л. А. Беляева, Н. Ф. Наумова, А. Г. Здравомыслов; отв. ред. Н. И. Лапин, Л. А. Беляева. – М.: Эдиториал УРСС, 1996. – С. 3.

<sup>99</sup> Сидоров В. А. Аксиология журналистики: возможности прочтения проблематики // Теория журналистики: в поисках смысла, структуры и назначения. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2007. – С. 49–50.

глубинные внутренние структуры личности, они организуют бытие человека, как в пространстве, так и во времени: обеспечивают селекцию воспоминаний (аспект прошедшего), структурируют переживания (аспект настоящего), обуславливают устремления (аспект будущего). Ценность как бы стягивает всё духовное к разуму, чувствам и воле человека.

Духовные ценности, включающие должное и желаемое, способствуют объединению нации и, будучи внутренней формой реальности, предполагают свободный, добровольный выбор каждого человека. Ценностные отношения людей не являются принудительными, не регулируются силой, обманом и другими материальными рычагами. Функциональность ценностей, образующих национальную картину мира языковой личности, состоит в их значимости, а не фактичности. Они – внутренняя сущность человека, которую логически и научно доказать невозможно, но именно она детерминирует сознательную жизнь личности, определяя её стремления, желания, поступки и действия.

В современной науке сформирована обширная *типология ценностей*. Простейшая классификация предполагает деление на ценности жизни и ценности культуры, что обусловлено традиционным делением культуры на материальную и духовную<sup>100</sup>. В зависимости от содержания ценностей выделяют:

– витальные ценности, связанные с процессом жизни (жизнь, здоровье, качество жизни, наслаждение, природная среда и др.);

– социальные ценности (социальное положение, статус, трудолюбие, богатство, профессия, семья, терпимость, равенство полов и др.);

– эстетические ценности (красота, идеал, стиль, гармония и др.);

– нравственные ценности (добро, благо, любовь, дружба, долг, честь, порядочность и др.);

– религиозные ценности (Бог, божественный закон, вера, спасение, свобода выбора);

---

<sup>100</sup> Барьядаева В. А. К вопросу о ценностях и их классификация // Вестник Бурятского государственного университета. – 2009. – № 6. – С. 85.

– политические ценности (свобода слова, гражданская свобода, законность, гражданский мир и др.);

– правовые ценности (порядок, ответственность, свобода, равенство, справедливость и др.).

Обозначены *три уровня, в которых существует и проявляется ценность*: значимость, смысл и переживание<sup>101</sup>. С точки зрения психологии восприятия потребителя, деятельность авторов массмедийных потоков по сути аксиологична. Любой медиатекст вне зависимости от его жанрового оформления и поставленных создателем задач направлен на распространение системы взглядов на мир, структурированной согласно определённой совокупности ценностей, важных для автора и соответствующих картине мира аудитории.

Аксиологическая картина мира современного человека обусловлена системой доминирующих образов в контенте предпочитаемых СМИ. Новости, очерки или аналитика предлагают аудитории не столько факт, сколько яркую в контексте востребованности картину происходящего. С течением времени часто повторяемая в массмедиа система образов сублимирует в систему ценностей потребителя. Востребованный, рейтинговый медиатекст способен влиять на:

- 1) когнитивный;
- 2) эмоциональный;
- 3) поведенческий компоненты психики человека.

В результате меняются:

- 1) мировоззренческие установки и ключевые смыслы бытия;
- 2) уровень переживания реальности;
- 3) тактики и паттерны поведения человека.

Доминирующий в инфополе медиатекст является эффективным проводником традиционных и новых социально-культурных ценностей общественного бытия<sup>102</sup>.

---

<sup>101</sup> Баева Л. В. Ценностные основания индивидуального бытия: Опыт экзистенциальной аксиологии: монография. – М.: Прометей МПГУ, 2003. – С. 19.

<sup>102</sup> Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века.): монография. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2009. – 340 с.



В медиадискурсе в разных форматах и с использованием различного коммуникативного инструментария генерируются отношения к важным категориям жизни человека: добро, зло, любовь и дружба, семья, власть, родина, государство и др. Два ключевых фактора современных массмедиа – тотальность охвата и распространения, а также стремление к рейтинговой – профессионально смоделированной истории обуславливают их возможность непосредственно формировать массовое сознание (которое проявляет себя в общих идеях, взглядах и представлениях, принципах, нормах, настроениях, переживаниях и привычках). Иными словами, инфопотоки массмедиа тиражируют духовные образования, которые разделяются представителями определённого социума и в которых граждане страны осознают себя и своё бытие как нечто единое целое.

Информационные потоки конструируют медиаобраз действительности, отражённый в общем медиатексте и внедрённый в сознание потребителя. Поэтому современные СМИ являются важной частью духовного производства, они активно транслируют идеалы и ценности, обладают несомненными идентификационными ресурсами в обществе. Создатель контента, – журналист, непосредственно вовлечён в данное производство, его аксиологическая картина мира определяет ракурс интерпретации действительности в системе духовно-нравственных координат.

Философ М. М. Бахтин заметил, что текст «ценностно выводит нас за пределы произведения как организованного материала, как вещи»<sup>103</sup>. Медиатекст отражает виртуальное духовное бытие; нацеленный на аксиологическую репрезентацию, он является уникальной лабораторией по синтезу и трансляции ценностей. В результате журналистика предстаёт как социальный и политический институт, формирующий аксиологию потребителя. Интенсивное развитие «четвёртой власти» в этом направлении поставило журналистику на одну ступень с такими коммуникативными факторами культуры, как религия и искусство.

---

<sup>103</sup> Бахтин М. М. Эстетическое наследие и современность // Собр. соч.: в 2 т. – Саранск: Изд-во Мордовского университета, 1992. – Т. 2. – С. 43.

Впервые о *культурунаследственной функции СМИ* заявил Г. Лассуэл в 1948 г., назвав средства информации «носителями, трансляторами идеалов и культурного наследия поколений»<sup>104</sup>. Роль СМИ, – гласят американские учебники, – состоит в разъяснении ценностей общепринятой морали – того, что мы действительно хотим для себя и нашего мира. В результате, по утверждению исследователей, патриотические и религиозные чувства в этой стране неизменны с 1924 г.

При изучении культурунаследственной функции СМИ обычно выделяют два уровня её реализации: *первый* – исторический или вертикальный – подразумевает передачу ценностей от поколения к поколению; *второй* – актуальный или горизонтальный – связан с процессом вращения культурной информации внутри конкретного социума. Аксиологическая социорегуляция, в зависимости от канала коммуникации, осуществляется тремя методами: материальное воплощение культурной информации (конкретный продукт – например, журнал или газета), вербальное воплощение (все СМИ) и аудиовизуальное воплощение (электронные СМИ). К техническому инструментарию тиражирования относятся разнообразные жанры журналистики, профессиональные стили, стратегии, имиджи, методы обработки и интерпретации фактуры, технологии текстообразования и воздействия на аудиторию.

Ценности в масмедиа воспроизводятся, создаются и существуют в определённом целостном пространстве, которое обладает специфическим содержанием, транслирует смыслы с помощью профессиональных технологий и существует в рамках конкретного формата. Текст СМИ образует некое «сложное целое, функционирующее как структурно-семантическое единство»<sup>105</sup>. Такой подход позволяет выявить общие для СМИ закономерности репрезентации ценностей, а также делает возможным выделение особого пространства – цен-

---

<sup>104</sup> Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Reader in Public Opinion and Communication. – New York: The Free Press, 1966. – С. 178–189.

<sup>105</sup> Тураева З. Я. Лингвистика текста (текст: структура и семантика). – М.: Просвещение, 1986. – С. 11.

ностной сферы или аксиосферы СМИ. Цельность данного пространства составляют различные элементы содержательных, формальных и технологических системных образований, которые тесно взаимосвязаны друг с другом.

В результате, *аксиосфера СМИ* есть относительно самостоятельная виртуальная сфера, аккумулирующая систему духовно-нравственных ценностей (которые репрезентирует, формулирует и пропагандирует в обществе институт СМИ), обладающая определённой совокупностью жанровых (форматных), семантических (смысловых) и структурных компонентов<sup>106</sup>.

Распространение аксиологических приоритетов поддерживается стремительным совершенствованием информационных технологий и активным развитием различных способов взаимодействия с целевой аудиторией. Изменения и трансформации всегда были неотъемлемой чертой массмедиа, тесно связанных с историей социума. Как пишет Е. Л. Вартанова: «В результате, изменчивость медиа стала их имманентной характеристикой»<sup>107</sup>. Технологические сдвиги корректируют структурно-содержательное наполнение аксиосферы СМИ.

Проблема аксиосферы массмедиа по-разному рассматриваются учёными с точки зрения сущности ценности, её возникновения, продуцирования, способов существования и взаимодействия с социальными факторами<sup>108</sup>. Используются различные подходы и соответствующий им угол интерпретации когнитивного и форматного потенциала ценностной сферы<sup>109</sup>.

---

<sup>106</sup> Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века.): монография. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2009. – С. 28.

<sup>107</sup> Вартанова Е. Л. Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы. Медиаальманах. – 2018. – № 1. – С. 8–13.

<sup>108</sup> Виноградова С. М., Мельник Г. С. Психология массовой коммуникации: учеб. пособие. – М.: Юрайт, 2014. – С. 115.

<sup>109</sup> Массмедиа и ценностные отношения общества: сб. ст. / под ред. Г. В. Лазутиной. – М.: МедиаМир, 2013. – 316 с.; Срыбный Д. С., Сипко Е. С. Ценностная дихотомия спорта высших достижений как аксиологическая основа спортивного дискурса СМИ // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2017. – № 28. – С. 129–134; Зеленина Е. В., Порецкая Т. Ю. Ценностно-смысловая основа материалов журнала «Огонек» // Вестник Волжского уни-

## Контрольные вопросы и задания

1. Кто из отечественных и зарубежных учёных разрабатывал теорию ценностей.
2. Назовите известные вам типологии ценностей.
3. Специфика взаимодействия ценностей общества и журналистики – что вы думаете об этом. Определите место и роль ценностей в журналистике и журналистском творчестве.
4. Дайте характеристику современным массмедиа с точки зрения их ценностного потенциала. В массмедиа существует ценностная динамика, характерная определённой эпохе?
5. Сформулируйте аргументы в пользу положения «Журналистское произведение как ценность».
6. Сформулируйте значение ценностного понимания жизни в творчестве журналиста.
7. В поиске и интерпретации информации в журналистике присутствует ценностный выбор? Обоснуйте свою точку зрения.
8. Дайте определение понятию «аксиология журналистики».
9. Разработайте алгоритм ценностного анализа журналистского текста.
10. Смоделируйте ситуацию с помощью схемы или таблицы «Эффекты культивирования антиценностей в СМИ».
11. Составьте аксиологический портрет журналиста (по выбору студента).

---

верситета им. В. Н. Татищева. – 2016. – Т. 2, № 4. – С. 185–195; Богданович Г. Ю., Калугина А. Ю. Эмоциональная природа как аксиологическая составляющая информационного контента регионального телевидения // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. – 2019. – Т. 5, № 1. – С. 3–12; Антропова В. В. Ценностные трансформации эстетической концептосферы в современных массовых изданиях // Меди@льманах. – 2017. – № 5. – С. 14–22.

### 3.2. Аксиология журналистики в парадигме лингвокультурологии

Денационализируясь, человек теряет доступ к глубочайшим колодцам духа и к священным огням жизни. Он становится беспочвенным и безродным скитальцем по чужим духовным дорогам, обезличенным интернационалистом. Горе ему и его детям: им грозит опасность превратиться в исторический песок и мусор.

*И. А. Ильин*

Лингвокультурология устанавливает тесные взаимоотношения между языком и культурными концептами, между языковой картиной мира и единицами текста, в которых заключена национально-культурная специфика. Соответственно *лингвокультурологический анализ* деятельности журналиста выстроен на идеи «неразрывного единства языка и культуры социума». Представленный в данном параграфе подход позволяет видеть в создателе медиатекста действующего субъекта ценностных взаимоотношений с аудиторией, активного участника процесса информирования и возможных преобразований на основе сохранения культурных традиций и исторической памяти.

В исследовании аксиологической культуры журналиста мы обращаемся к данным социальной психологии и когнитивной лингвистики, утверждающим, что поведение человека детерминировано его фоновыми знаниями, полученными извне. Homo Sapiens есть субъект в действии, который активно воспринимает, продуцирует и преобразовывает информацию, руководствуясь в своей мыслительной деятельности определёнными алгоритмами её обработки, схемами и стратегиями. Без данных конфигураторов свёртки-развёртки информации невозможна организация понимания и мышления человека.

Задача нашего мозга – конструировать модель реальности согласно выстроенным взаимосвязям нервных клеток – уже сформированным шаблонам, которые мы создаём и потом пытаемся приспособить к действительности. По утверждению А. В. Курпатова, наша жизнь – продукт интеллектуаль-

ной деятельности, совершаемой здесь и сейчас на основании того опыта, который был накоплен прежде<sup>110</sup>. Инструментом кодирования и переработки информации (или ментальной репрезентации мира) в когнитивной лингвистике назван концепт как глобальная единица мыслительной деятельности человека, а в когнитивной психологии – конструкт<sup>111</sup>.

Согласно данным современной когнитивной лингвистики<sup>112</sup>, в идеальных условиях языковая личность журналиста, как носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, с помощью совокупности когнитивных средств воспроизводит (репрезентирует) исконные модели мировидения.

В структуре языковой личности особое место принадлежит ценностям как наиболее фундаментальным характеристикам культуры<sup>113</sup>. В процессе обработки фактуры журналист опирается на языковую картину мира и соответствующую концептосферу, объединяющую ценностные представления народа или нации о важных категориях бытия. Журналист интерпретирует фактуру реальности, как правило, апеллируя фоновыми ценностями социума, едиными для него и потребителя.

Духовные ценности – генетически устойчивы, они образуют социокод культуры, хранятся на глубинном уровне общественного сознания и встроены в национальную модель мира языковой личности – в систему понятийных схем и вербализованных представлений-оценок о собственном «Я» и окружающем мире. Автор медиатекста, а также его потребитель, в процессе восприятия и интерпретации фактуры используют данный аксиологический инструментарий. Соответственно возможно предположить, что именно указанные ценности являются универсальным фактором интереса для российской

---

<sup>110</sup> Курпатов А. В. Чертоги разума. Убей в себе идиота! – СПб.: Дом Печати, 2018. – 409 с.

<sup>111</sup> Малюченко Г. Н. Опыт социально-психологического анализа целостных представлений о мире // Известия Саратовского университета. – 2006. – Т. 6, № 1/2. – С. 77–81.

<sup>112</sup> Колесов В. В. Основы концептологии. – СПб.: Златоуст, 2019. – 776 с.

<sup>113</sup> Карасик В. И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. – С. 166.

аудитории. Потребитель медиатекста погружается в активную коммуникацию и диалог с автором при условии ментального совпадения – «конгруэнтности смысловых полей». Писатель Ю. Боров рассматривает интерпретацию как «устранение дистанции между автором и реципиентом ... Интерпретатор выступает как своеобразный культурный медиаум»<sup>114</sup>.

Активное воспроизведение концептуальных представлений в медиадискурсе позволяет говорить о *культурном ландшафте медиатекста*, который непосредственно привязан к географии и местности определённого социума. Данная сфера культуры, запечатлённая в медиадискурсе, имеет прикладное значение, она ориентирована на воспроизводство, сохранение и трансляцию культурной памяти, «обретение/воскрешение смысла»<sup>115</sup>.

В процессе эффективного диалога журналиста с аудиторией используются различные способы передачи культурнозначимой информации. Это своеобразные маркеры российской культуры, закреплённые, как в картине мира журналиста, так и в концептуальном дискурсе СМИ. Они указывают (маркируют) на ключевые признаки, установки и смыслы отечественной культуры<sup>116</sup>. Маркеры – носители национальной памяти народа, они аккумулируют культурные коды и раскрывают специфику типических коллективных переживаний в обществе. Выделяют в первую очередь *когнитивные маркеры – концепты, архетипы, стереотипы*, которые демонстрируют первосмыслы/первообразы определённой культуры.

Обращение в журналистском творчестве к привычным формам и символам массового сознания воссоздаёт медийную модель действительности, фундамент которой образуют знаковые реалии культуры, исконные понятия и суждения

---

<sup>114</sup> Боров Ю. Б. Эстетика. – М.: Высшая школа, 2002. – С. 347–348.

<sup>115</sup> Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14, № 5. – С. 77–86.

<sup>116</sup> Ерофеева И. В. Маркеры русской культуры в современном медиатексте // Гуманитарный вектор. – 2016. – Т. 11, № 3. – С. 127–137.

народа. Подобные конструкты демонстрируют совокупность смыслов и всей суммы представлений человека о важных категориях бытия. Маркеры в сценарном (нарративном) повествовании в медиатексте позволяют обрабатывать, хранить и передавать ментальную информацию, закреплённую в национальной культуре: концепты как «единицы коллективного знания/сознания»<sup>117</sup>, концентрирующие духовные представления нации; стереотипы как встроенные в концепт устоявшиеся и упорядоченные образы; архетипы, как структурно-формирующие элементы бессознательного и «осадок психического опыта всех предыдущих поколений», как некие врожденные типовые формы интуиции<sup>118</sup> (рис. 5).

КОГНИТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	
<p><b>КОНЦЕПТ</b> единицы коллективного знания/сознания</p>	<p><b>СТЕРЕОТИП</b> устоявшиеся и упорядоченные образы</p>
<p><b>АРХЕТИП</b> элемент бессознательного, осадок психического опыта предыдущих поколений</p>	<p><b>НАРРАТИВ</b> взаимосвязь событий на основе когнитивных моделей</p>

*Рис. 5.* Когнитивные маркеры как носители культурной памяти

В эпоху существования рыночных СМИ использование национальных стереотипов важно рассматривать не только в системе естественной репрезентации в творческом процессе создания текста, но и с точки зрения эффективной, плодотворной работы журналиста. С одной стороны, стереотипы цензурит мысль автора, с другой стороны, позволяют создавать текст, идентичный картине мира целевой аудитории и находящий отклик в её сознании и жизни. Национальные стереотипы, как способ постулирования различных идей медиатекста,

<sup>117</sup> Воркачев С. Г. Культурный концепт и значение // Труды Кубанского государственного технологического университета. – 2003. – Т. 17, вып. 2. – С. 268–276.

<sup>118</sup> Юнг К. Г. Человек и его символы. – М.: Серебряные нити, 1997. – С. 333.



обеспечивают его эффективность – возможность влияния на когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты психики человека.

Теорию стереотипов обосновал американский социолог Уолтер Липпман. Этимология слова берёт свое начало в типографической работе (от греч. *stereos* – «твердый», *typos* – «отпечаток», «форма для печати оттиска»). Именно это формальное значение стало превалировать в социальных науках, когда речь шла об укоренившихся воззрениях и штампах, привычных и устойчивых понятиях с повторным воспроизведением. Стереотипы формируются достаточно долго на основе личного и коллективного опыта, в своей особой форме восприятия мира, сугубо через чувства и эмоции, они чрезвычайно устойчивы. У. Липпман ассоциировал их с *упорядоченной, схематичной, детерминированной культурой, «картинкой мира» в голове человека*<sup>119</sup>. Стереотипы – важная составляющая ментальности народа, его мирозерцания в категориях и формах родного языка<sup>120</sup>. В *социальном стереотипе медиатекста обобщён опыт представителей* конкретной лингвокультуры, это *национально-окрашенная* когнитивная схема категоризации мира, помогающей человеку в нём ориентироваться.

**Национальные стереотипы** эффективного медиатекста объединяют вербальные и невербальные компоненты. Они обращены к разным уровням восприятия человека, призваны пробуждать мотивы и желания читателя, слушателя, зрителя. Как правило, медиатексты с востребованными стереотипами основываются на ментальном тренде – смысловом стержне, обращённом к ядерным потребностям человека того или иного общества: например, семья и дом, успех (слава), самоактуализация, родина и др.

По мнению Ж. Коллена, «стереотип – это механизм взаимодействия, по крайней мере, двух сознаний, простейшая форма коммуникации, результат взаимного тяготения и куль-

---

<sup>119</sup> Lippman W. Public Opinion. – New York: Harcourt, 1922. – 233 p.

<sup>120</sup> Пименова М. В. Национальные стереотипы в аспекте когнитивной лингвистики // Актуальные проблемы современной лингвистики: сб. ст. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. – С. 95–101.

турного напряжения»<sup>121</sup>. В данном контексте основная социокультурная роль журналистики – пробуждение исторической памяти человека, попытка связать его прошлое и будущее, его генетическую ценностную картину мира и возможность продолжения истории рода с сохранением своей национальной идентичности. Национальные стереотипы в медиатексте обращены к вкусам большинства, тиражируют гештальты – целостные образы, отражающие своеобразие и самобытность автора текста и его потребителя. Предлагаемые аудитории ментальные образы находят отклик в фоновых знаниях человека, открывают глубинные смыслы его мировосприятия и одновременно определяют содержание мировоззрения и вектор дальнейшей жизни. Национальные стереотипы стимулируют желание жить определённым образом.

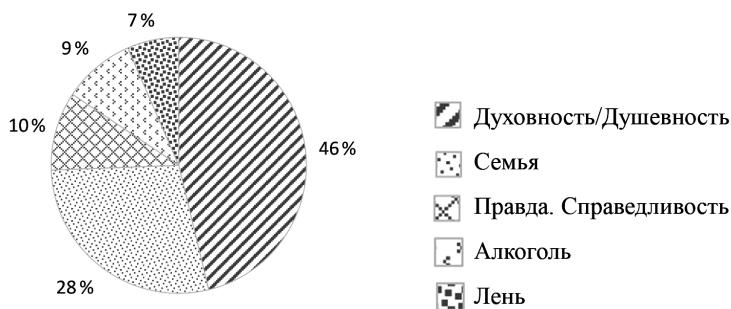
Вместе с магистрантом направления «Журналистика» О. А. Фильшиной нами было проведено исследование по репрезентации стереотипов в печатных СМИ<sup>122</sup>. На основе лингвокультурологического анализа более 482 текстов федерального еженедельника «Аргументы и факты», а также региональной газеты «Читинское обозрение» за период сентябрь-октябрь 2018 г. были сделаны следующие выводы. В 113 публикациях имела место явная репрезентация национальных стереотипов, что составило 23,4 % от общего числа просмотренных материалов. Среди них текстов в федеральном издании – 70 (21 % от общего числа просмотренных публикаций в этом издании), в региональном – 43 (29 % от общего числа). В общем поле СМИ выявлено 170 упоминаний национальных конструктов различного характера (102 – «АиФ»; 68 – «Читинское обозрение»). Почти в четверти журналистских материалов в качестве творческого решения использована репрезентация национальных стереотипов, при этом в федеральных СМИ подобные медиатексты встречаются чаще, чем в региональных.

---

<sup>121</sup> Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. – М.: Педагогика-Пресс, 1996. – С. 73.

<sup>122</sup> Ерофеева И. В., Фильшина О. А. Национальные стереотипы в культурном ландшафте современной журналистики // Известия Южного федерального университета. – 2019. – № 4. – С. 200–209.

Процентное распределение смысловых единиц от общего числа материалов с использованием стереотипов выглядит следующим образом:



**Рис. 6.** Национальные стереотипы в газетах «АиФ», «Читинское обозрение»

Модель мира создаётся путём интенсивного использования стереотипов, паттернов мысли и поведения, сконцентрированными в менталитете социума. Иван Петрович Павлов писал, что «Работа мозга – это бесконечное стремление к динамической стереотипии»<sup>123</sup>. В процессе активного осмысления поступающей информации человек дифференцирует её на части, выделяет наиболее актуальные для него элементы и формирует целостную упорядоченную и непротиворечивую картину реальности – гештальт. Из разноликой и многочисленной массы сигналов мозг выделяет некий стержневой образ, а остальное становится фоном для этого образа. Вольфрам Шульц в своих экспериментах доказал, что именно этот момент сопровождается выбросом дофамина – «гормона удовольствия». Поэтому модель мира человека есть одновременный двухступенчатый процесс отражения существующей действительности и конструирования конгруэнтной (соответствующей) его психики реальности. По мнению А. А. Соло-

<sup>123</sup> Курпатов А. В. Чертоги разума. Убей в себе идиота! – СПб.: Капитал, 2018. – С. 372.

дова, гештальт как некое целостное восприятие имеет сенсорную природу и выражается в соответствующих чувственных образах<sup>124</sup>.

Э. Тоффлер утверждал, что «каждый из нас создаёт ментальную модель действительности, у нас в голове существует как бы склад образов»<sup>125</sup>. Целостные образы отражают полярные реакции человека на бытийные раздражители: грех-свято́сть, добро-зло, правильное-неправильное, честно-бесчестно, друг-враг и т. д. Схожие или идентичные системы образов позволяют одинаково оценивать субъекты и объекты реальности, между людьми как носителями данных систем с большой вероятностью возникнут отношения близости по принципу «подобное тянется к подобному».

В лингвокультурологии модель мира человека обусловлена ментальными представлениями социума, она фиксирует черты и смыслы, значимые для этноса или нации. В отдельных исследованиях обозначены две противоположные модели мира – западная модель с её направленностью на экономическую и политическую сферу общественного бытия и восточная модель с её ориентированностью на духовную сферу жизни общества<sup>126</sup>.

Модель мира отражает архетипы коллективного бессознательного, включает эмоционально заряженную систему ценностей и мировоззренческих установок, что делает возможным обустройство социальной жизни сегодняшнего дня на определённых основаниях и дальнейшее её развитие в будущем. В современном мире глобализации важно популяризировать модели, способствующие национальной идентификации. Согласно отдельным работам отечественных и зарубежных учёных, формирование массовой идентичности значимо для построения надёжной социальной безопасности, для обеспечения многих социальных функций государства<sup>127</sup>.

---

<sup>124</sup> Солодов А. А. Марковская модель представления чувственных образов для формирования модели внешнего мира // Статистика и Экономика. – 2018. – Т. 15, № 5. – С. 81–88.

<sup>125</sup> Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999. – С. 263.

<sup>126</sup> Малюченко Г. Н. Опыт социально-психологического анализа целостных представлений о мире // Известия Саратовского университета. – 2006. – Т. 6, № 1/2. – С. 77–81.

<sup>127</sup> Янгляева М. М., Якова Т. С. Роль массмедиа в конструировании региональной идентичности: медиагеографические подходы // Вопросы теории и прак-

Стабильность и процветание системы оптимально поддерживать за счёт медийных смыслов, пробуждающих культурную память человека. Данная проблема, по мнению В. Ф. Олешко, должна быть в центре внимания журналистов и исследователей конвергентных массмедиа. Коммуникативная и культурная память позволит «представителям различных российских социумов даже в условиях постоянно растущих объёмов информационных потоков сохранять свою идентичность»<sup>128</sup>.

Учитывая вышесказанное, *аксиологическая культура журналиста* – это системное образование, включающее определённую иерархию ценностей, которая отражает некоторые единые для социума идеалы, смыслы, некие значимые для конкретного человека и общества нормативные основания актов сознания и поведения. Данные идеальные сущности должны существовать и цели фокусируются в опыте, чувствах, желаниях и потребностях автора медиатекста, они обуславливают контекст интерпретации действительности журналистом, упорядочивают реальность, вносят в её осмысление оценочный подтекст. Естественное или целенаправленное использование журналистом конструктов культуры, в которой был рождён и воспитан человек, обеспечивает необходимую для общества национальную идентификацию и позволяет реализовывать культурно-наследственную функцию СМИ.

Фоновые знания в отечественном медиатексте демонстрируют аксиологию подавляющего большинства россиян – русской (российской) нации, которая сформировалась на основе культурно-психологического, политического и географического пространства, исторической памяти, религиозного опыта и единства языка. Отдельно взятые территории,

---

тики журналистики. – 2019. Т. 8, № 3. – С. 485–496; Francesco P. Mass Identity Architecture: Architectural Writings of Jean Baudrillard. – New York: Wiley Academy, 2006. – 206 p.; Tipton F. B. Modeling National Identities and Cultural Change: The Western European, Japanese, and United States Experiences Compared // International Journal of Cross Cultural Management. – 2009. – No 9. – P. 145–168.

<sup>128</sup> Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14, № 5. – С. 77.

география и климат не олицетворяют родину и не определяют национальность, ведь разные страны существуют в идентичных природных условиях. Для ощущения родины указанного недостаточно, «ибо родина есть нечто от духа и для духа», – писал философ И. Ильин<sup>129</sup>.

Согласно многочисленным исследованиям, наш национальный менталитет формировался в течение XIX в., последующие века – процесс кристаллизации и отдельных периферийных, незначительных изменений в условиях иной реальности жизни. Интересно рассмотреть с точки зрения лингвокультурологического подхода своеобразие творческой лаборатории журналиста как специфического способа духовного производства и формы познания мира с помощью концептов *Правда* и *Истина*<sup>130</sup>.

Несомненно, это ключевые концепты журналистского творчества. *Правда* и *Истина* образуют духовную основу этического кодекса журналистики и являются «ядерными» в российской картине мира. Другие европейские народы, как правило, используют всего одно слово: англ. “*truth*”, фр. “*Verite*”, нем. “*Wahrheit*”. Н. Бердяев писал, что «мужественный дух потенциально заключен в России пророческой, в русском странничестве и русском искании правды»<sup>131</sup>. На своём жизненном пути русский человек находится в постоянном поиске жизненного идеала, пребывает в сомнениях, ошибках и духовном движении под знаменем Истины и Правды. «Звенящая струна нашей души» предрекла популярность известной фразы главного героя фильма «Брат» Данила Багрова: «В чём сила, брат?... А я вот думаю, что сила в правде. У кого правда, тот и сильнее».

Особая ценность праведности для нашего соотечественника закреплена в многочисленных русских пословицах: «Правда светлее солнца», «Правда дороже золота (хлеба)», «Правда груба, да богу любя», «Простота, чистота, право-

<sup>129</sup> Ильин И. А. Путь к очевидности. – М.: Республика, 1993. – С. 220.

<sup>130</sup> Ерофеева И. В. Правда и истина как ментальные конструкты российского медиатекста // Журналист. Социальные коммуникации. – 2015. – № 1–2. – С. 156–167.

<sup>131</sup> Бердяев Н. А. Судьба России. – М.: Сов. писатель, 1990. – С. 36.

та – наилучшая лепота» и др. Устоявшиеся в русском языке словосочетания «искать правду», «постоять за правду» отражают ключевые мотивы поступков русского человека. Истина и правда – слова, одновременно связанные воедино и противопоставленные друг другу. У данных слов достаточно сложная этимологическая история:

**От** «Истина как противоположность лжи»,  
и «Правда как чистая и святая связь с Богом» ►

**До** «Истина как вечное и неизменное олицетворение объективного закона мироздания, начерченного извне» (Бог есть Истина, и Добро, и Красота) и «Правда как внутренний закон, который ассоциируется с земным, социальным и изменчивым»

Лингвист Ю. С. Степанов отмечает, что только в русской культуре справедливость соединяется с внутренним убеждением, граничит с правдой и включается в когнитивное поле истины<sup>132</sup>. Сценарий развёртывания концепта *Правда* относительно достоверности, фактологичности, правильности, справедливости, истинности приобретает особое значение в медиаторстве. Существует немало изданий, обозначивших интересующие нас конструкты в своих названиях: «Комсомольская правда», «Журналистская правда», «Украинская правда», «Казачья правда», «Слово правды», «Правда Севера», «Череповецкая истина», «Справедливая Россия» и др.

Правда – критерий суждений личности о событиях и фактах. Каждый конкретный случай можно оценить в разрезе человеческого правосудия: «творить суд и правду», «стоять за правду». Создание медиапроизведения – процесс творческий, хоть и встроенный в определённые корпоративные алгоритмы. Знание технологий (сбора фактов, их обработки, изложения и др.) есть лишь инструментальный каркас воплощения духовного мира автора. Акт творения предполагает прорыв к новому осмыслению пространства и времени, он позволяет

<sup>132</sup> Степанов Ю. С. Правда и Истина // Константы: Словарь русской культуры. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академический проект, 2004. – С. 455–471.

обнаруживать и открывать истинное бытие. Только имеющий некий духовный опыт автор способен продвигаться к Истине и отражать, чувствовать объективный мир, а не транслировать пустые и виртуальные симулякры – воспринимая реальность примитивным узким сознанием.

Градусы объективности зависят от внутренней готовности автора медиатекста воспринимать объекты и реалии определённым образом. В психологии журналистики этот феномен получил название «подготавливающая установка». Работая с фактурой, журналисты предпочитают правдиво говорить: «делаю новость». Знаменательно, что П. А. Флоренский достоверность называл «дискурсивной интуицией» – интеллектуальным чувством принятия произносимого суждения в качестве истинного<sup>133</sup>. В разные периоды истории утверждалась, например, «пролетарская правда» в советских СМИ, «демократическая правда» в постперестроечный период. Конечно, авторы современного медиатекста могут ошибаться в восприятии своей объективности, но, с другой стороны, множественность представлений, даёт богатство цветов и оттенков картины мира, и появляется возможность восприятия как бы «стереоскопической» объёмной картины мира<sup>134</sup>. Заблуждения стимулируют внутреннюю работу, запускают механизмы дальнейшего движения к Истине.

Постижение истинного мира, его объективной реальности в языке русской культуры сравнивается с особыми испытаниями, этимология слова «истина» включает сему «узнать всю подноготную, выявить подлинность чего-либо, отбросить лишнее – избавиться от подделки и лжи». Обнаружить достоверный факт, добыть его, выверить масштабность и соотношение полученной информации с актуальной проблемой и ценностями общества, обнародовать сведения – таков общий перечень ключевых пунктов работы с Правдой в творчестве журналиста. Указанные виды переживания истины и осозна-

<sup>133</sup> Флоренский П. А. Столп и утверждение истины // Сочинения: в 2 т. – М.: Правда, 1990. – Т. 1. – С. 3–816.

<sup>134</sup> Бочарников В. Н. Конструкт и гештальт – неинструментальные средства гуманитарной науки // Гуманитарный вектор. – 2014. – № 2. – С. 150–157.



ния правды закреплены в поговорках русского языка: Хлеб-соль ешь, а правду режь; Варвара мне тётка, а правда сестра; Кто за правду горой, тот чистый герой; Лучше горькая правда, чем красивая ложь; Правда тяжелей золота, а в воде не тонет.

Состояние *правды* и настойчивое стремление к *истине* обязывает к отречению от суетного и размеренно-покойного существования. Автор, попадая в неоднозначные ситуации «серых зон» журналистики, когда его жизненная позиция и представления о правде вступают в конфликт с мнением властных структур, или редактора, или большинства, вынужден выбирать между самооценностью истины и собственным благополучием. Несмотря на неоднозначность решения журналиста, истина уже давно запечатлена и неизменна – «Всё минется – одна правда останется». Работая в стрессогенной сфере СМИ, сталкиваясь каждый день с болью, отчаянием, проблемами людей, трудно жить «в уровень правды», но Правда и Истина от этого не меняются.

Как бы владельцы массмедиа и создатели медиатекстов не старались дистанцироваться от воспитательной функции СМИ, предпочитая говорить исключительно об информировании, профессионально обработанная и искусно приготовленная информация всегда влечёт за собой определённое воздействие на духовно-нравственный мир аудитории – это аксиома, давно признанная и экспериментально доказанная в науке. Для нас также очевидным является тот факт, что обращение к духовным ценностям России есть эффективный и универсальный метод не только привлечения внимания нашей аудитории, но и позитивного воздействия на неё, независимо от возрастных, социальных, политических и иных характеристик. Работа с указанными ценностями также сохраняет и умножает психическое здоровье самого автора медиатекста – журналиста.

Аксиология медиадискурса непосредственно связана с информационной политикой того или иного издания, с ценностной картиной мира конкретного журналиста. Именно данному вопросу будет посвящён следующий параграф учебного пособия.

### **Контрольные вопросы и задания:**

1. Охарактеризуйте культурно-наследственную функцию СМИ.
2. Что такое «культурная память человека»?
3. Почему в современную эпоху глобализации в журналистике важно популяризировать модели национальной идентификации?
4. Дайте определение лингвокультурологическому анализу медиадискурса.
5. Прокомментируйте известные высказывания: язык конструирует национальную картину мира; язык сегодня стал товаром, распределяемым по закону рынка; язык – самая священная из всех ценностей.
6. Каким образом отражаются идеалы и ценности в журналистской картине мира?
7. Что включает в себя аксиологическая культура журналиста?
8. Составьте список литературы по теме «Аксиология журналистики с точки зрения лингвокультурологии».
9. Что такое национальные стереотипы? На основе научных источников предложите типологию национальных стереотипов России.
10. Подумайте над концептами и стереотипами вашей языковой картины мира. Сделайте список когнитивных маркеров, которые чаще всего представлены в ваших журналистских материалах.
11. Напишите эссе о культурном ландшафте медиатекста.
12. Составьте структурно-логическую схему «Когнитивные маркеры как носители национальной памяти аудитории СМИ».
13. Кто из современных журналистов в своей деятельности ориентирован на национальную идентификацию. Аргументируйте свой выбор.

### 3.3. Аксиология в стратегии работы региональных СМИ

Я стал журналистом, чтобы максимально близко  
подойти к сердцу мира.  
*Генри Люс*

В данном параграфе мы предлагаем характеристику аксиологической культуры журналиста на основе проведённого масштабного социологического опроса, посвящённого выявлению ценностных доминант и аксиологических стратегий в работе журналистов СМИ Забайкальского края<sup>135</sup>. Учитывая результаты опроса, выделим текстовые блоки по ценностным предпочтениям в деятельности журналиста, а также сформулируем духовно-нравственные и иные маркеры культуры журналиста.

Моделирование аксиологических приоритетов поддерживается стремительным совершенствованием массмедийных технологий. Региональные редакции вынуждены соответствовать реалиям современности. Им приходится по-своему конкурировать с центральными СМИ. Журналисты малых городов и районных массмедиа предлагают свой контент и свои аксиологические доминанты развития. Районные СМИ интересуются событиями местного масштаба, привлекательность материалов для аудитории кроется в рассказах о тех, кто живёт рядом, в неумолимой возможности и самому стать героем материала.

В Забайкальском крае аксиологические стратегии работы СМИ стали темой магистерских диссертаций. Магистрант Валерия Афанасьева осуществила опрос журналистов и руководителей региональных СМИ Забайкальского края, провела анкетирование и интервью с экспертом на базе 25 редакций региона. Наше исследование проходило в три этапа с февраля

---

<sup>135</sup> Ерофеева И. В. Аксиологическая культура журналиста (на примере СМИ Забайкальского края) // Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы: сб. материалов всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Екатеринбург, 23–24 апреля 2020 г.). – Екатеринбург: Урал. ун-т, 2020. – С. 144–146.

2018 – по ноябрь 2019 г. Исследование позволило не только обозначить доминирующие ценностные приоритеты в работе региональных СМИ, но и выделить типовые культурные маркёры, демонстрирующие преобладание культурного кода в работе журналистов и актуализацию «воспоминаний» в парадигме «прошлое-настоящее-будущее».

В современных рыночных условиях редакции не только выполняют свои непосредственные профессиональные обязанности и удовлетворяют информационные потребности различных групп населения и общества в целом, они вынуждены отвоевывать свою информационную нишу и с помощью продуманных стратегий работы позиционировать своё СМИ. В науке *медиастратегия* (от греч. *Stratos* – «искусство полководца») есть интегрированная модель когний и действий, обеспечивающая не только достижение важных для данной структуры целей, но и успех её пребывания в информационном поле. Стратегия объективируется в формате какого-либо уникального предложения для целевой аудитории. Синтезированная в стратегии совокупность смыслов и действий основывается на определённых ценностных приоритетах, которые обуславливают ряд параметров работы редакции: идейно-творческую концепцию информационной политики; социальную позицию СМИ; содержательные компоненты контента – медиатопику, языковой и иконический инструментарий. Стратегия СМИ, как некий «мотивационный маяк» на пути к успеху, ориентирована на длительную перспективу, включает настоящее и желаемое, а также взаимосвязанный ценностный комплекс мыслей и поступков, иными словами – стратегия является способом достижения сложной цели работы редакции.

Аксиологические атрибуты стратегии способствуют созданию специфического медиаклимата в деятельности СМИ, определяют содержание и формат контента. Проведённое нами социологическое исследование позволило обозначить доминирующие ценностные приоритеты в работе СМИ Забайкальского края, выделить и расставить акценты в общей картине реального положения вещей, а также сформулировать

преобладающие мотивационные установки информационного взаимодействия, во многом формирующие аксиологическую модель мира потребителя.

Аксиология конкретного массмедиа включает совокупность ценностей и приоритетных идеалов, акцентированных в информационном пространстве. Данные сущностные смыслы в определённом ракурсе упорядочивают действительность, оказывая влияние на сознание и поведение людей. Ценностные доминанты позволяют увидеть редакционную культуру «изнутри, из глубин социальной и индивидуальной жизни»<sup>136</sup>, обозначить стратегическое направление деятельности редакций и аксиологическую плоскость в интерпретации фактуры.

### **Ценностные предпочтения в деятельности журналиста**

Качественное региональное СМИ – это школа профессионалов, владеющих журналистским мастерством и новыми информационными технологиями. При этом именно текст вербального и иконического характера остаётся главным инструментом эффективного диалога с аудиторией.

Как показало исследование, основной ценностью журналистов является *уникальный и качественный контент* (о чём заявили 83,4 % респондентов). С момента превращения газет и журналов в продукт массового производства журналистика трактуется как особый вид творчества. Спор о креативе и ремесле, о творчестве и шаблоне в работе журналиста достаточно распространён и с годами не теряет своей актуальности. Главный редактор популярной газеты «Вечорка» отметил: «Цель у нас одна – мы ценим безграничное журналистское творчество».

В качестве атрибутов *уникального контента* респонденты указали круглосуточное вещание, отказ от рекламы ради читателя, бесплатные объявления в газете, публикация наименьшего количества криминальных новостей. Интернет-издания особое внимание обращают на оперативный – скоростной, но глубокий авторский текст, демонстрирующий «энергию

<sup>136</sup> Выжлецов Г. П. Аксиология культуры. – СПб.: СПбГУ, 1996. – 152 с.

чувств, а также силу и мощь интеллекта», и отмечают очерковые материалы современного формата – лонгриды и вольные биографии. Представители ТВ-журналистики в качестве ценностных приоритетов контента назвали актуальность, нетипичный и свежий взгляд на события.

Самобытность СМИ поддерживается яркими авторскими и эксклюзивными материалами. Журналисты практически всех редакций выделили свои оригинальные (по их мнению) рубрики экономического и политического характера, авторские программы, необычные форматы ток-шоу, инсайдерскую информацию от эксклюзивных источников, а также единичные в информационном пространстве края интервью и отдельные проекты с местными и приезжающими из других городов работниками культуры (артистами, режиссерами, певцами и др.).

Пять редакторов ответили, что не хватает кадров и поэтому трудно быть оригинальным, когда, например, в редакции учредитель, редактор, корреспондент, верстальщик, корректор, распространитель в одном лице. В большинстве своём стратегические задачи по совершенствованию контента редакциями формулируются слабо и не отличаются разнообразием, лишь несколько руководителей СМИ претендуют на расширение охвата аудитории, географии распространения и увеличение объёма контента за счёт конвергентного подхода.

Большинство респондентов говорили о приоритете самобытных и уникальных материалов, представители электронных СМИ подчёркивали желание следовать новым трендам, «чтобы быть интересными и современными» («Радио Сибирь Чита»). Тем не менее, консервативный подход в интерпретации событий и проблем остаётся преобладающей стратегией работы, что в целом естественно для России – державы с неизменными традиционалистическими взглядами<sup>137</sup>. Для ряда печатных СМИ слоган «Сохраняем традиционность!» – основополагающий. В последнее время частотнее появляются материалы краеведческого характера, рассказывающие о культуре, архитектуре, истории и природных богатствах Забайкалья.

---

<sup>137</sup> Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Америка в сравнении с Россией и славянством. – М.: Раритет, 1997. – 680 с.

Уникальный контент кристаллизуется при наличии особой идейной канвы. Старейшее издание края «Забайкальский рабочий» культивирует историческую память, публикует много очерковых материалов исторического характера. Главный редактор пишет: «Чувствуем, что от нас ждут, чтобы о происходящем в регионе мы рассказывали сквозь призму исторической памяти».

Ряд печатных изданий и женский журнал «Гуранка.ру» сделали ставку на оптимистичное видение мира без «чернухи», на инвестиционный и позитивный имидж района, города, края. Информационная политика этих СМИ встроена в закон «эмоциональные качели»: рассказывать обо всём, что интересно людям («быть на одной волне с читателями»), но видеть в событиях, прежде всего, созидательную силу. Подобная стилистика массмедиа исключает отчаяние и безысходность – негативные эффекты воздействия на психику потребителя.

Доминирующее количество СМИ Забайкалья (68,3 %) зависят от властей города и края, которые чаще всего владеют контрольным пакетом акций. Полярная трактовка журналистами данного во многом объективного положения вещей отражает особенности дихотомического восприятия власти российским менталитетом, в рамках которого «власть» одновременно олицетворяет добро и зло, являет собой источник мудрости и силы («Бог на небе, царь на земле»), а также хаоса и лжи. Отдельные районные издания предпочитают активно взаимодействовать с властью, видя в ней «источник информации и финансовой поддержки». Более того, уверены, что «без полноценного взаимодействия с властями СМИ становятся маргинальными» («Первомайские ведомости»).

Для некоторых газет зависимость есть способ выживания, редакторы отмечают: «вынужденное однобокое взаимодействие». Однако большинство журналистов ответило, что это не мешает делать газету интересной – так как редакции публикуют не только официальные документы, но и налаживают связь читателей и власти (например, руководители на страницах газеты отвечают на наболевшие вопросы жителей):

– 50 % опрошенных отметили, что редакция и власть находятся в партнёрских отношениях;

– 10 % редакций реализовывают совместные проекты по развитию города или поселка. Журналисты обозначают: «У нас общая задача: процветание и благополучие района».

Максимально возможная **объективность и независимость содержания контента от государственной власти**, в том числе от учредителя, является приоритетной для 31,7% редакций, обладающих собственной информационной политикой. В результате в информационном пространстве данных СМИ имеет место критика правительства и чиновников, стремление к объективной оценке информации, её осмысление в контексте интересов и потребностей жителей города и в целом региона. Так, журналисты ряда разных СМИ медиахолдинга «Забайкальская Медиа Группа» гордятся тем, что «могут писать и пишут правду». Одновременно все журналисты отмечают, что в какой-то мере любое СМИ в процессе взаимодействия и получения необходимой информации зависит от власти региона и страны – от их своевременных ответов на запросы, от количества пресс-конференций и открытости первых лиц.

### **Духовно-нравственные маркеры культуры журналиста**

Многие редакции в качестве ценностного приоритета обозначили *дух единства*. Рассказы о редакционной жизни репрезентировали национальную идею исконной *соборности* как духовной общности многих совместно живущих людей. Подобное сосуществование предполагает свободное единение, при котором сохраняются самоценность и самобытность составляющих единство людей. «Каждого мы любим и принимаем», – пишет редактор одной из радиостанций. Стержневым компонентом единства является любовь к одним и тем же корпоративным и общечеловеческим ценностям. Метафорой единения в ответах некоторых журналистов стала «семья»: «редакция – это семья», «мы и аудитория – это большая семья». Корреспондент одной из телерадиокомпании подчер-



кивает дружеские отношения с аудиторией, подкрепляя его корпоративным слоганом «Маяк – это мы, это про нас». Подобное видение рабочей повседневности требует диалога и сочувствия на основе уважения и понимания, о которых в разных аспектах говорили респонденты. В семье принято договариваться, большинство СМИ предпочитает прямые диалоги на основе гармоничного взаимодействия – власти и жителей, управляющих компаний с потребителями, одних читателей с другими и т. д.

Лингвокультурологический анализ анкет позволил выделить и другие ментальные конструкты, характерные российской национальной картине мира: доброта, душевное сопереживание и сочувствие. Ряд СМИ, разделяя данные ценности, целенаправленно реализовывает масштабные благотворительные проекты. Редактор газеты «Забайкалец» отмечает: «Наши приоритеты – добрые примеры и рассказы о людях, для которых главным остаётся не только собственное Я, но и жизнь на общее благо». Электронные СМИ запустили долгосрочный проект «Молодая музыка Сибири», который создан с целью поиска молодых талантливых групп и настоящих сибирских самородков, а также несколько благотворительных проектов, реализуемых вместе с фондами «Пчелка Майя» и «Русфонд», в рамках которых помогают собирать деньги на лечение больных детей.

Аудитория печатных СМИ края неумолимо стареет, поэтому крайне важными в работе газет остаются различные формы разговора с читателями, обратная связь осуществляется через публикацию их писем и статей, что позволяет, например «Первомайским ведомостям» называть себя «поистине народной газетой». Во многих изданиях действует клуб друзей газеты. Дружеские узы со своей аудиторией поддерживаются многочисленными конкурсами среди читателей («Свадебный альбом», «Рецепты наших кулинаров», «Мордашка номера» и др.), ежегодными проектами, например по благоустройству города или посёлка.

В анкетах журналистов частотно представлена *социальная перцепция*. *Сочувствие* и *сопереживание* возведены в ранг неотъемлемых ценностей в работе редакции. Творчество жур-

налиста направлено на умение слушать и слышать потребителя, улавливать и понимать спектр его интересов и желаний, которые часто в сложных житейских ситуациях приходится отстаивать в информационном поле СМИ. Главный редактор газеты «Аргументы и Факты – Забайкалье» резюмирует: «Читатель – наша главная ценность. Именно читатель – наш мудрый советчик и строгий судья».

По мнению журналистов, понимание и принятие проблем и тягот аудитории должны трансформироваться в полезный текст, способный менять сложившуюся реальность. Жители края доверяют местным редакциям и регулярно обращаются к журналистам со своими проблемами. В результате появляются интерактивные рубрики: «Откровенно о личном», «На собственном примере», «Срочно в номер», «Доска позора», «Круглый стол», «Гость редакции», «Разговор с властью» и др.

Умение прислушиваться к «натянутой струне души» читателя, зрителя, слушателя рождает темы и рубрики с этническим, местным колоритом – о жизни коренных малочисленных народов Севера, об известных людях Забайкалья, об особенностях жизни в глубинке.

Любая деятельность в социуме предполагает личностное совершенствование и одобрение окружающих. Желание быть замеченным и особенным, ориентация на признание и результат имманентно присущи журналистике, это естественная потребность в профессии, заточенной на востребованность и популярность. Респонденты выделяют категорию «успеха», подчёркивают стремление к наиболее полному развитию личностных возможностей. При этом концепт *самоактуализации* также тяготеет к исконной интерпретации и отражает общеславянское понятие «слава». Гарант успешной работы – стремление к победе («Радио Сибирь – Чита») воспринимается как «желание меняться к лучшему и менять жизнь вокруг», как «стремление опередить конкурентов, завоевать рынок и улучшить его состояние». По определению культуролога Г. Гачева, слава в России, – «птица, отделяющаяся от меня и летящая»<sup>138</sup>,

---

<sup>138</sup> Гачев Г. Д. Национальные образы мира. Америка в сравнении с Россией и славянством. – М.: Раритет, 1997. – С. 109.

человек работает на неё, а не она на него. Движение славы центробежно, оно стремится к расширению пространства, к расхождению самого меня и творческому рассеиванию. Этимология «славы» берёт своё начало в лексемах «слух», «молва». Обрести славу значит «стать славным», в мотивацию славы встроены «честь» и «похвала», признание твоих побед и достоинств другими.

Региональные СМИ в борьбе за лидерство обращают особое внимание на профессионализм и репутационный капитал, предпочитают участвовать в творческих профессиональных конкурсах, повышать свой образовательный уровень. Подавляющее большинство редакций (91,6 %) повышение квалификации сотрудников считает неотъемлемой частью успешной работы СМИ, тем не менее, 25 % опрошенных не проходят подобные курсы по причине крайнего дефицита финансирования и свободного от непосредственной работы времени.

### **Деньги и рейтинг как социальная ценность**

Естественно, что в рыночную эпоху журналисты одним из приоритетов называют *материальную выгоду*. Финансовый доход важен для 66,6 % редакций. Но откровенная лексема «деньги» и сопутствующий им «рейтинг» фигурируют лишь в нескольких анкетах. Большинство предпочитает соотносить, материальную сторону творчества с профессионализмом и вдохновением. Как заметил один из руководителей: «Делаем качественный контент, чтобы в конечном итоге повышать свой финансовый доход».

Учитывая тяжёлую экономическую ситуацию региона, в статье расходов финансовых средств редакций на первое место выходит заработный фонд (99 % респондентов). В последние десятилетия ожесточилась конкуренция печатных и электронных СМИ, у газетного бизнеса много оснований для беспокойства: сокращение рынка газетной бумаги, падение тиражей, сокращение читательской аудитории. Приходится приспособливаться, выходить в Интернет, создавать онлайн-редакции. Практически 50 % редакций печатных СМИ отметили крайне тяжёлую финансовую ситуацию. Руководи-

тели вынуждены констатировать, что планирование вроде бы есть, но единственная приоритетная стратегия – оптимизация расходов.

Отдельные печатные СМИ находятся в особенно трудном положении, у некоторых арестованы счета за неуплату налогов. Небольшие поступления на счёт редакции практически мгновенно списываются на погашение налогов и пени по ним. Как пишет в анкете редактор местной газеты: «Так что на деле получается самая важная статья расходов – это налоги».

Вынужденно отодвинуто на задний план важное для функционирования современных СМИ техническое оснащение. Телевизионные и радиийные кампании подчёркивают крайнюю необходимость в новом дорогостоящем оборудовании. Многие редакции печатных изданий работают на старых и изношенных агрегатах. В подавляющем числе СМИ края реализация прорывных новых творческих идей финансово невозможна.

Материальные трудности во многом определяют и аксиологические приоритеты контента, так, достаточно распространённой становится пиарнастика, в большом объёме, особенно в прайм-тайм, выходят рекламные телевизионные материалы. Журналисты среди приоритетных подходов называют «лёгкость информационного фона» – «информация не должна загружать аудиторию». Телевидение и радио уделяют внимание гедонистическим задачам. В информационном пространстве региона активно представлен развлекательный контент, в том числе социального характера, пользующийся спросом у зрителей: «Вот это кадры!» (об интересных людях и их хобби), «Чай не город» (минифильмы о жизни в населённых пунктах Забайкалья), «С миру по твиту» (обзор соцсетей), а также проекты «Город» (о городских событиях, людях, женских радостях – мода, шопинг, развлечения), «Клуб 180» (о здоровом образе жизни) и др.

Аксиологическая культура журналиста – достаточно сложная система ценностных координат, обуславливающих выбор определённой фактуры и её интерпретацию автором медиатекста. Аксиологическая культура непосредственно свя-

зана с языковой картиной мира журналиста, она основывается на единых для общества идеалах и смыслах, отражает нормативные основания сознания и поведения.

Результаты проведённого социологического исследования и сопутствующего лингвокультурологического анализа демонстрируют ключевые ценностные доминанты работы журналистов, ассоциированные с культурной памятью социума: уникальный контент с доминирующими идеями-смыслами; духовное единство; сочувствие и сопереживание как проявление социальной перцепции; самоактуализация ради блага общества, вынужденная ценность денег и материального благополучия. Данный ценностный контент при условии целенаправленной работы разных СМИ ориентирован на сохранение социокода культуры, на поддержание национальной идентификации.

Следует признать, что указанные результаты – лишь среднестатистическая выкладка. СМИ региона или в целом страны эффективны в совокупности, аксиологическое предложение каждого конкретного СМИ ограничено. В редакциях по-прежнему принято считать, что журналистика никого не воспитывает, а информирует. Научные исследования неумолимо показывают несостоятельность этой позиции, в медиатексте факт всегда «ценностно заряжен» относительно его выбора и плоскости интерпретации, без которой у здравомыслящего человека невозможно реальное видение мира.

Аксиологическая культура журналиста выстраивается как на основе фундаментальных представлений культуры, носителем которой он является, так и с использованием преходящих ценностей, обеспечивающих жизнеспособность индивида. Тем не менее, в эпоху глобализации всё более насущной становится социокультурная роль журналистики, способствующая пробуждению культурной памяти человека и созданию особого ценностного ландшафта массмедиа, в рамках которого актуализируется национальная идентичность в парадигме «прошлое – настоящее – будущее».

Проведённое исследование – лишь один из этапов формулирования возможного инструментария аксиологической

культуры журналиста. Для более целостной и практически значимой концептуализации вопроса важно продолжить данную работу, как в рамках фундаментальных исследований (журналистика, культурология, социальная философия, социология, социальная психология), так и на уровне профессиональной деятельности журналистов.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Дайте определение понятию «медиастратегия».
2. Сформулируйте аксиологическую составляющую медиастратегии СМИ.
3. Выделите духовно-нравственные маркеры аксиологической культуры журналиста.
4. Представьте вашу аксиологическую оценку творчества региональных журналистов.
5. Оцените роль материальных ценностей в деятельности современных журналистов.
6. Подготовьте кейс «Ценностные предпочтения в деятельности журналиста» на основе обзора реальных ситуаций в журналистской практике, в том числе учитывая вашу работу в редакциях.
7. Соотношение жанра медиатекста и ценностной парадигмы автора – что вы можете сказать на эту тему?
8. Подумайте над структурой своей профессиональной личности. Выделите основные компоненты и впишите их в таблицу.

Я – реальное	Я – идеальное

## ГЛАВА 4

### **Право и деонтология: границы взаимодействия в журналистике**

#### **4.1. Взаимосвязь правовых и деонтологических долженствований**

Некоторые неписанные законы сильнее всех писанных.

*Л. А. Сенека*

С римским писателем, поэтом и философом Луцием Аннеем Сенекой можно согласиться. Действительно то, как воспитывали нас наши родители, бабушки и дедушки, какие нормы поведения мы изучили и освоили с детства, всё это остается с нами навсегда, и часто мы в первую очередь ориентируемся именно на них. Мнение близких нам людей и окружающих – это реальность, это то, что отражается на нас прямо сейчас, а закон, за которым стоит государство, иногда представляется как нечто абстрактное и потому далёкое. И если дети в силу возраста о правовых нормах знают далеко не всё, то подростки и молодежь, даже получив представления о должном поведении, в том числе и о правовых её регуляторах, зачастую демонстрируют нигилизм и пренебрежение к нормам социального поведения.

Журналистика – институт социальный, следовательно, журналист – человек, профессия которого обязывает соблюдать требования, действующие в социуме. Невозможно игнорировать правила должного поведения в обществе, к которому люди привыкли, точно так же как и нельзя не соблюдать

нормы, установленные законом. За всю свою историю человечество выработало свои регуляторы, которые обеспечили и продолжают обеспечивать ему достаточную устойчивость для выживания всего вида. От первых норм и правил поведения и законов Хаммурапи мы дошли до выработки целого ряда этических и законодательных регуляторов. Тем не менее, профессиональные объединения, в том числе и в сфере массмедиа, приходят к выводу, что только лишь правовых установлений и ограничений недостаточно, что для эффективного развития и существования необходимы и этические нормы, и правила, соблюдение которых должно быть гарантировано. Однако время показало, что и это не позволяет охватить все аспекты жизнедеятельности и сегодня зародилось ещё одно направление – журналистская деонтология. А вместе с этим появилась потребность изучить и рассмотреть эту сферу научных познаний с точки зрения взаимодействия с правом.

Мы с детства воспитываемся в определённой парадигме ценностей – это хорошо, а это – плохо, как можно поступать, а как – нельзя. Мы вырастаем, а нормы поведения так и остаются с нами навсегда, но вместе к этому добавляются и правовые знания. Однако не все, что приобретается с воспитанием, поможет нам в нашем профессиональном становлении. Нужно ли, например, предупреждать человека о своем визите, чтобы взять интервью? Как освещать требующие деликатности темы – подростковых суицидов, террористических актов, сексуальных домогательств? Как вести себя при фотосъемке мероприятий? На самом деле такого рода вопросов множество и начинающему сотруднику СМИ, даже оснащённому базовыми правовыми знаниями, порой сложно разобраться как себя вести и как поступать.

К слову, мы знаем, что пожилым нужно уступать место в общественном транспорте, а что будет, если не предложить своё место и продолжать сидеть, не замечая страданий дедушки или бабушки? Можно ли за такое равнодушие привлечь к уголовной или административной ответственности? Нет, наше законодательство не предусматривает норм, поддерживающих санкции за такое черствое поведение. Но обще-



ство вас осудит. Человек – существо социальное и потому его поведение должно укладываться в рамки как правовых, нравственных, морально-этических норм и установок, так и оправдывать ожидания, соответствуя должному образу поведения.

А можно ли законодательно закреплять то, что диктуется общественно-поведенческими нормами? Закон, как известно, это те права и обязанности, что закрепляются и поддерживаются принудительной силой государства. Общечеловеческие нормы, как правило, существуют испокон веку. Например, убийство вне зависимости от конфессиональной принадлежности и мировоззрений во всех странах мира признаётся тягчайшим преступлением и наказывается по всей строгости действующих норм национальных законодательств. Так известная христианская заповедь «Не убий» отражается в виде ст. 105 «Убийство» Уголовного кодекса РФ.

Но прежде чем появиться в формуле заповеди, а затем и нормы права, в обществе и прежде существовал запрет на убийство себе подобных, иначе у общества не было бы будущего. Человечество развивалось, разрабатывались и совершенствовались нормы поведения, появлялись традиции и обычаи, которые затем воплощались в религиозных догмах и законах. Таким образом, должное поведение закреплялось и утверждалось. Влияет на появление норм права и менталитет. Тем не менее, большинство установлений являются общими для многих государств вне зависимости от политических режимов и национальных особенностей.

Например, в Китае, как известно, следуют конфуцианским принципам, основная идея которых – достижение идеальных взаимоотношений людей в семье и обществе через соблюдение морально-этических норм<sup>139</sup>. Сказывается это и на воспитании – дети безусловно должны чтить и оказывать уважение своим родителям. Этот принцип отражен законодательно и за неоказание помощи пожилым людям, младенцами

---

<sup>139</sup> Журналистика Китая / С. А. Михайлов, Ли Динсинь, Чжан Хэфэн [и др.]. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. – С. 29.

и больными, не способным самостоятельно обслуживать себя, грозит наказание вплоть до лишения свободы на срок до пяти лет (ст. 261 Уголовного кодекса КНР)<sup>140</sup>.

Сохранение семейных ценностей, в том числе с помощью уголовного права в Китае, зародилось не сегодня. Этому предшествовал печальный опыт империи Цинь (221–207 гг. до н. э.), базис строительства общества которой основывался на страхе перед уголовным наказанием за антигосударственное поведение. Однако, оказалось, что невозможно сохранить государство, полагаясь исключительно на уголовное право без поддержки общественных установок внутри социума. В своей статье «Армирование морали законом: китайский опыт» В. М. Рыбаков пишет: «Учение Конфуция легитимизировало, сделало вновь престижной традиционную мораль, вдохнуло в нее новую жизнь. И в дальнейшем уголовное право придерживалось именно конфуцианского принципа прямоты. Родственникам было предоставлено право укрывать друг друга в случае совершения одним из них уголовных преступлений практически любой тяжести, за исключением прямо антигосударственных»<sup>141</sup>.

Как указывает автор, «основы порожденного этой нравственной формулой правового механизма сянжуньинь («взаимное укрывательство»), переводившего моральную установку на уровень конкретного общеобязательного поведения, изложены в танском уголовном кодексе «Тан люй шу и» («Уголовные установления Тан с разъяснениями»). Сформулированная норма права предоставляла невозбранную возможность родственникам любой степени родственной близости, живущим в одном доме и ведущим одно хозяйство, а также пусть и живущим отдельными дворами родственникам трёх наиболее близких степеней родства (то есть тем, по которым следовало носить траур 9 месяцев, год или 3 года), при совер-

<sup>140</sup> Уголовный кодекс КНР. – Текст: электронный // Посольство Китайской народной республики в Российской Федерации: [офич. сайт]. – URL: <http://ru.china-embassy.org/rus/zfhz/zgfyd/t1330730.htm> (дата обращения: 11.10.2021).

<sup>141</sup> Рыбаков В. М. Армирование морали законом: китайский опыт. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41405617> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

шении кем-либо из них преступлений укрывать друг друга. Более того, именно за донос на родственника грозило уголовное наказание»<sup>142</sup>. Причём наказание было весьма суровым – доносчика удавляли, либо ссылали на два года на каторгу. В этой же статье автор упоминает о мерах наказания за нанесение физического ущерба родственникам. Например, за нанесение побоев, не повлекших причинение серьёзного ущерба здоровью, отцу, матери либо деду или бабке по мужской линии полагалось обезглавливание<sup>143</sup>.

К слову, современное российское законодательство хоть и не поощряет укрывательство в прямом смысле слова, но предусматривает возможность не свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников (ст. 51 Конституции РФ).

Китайский менталитет нам порой кажется весьма жестким и даже жестоким и такие установки в отношении поддержки родственных связей и наказание за их нарушение вызывают удивление, хотя и встречают определённое понимание. Но как утверждает В. М. Рыбаков, «китайские теоретики очень рано поняли, что именно семейные привязанности и обязанности действительно впитываются людьми буквально с молоком матери. Требуется минимальный внешний контроль для их соблюдения, да и то не со стороны властей, а лишь со стороны самой семьи, а стало быть – морально более весомый и эффективный. Если уж внутрисемейная преданность и внутрисемейные долженствования не срабатывают, никакое насилие, никакие судебные потуги не сделают человека хорошим подданным, ответственным членом общества»<sup>144</sup>.

Почтительное отношение к родителям не является изобретением отдельных народов. Оно существует в разных интерпретациях во многих странах. Существовали такого рода установки и в дореволюционной России. Например, нрав-

---

<sup>142</sup> Рыбаков В. М. Армирование морали законом: китайский опыт. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41405617> (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>143</sup> Там же.

<sup>144</sup> Там же.

ственный семейный кодекс известный под названием «Домострой», прописывал: «Чада, вслушайтесь в заповеди господни: любите отца своего и мать свою и слушайтесь их, и повинуйтесь им божески во всем, и старость их чтите, и немощь их и страдание всякое от всей души на себя возложите, и благо вам будет, и долголетними пребудете на земле. За то простятся грехи ваши, и Бог вас помилует, и прославят вас Люди, и дом ваш пребудет во веки, и наследуют сыновья сынам вашим, и достигнете старости маститой, в благоденствии дни свои проводя. Если же кто осуждает или оскорбляет своих родителей или клянет их, или ругает, тот перед Богом грешен и проклят людьми и родителем. Кто бьет отца или мать – тот отлучится от церкви и от святынь, пусть умрет он лютою смертью от гражданской казни»<sup>145</sup>.

Нравственные установки отражались и в законодательстве. Так, в Уложении о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. семь статей предусматривают наказания за какие-либо деяния в отношении отца, матери и близких родственников. Например, умышленное убийство родителей сравнивалось с государственными преступлениями и не имело срока давности. Убийца приговаривался к лишению всех прав и пожизненной ссылке на каторгу на рудники. При этом особо оговаривалось, что такие преступники ни по каким причинам не переводятся в отряд исправляющихся, а с работ могут быть освобождены только в виду дряхлости, но и в этом случае они не могут быть освобождены от содержания в остроге (ст. 1920 Уложения)<sup>146</sup>. Также указывается, что преступление признаётся совершенным с отягчающими обстоятельствами, если увечья, раны, повреждения в здоровье или умственных способностях или побои нанесены отцу или матери (ст. 1963 Уложения). Признавались уголовными преступлениями и оскорбления отца или матери, а также деда и

---

<sup>145</sup> Домойстрой. – URL: <https://librebook.me/domostroi/vol1/24> (дата обращения: 02.11.2021). – Текст: электронный.

<sup>146</sup> Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. – Текст: электронный // Национальная электронная библиотека. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_002889696](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002889696) (дата обращения: 03.11.2021).

бабки. За такое деяние предусматривалось заключение в сми-  
рительном доме от шести месяцев до одного года (ст. 2015  
Уложения)<sup>147</sup>.

Должное поведение в отношении родителей продолжа-  
ло сохраняться законодательно и после революции 1917 г.  
Правда, умышленное убийство своих родителей перестало  
приравняться к государственным преступлениям, которые  
не имели срока давности, и не признавалось совершенным  
при отягчающих обстоятельствах. Исчезла и уголовная от-  
ветственность за побои, оскорбления и угрозы в адрес своих  
отца и матери. Тем не менее, моральные принципы обяза-  
тельств перед родителями были сохранены. Так, в статье 77  
Кодекса о браке и семье РСФСР от 30 июля 1969 г. говори-  
лось что: «Дети обязаны заботиться о родителях и оказывать  
им помощь. Содержание нетрудоспособных, нуждающихся  
в помощи родителей, является обязанностью их совершен-  
нолетних детей»<sup>148</sup>. При этом оговаривалось, что размер уча-  
стия каждого из детей в содержании нуждающихся в помощи  
нетрудоспособных родителей определяется судом, исходя из  
материального положения родителей и детей, в твёрдой де-  
нежной сумме, которая должна выплачиваться каждый месяц.  
Учитывались все совершеннолетние дети родителей, незави-  
симо от того, предъявлено ли требование ко всем детям или  
только к одному.

Злостное уклонение от уплаты по решению суда средств  
на содержание нетрудоспособных родителей наказывалось  
исполнительными работами на срок до одного года или обще-  
ственным порицанием либо применением мер общественного  
воздействия (ст. 123 Уголовного кодекса РСФСР от 27 октября  
1960 г.)<sup>149</sup>.

---

<sup>147</sup> Уложение о наказаниях уголовных и исправительных 1845 г. – Текст:  
электронный // Национальная электронная библиотека. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_002889696](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002889696) (дата обращения: 03.11.2021).

<sup>148</sup> Кодекс о браке и семье РСФСР. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/6/page/1> (дата обращения: 11.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>149</sup> Уголовный кодекс РСФСР. – URL: <http://www.garant.ru/iv/request/?id=10107062> (дата обращения: 11.10.2021). – Текст: электронный.

Изменение политико-экономического строя России не изменило отношения общества и государства к нравственной обязанности россиян помогать старшим членам семьи. Часть 3 статьи 38 Конституции РФ говорит о том, что трудоспособные дети, достигшие 18 лет, должны заботиться о своих нетрудоспособных родителях<sup>150</sup>. Данная норма получила своё развитие в Семейном кодексе РФ, раздел V которого содержит такие главы как «Алиментные обязательства родителей и детей» (гл. 13 СК РФ), «Алиментные обязательства супругов и бывших супругов» (гл. 14 СК РФ) и «Алиментные обязательства других членов семьи» (гл. 15 СК РФ). А статья 87 СК РФ повторяет положения Основного закона и указывает на обязанность трудоспособных совершеннолетних детей содержать и заботиться о своих нетрудоспособных нуждающихся в помощи родителях<sup>151</sup>.

Помимо этой нормы Семейный кодекс РФ содержит и другие аналогичные, например, нетрудоспособные нуждающиеся в помощи дедушка и бабушка имеют право потребовать в судебном порядке алиментов от своих трудоспособных совершеннолетних внуков, если нет возможности получить содержание от своих детей (ст. 95 СК РФ) или от супруга или бывшего супруга. Точно такие же требования могут предъявить к своим братьям и сёстрам их несовершеннолетние и нетрудоспособные братья и сестры, в случае если невозможно получить такое содержание от родителей (ст. 93 СК РФ)<sup>152</sup>.

Таким образом, должное поведение, выражающееся в необходимости заботиться и опекать как старших, так и младших членов семьи, современное отечественное законодательство принимает и достаточно подробно прописывает – в каких случаях и каким образом оно реализуется. Предусмотрены и меры наказания за неисполнение указанных обязательств. Например, в статье 5.35.1. «Неуплата средств на содержание

---

<sup>150</sup> Конституция РФ. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/constitution> (дата обращения: 13.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>151</sup> Семейный кодекс РФ. – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/10105807/paragraph/533:0> (дата обращения: 13.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>152</sup> Там же.

детей или нетрудоспособных родителей» Кодекса об административных правонарушениях РФ прописано, что невыполнение без уважительных причин решения суда или нотариально удостоверенного соглашения о содержании родителями несовершеннолетних, либо нетрудоспособных детей, а также совершеннолетними трудоспособными детьми своих нетрудоспособных родителей в течение двух или более месяцев со дня возбуждения исполнительного производства, если такие действия не содержат уголовно наказуемого деяния, влекут применение либо обязательных работ на срок от 150 часов, либо административный арест от десяти до пятнадцати суток, или административный штраф в размере 20 тыс. р.<sup>153</sup>

Если же лицо, несмотря на привлечение к административной ответственности, продолжает уклоняться от исполнения обязанностей по содержанию своих нетрудоспособных членов семьи или несовершеннолетних детей, то к нему могут быть применены меры и более серьезные. Так, например, статья 157 Уголовного кодекса РФ «Неуплата средств на содержание детей или нетрудоспособных родителей» предусматривает такие санкции, как исправительные или принудительные работы на срок до одного года, либо арест до трёх месяцев, либо лишение свободы на срок до одного года<sup>154</sup>.

Мы рассмотрели только один аспект должного семейного поведения, подкреплённый законодательно. При этом любопытно, что в Уголовном кодексе РСФСР предусмотрены такие санкции, как общественное порицание и общественное воздействие. И, сравнивая нормы советского времени и настоящего можно сказать, что современные предусматривают санкции гораздо более жёсткие.

Но не все то, чем руководствуется общество, в итоге приобретает силу законодательных норм. Меняется время, меняются и правовые позиции. Замечательная русская послови-

---

<sup>153</sup> Кодекс об административных правонарушениях РФ. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661/c2ff163d4e894965c3460251d75bf140fc9042d7](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/c2ff163d4e894965c3460251d75bf140fc9042d7) (дата обращения: 05.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>154</sup> Уголовный кодекс РФ. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/1ff58aab7f0012bee8ea288dafc9f2ab0ad4a4ec](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/1ff58aab7f0012bee8ea288dafc9f2ab0ad4a4ec) (дата обращения: 14.10.2021). – Текст: электронный.

ца гласит: «Кто не работает, тот не ест». Этот принцип был включен в Конституцию Союза Советских Социалистических Республик 1936 г. В статье 12 Основного закона говорилось, что «Труд в СССР является обязанностью и делом чести каждого способного к труду гражданина по принципу: «кто не работает, тот не ест». В СССР осуществляется принцип социализма: «от каждого по его способности, каждому – по его труду»<sup>155</sup>.

Впоследствии эта норма видоизменялась, но суть её сохранялась. Например, Конституция СССР в редакции от 1977 г. содержала ст. 60, которая выглядела так: «Обязанность и дело чести каждого способного к труду гражданина СССР – добросовестный труд в избранной им области общественно полезной деятельности, соблюдение трудовой дисциплины. Уклонение от общественно полезного труда несовместимо с принципами социалистического общества»<sup>156</sup>. Современная же отечественная Конституция указывает лишь на то, что труд свободен и вводит запрет на принудительный труд (ст. 37)<sup>157</sup>.

В мае 1961 года был принят знаменитый Указ Президиума Верховного Совета РСФСР «Об усилении борьбы с лицами, уклоняющимися от общественно полезного труда и ведущими антиобщественный паразитический образ жизни». Именно этим актом был дан старт борьбе с туеядцами в Москве, Московской области и Ленинграде. Лодырей, по решению суда, выселяли из этих регионов на срок от двух до пяти лет и обязывали местные власти дать им работу<sup>158</sup>.

---

<sup>155</sup> Конституция СССР от 5 декабря 1936 г. – URL: [https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1936/red\\_1936/3958676/chapter/b6e02e45ca70d110df0019b9fe339c70](https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1936/red_1936/3958676/chapter/b6e02e45ca70d110df0019b9fe339c70) (дата обращения: 15.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>156</sup> Конституция СССР от 7 октября 1977 г. – URL: [https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1977/red\\_1977/5478732](https://constitution.garant.ru/history/ussr-rsfsr/1977/red_1977/5478732) (дата обращения: 14.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>157</sup> Конституция РФ. – URL: <https://constitution.garant.ru> (дата обращения: 14.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>158</sup> Об усилении борьбы с лицами, уклоняющимися от общественно полезного труда и ведущими антиобщественный паразитический образ жизни: Указ Президиума Верховного Совета РСФСР: [утвержден от 4 мая 1961 г.]. – URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=18642#ea616mS6J2ra0zAu> (дата обращения: 15.10.2021). – Текст: электронный.



Указом Президиума Верховного Совета РСФСР от 25 февраля 1970 г. были внесены изменения в Уголовный и Уголовно-процессуальный кодексы РСФСР<sup>159</sup>. Так в УК РСФСР появилась норма о привлечении к ответственности тунеядцев в виде ст. 209.1 «Злостное уклонение от выполнения решения о трудоустройстве и прекращении паразитического существования». Звучала она так: «Злостное уклонение лица, ведущего антиобщественный образ жизни, от выполнения решения исполнительного комитета районного (городского) Совета депутатов трудящихся о трудоустройстве и прекращении паразитического существования наказывается лишением свободы на срок до одного года или исправительными работами на тот же срок. То же деяние, совершенное лицом, ранее судимым по части первой настоящей статьи, наказывается лишением свободы на срок до двух лет»<sup>160</sup>. Данная статья явилась логическим продолжением 209-й, которая предусматривала уголовную ответственность за бродяжничество и попрошайничество.

Указом Президиума ВС РСФСР от 7 августа 1975 г. был признан утратившим силу Указ Президиума ВС РСФСР от 4 мая 1961 г., которым вводилась ответственность за тунеядство<sup>161</sup>. Что же касается внесенных изменений в УК РСФСР, то продержались они почти до середины 1990 г., когда изменения политико-экономического строя окончательно поставило точку на истории Советской России.

Современное отечественное законодательство ничего подобного теперь не содержит. Так что беспризорным гражда-

---

<sup>159</sup> О внесении дополнений и изменений в Уголовный и Уголовно-процессуальный кодексы РСФСР: Указ Президиума Верховного Совета РСФСР: [утвержден от 25 февраля 1970 г.]. – Текст: электронный // Сейчас.ру. – URL: [https://www.lawmix.ru/docs\\_ccsr/5940](https://www.lawmix.ru/docs_ccsr/5940) (дата обращения: 15.10.2021).

<sup>160</sup> Уголовный кодекс РСФСР. – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/3983901/paragraph/5400867:0> (дата обращения: 14.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>161</sup> О признании утратившими силу Указов Президиума Верховного Совета РСФСР об ответственности лиц, уклоняющихся от общественно полезного труда и ведущих антиобщественный паразитический образ жизни: Указ Президиума Верховного Совета РСФСР: [утвержден от 7 августа 1975 г.] – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/1307583/paragraph/8878:0> (дата обращения: 16.10.2021). – Текст: электронный.

нам, обитателям улиц и подвалов, статьи за тунеядство, бродяжничество и попрошайничество теперь не грозят. Каждый волен жить так, как ему хочется.

Мы рассмотрели всего лишь несколько моментов, которые ярко демонстрируют инкорпорацию долженствований в законодательство, и то, как отражаются морально-этические нормы в нормах права. Также мы увидели, что с изменением политико-экономического строя может меняться и отношение к ранее осуждаемому поведению. Тем не менее, можно сказать, что общие правила и обычаи, нормы поведения сохраняются и остаются, а также закрепляются в законах, поддерживая таким образом стабильность в общественном устройстве и гарантируя его устойчивость.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Приведите цитаты знаменитых людей, философов, правоведов о законе и морали, о праве и этике.
2. Приведите примеры долженствований, отраженные в законах.
3. Найдите судебную практику, в которой содержатся примеры нарушения таких долженствований.
4. Как вы считаете: закон должен быть моральным? Приведите из истории примеры аморальности правовых норм.
5. Немецкий учёный и публицист Вильгельм Швобель говорил, что «Лучшие законы не помогут, если люди никуда не годятся». Развейте его мысль в своём эссе-рассуждении. Аргументируйте своё согласие или несогласие.

## 4.2. Деонтологические принципы журналистики: что первично?

Нам не дано предугадать,  
Как слово наше отзовется, –  
И нам сочувствие дается,  
Как нам дается благодать...  
*Ф. Тютчев*

Журналистика, как и любой социальный институт, базируется на основных, общечеловеческих, принципах. Традиционно называют три таких принципа: правдивости, объективности и социальной ответственности. Но наш взгляд, следует не забывать и про самый главный принцип – принцип гуманизма. Ведь словом можно как воодушевить, так и убить. И потому любой сотрудник средства массовой информации должен понимать цену своего слова, и прежде чем публиковать очередной острый материал, он должен подумать при обнародовании каких-либо фактов о возможном вреде человеку, который не имеет отношения к этому делу или вина которого не установлена. И здесь, прежде всего, следует придерживаться определения «должного поведения», которое звучит так же, как и девиз медицинских работников «Не навреди».

Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ вынесла в сентябре 2021 г. весьма важное определение, которое следует учесть как редакторам средств массовой информации, журналистам, так и юристам, работающим в медиасфере. Высшая судебная инстанция впервые определённо и чётко выразила свою позицию, *что нравственные страдания, вызванные распространением в СМИ и обсуждением в обществе информации о привлечении лица к уголовной ответственности за совершение преступления, должны учитываться при определении размера компенсации.* Поводом для выявления таких причинно-следственных связей послужило дело по иску С. А. Глазунова к УФК по Свердловской области, отделу № 25 УФК по Свердловской области и Министерству финансов РФ о взыскании компенсации морально-

го вреда в связи с реабилитацией. Например, С. А. Глазунов был привлечён к уголовной ответственности за совершение преступления, предусмотренного ч. 3 ст. 293 «Халатность» УК РФ. В отношении него была избрана мера пресечения в виде подписки о невыезде и надлежащем поведении в феврале 2019 г. В октябре того же года он был оправдан в связи с отсутствием события преступления и за ним было признано право на реабилитацию. В связи с чем, истец и подал своё заявление, определив размер компенсации морального вреда за незаконное уголовное преследование в размере 2 млн р. и расходов на представителя в сумме 20 тыс. р. В обоснование своих требований С. А. Глазунов указал, что он был обвинен в халатности, что не спас детей, тогда как он является отцом малолетних детей, он испытывал стресс, страх и опасения в связи с возможным незаконным осуждением, возможности остаться детям без его участия в жизни. Также истец ссылаясь на то, что за период производства следственных действий и рассмотрения дела судом, были многочисленные публикации в прессе, которые не соответствуют действительности, где указывалось на него. А так как городок маленький, то жители знали о ком идёт речь, а тексты статей были эмоциональные и они нагнетали обстановку и что окружающие воспринимали произошедшее негативно.

Первая судебная инстанция согласилась с доводами истца и взыскала в его пользу 1,8 млн р. компенсации морального вреда и 20 тыс. р. расходов на представителя. Но следующая, апелляционная, в целом подтвердив его право на реабилитацию, кратно снизила размер компенсации, постановив, что С. А. Глазунов имеет право на 100 тыс. р. и 10 тыс. соответственно. Указав, что лицо, «подвергшееся незаконному привлечению к уголовному преследованию, с применением меры пресечения, безусловно, испытывает нравственные страдания, в связи с чем факт причинения такому лицу морального вреда предполагается» вторая инстанция, тем не менее, указала, что «Вопреки позиции истца, имеющие место публикации в средствах массовой информации о событиях пожара, произошед-

шего 11 октября 2017 г., явившихся поводом для возбуждения уголовного дела в отношении истца, не могут повлиять на размер компенсации морального вреда»<sup>162</sup>.

С последним доводом, в свою очередь, не согласилась Судебная коллегия по гражданским делам ВС РФ, куда после рассмотрения жалобы в Седьмом кассационном суде, оставившем в силе определение апелляционной инстанции, обратился С. А. Глазунов. Высшая инстанция указала на ряд нарушений, допущенных апелляционной инстанцией, в частности, касающихся определения размера компенсации.

Так, Судебная коллегия ВС РФ указала, что «является ошибочным вывод суда апелляционной инстанции о том, что при определении размера компенсации морального вреда учитываются только нравственные страдания, причинённые непосредственно действиями органов дознания и предварительного следствия, и не подлежат учёту нравственные страдания, вызванные распространением и обсуждением в обществе информации о привлечении лица к уголовной ответственности за совершение преступления»<sup>163</sup>.

Редакция «Адвокатской газеты» подробно изучила дело и в материале, посвященном ему, привела цитаты из жалобы С. А. Глазунова, указав, что «суды в оспариваемых судебных актах не приняли во внимание то, что многочисленные публикации работников СК и прокуратуры в СМИ, соцсетях, интернете представляли поведение истца как поведение малодушного, хитрого, трусливого человека, думающего только о своей выгоде. «Я не являюсь таким человеком, и мне было очень тяжело и обидно читать все эти публикации в отношении меня, где в комментариях на эти статьи простые люди обзывали меня разными оскорбительными словами, вплоть до нецензурной брони. Они же не могли не верить работникам

---

<sup>162</sup> Апелляционное определение по делу № 33-15386/2020. – URL: <http://судебныерешения.рф/54584255> (дата обращения: 15.10.2021). – Текст: электронный.

<sup>163</sup> Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ по делу № 45\_КГ21-12-К7 от 21 сентября 2021 г. – URL: [https://vsrf.ru/stor\\_pdf.php?id=2043040](https://vsrf.ru/stor_pdf.php?id=2043040) (дата обращения: 15.10.2021). – Текст: электронный.

прокуратуры, руководству СК, которое расследовало данное дела, а я не мог убедить каждого из них в ложности этих публикаций», – поделился в жалобе Степан Глазунов<sup>164</sup>.

Какой вывод должны извлечь сотрудники СМИ из истории одного простого гражданина, столкнувшегося с валом негативной информации, сумевшим доказать свою невиновность и дошедшим до высшей судебной инстанции, доказывая право на компенсацию? Прежде всего, что журналист не может прикрываться только правовыми нормами, снимающими с него ответственность за публикацию определённых сведений. Сотрудник средства массовой информации должен прогнозировать все риски обнародования материала не только в отношении самого себя и своей редакции, но и в отношении героев, жизнь которых может быть безосновательно отягощена и усложнена.

Закон «О средствах массовой информации», а именно ст. 57, устанавливает несколько случаев, когда редакция, главный редактор и журналист не несут ответственность за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций, либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо наносящих вред здоровью и (или) развитию детей, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации (или) правами журналиста<sup>165</sup>.

К таким случаям отнесены:

- те, которые присутствуют в обязательных сообщениях;
- получены от информационных агентств;
- содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;

---

<sup>164</sup> Анжела Арстанова. ВС указал, что негативные публикации влияют на размер компенсации морального вреда реабилитированным. – Текст: электронный // Адвокатская газета. – URL: <https://www.advgazeta.ru/novosti/vs-ukazal-cto-negativnye-publikatsii-vliayut-na-razmer-kompensatsii-moralnogo-vreda-reabilitirovannym> (дата обращения: 15.10.2021).

<sup>165</sup> Закон «О СМИ». – Текст: электронный // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [офиц. сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/2a667a27f9c2d437203bfac449b8d1990ad0cb8](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/2a667a27f9c2d437203bfac449b8d1990ad0cb8) (дата обращения: 16.10.2021).

– если они являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений народных депутатов на съездах и сессиях Советов народных депутатов, делегатов съездов, конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений;

– если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с настоящим Законом;

– если они являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации (за исключением случаев распространения информации, указанной в части шестой ст. 4 настоящего Закона), которое может быть установлено и привлечено к ответственности за данное нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

Как указывал в своей жалобе С. А. Глазунов, источниками информации были как сотрудники Следственного комитета, так и Прокуратуры, то есть распространителями сведений выступали должностные лица государственных органов. И формально в таком случае журналисты не несут ответственности за распространенные сведения. Но справедливо ли это?

Основное требование, которое предъявляется к журналистам – правдивость подготовленных ими материалов. Не лгать, не лгать и ещё раз не лгать – вот чему, прежде всего, учат начинающих сотрудников массмедиа. Однако, придя в редакцию СМИ, журналисты сталкиваются с рядом проблем, например, необходимостью в сжатые сроки готовить новостные заметки, подавать материалы под кликбейтным «соусом», дабы привлечь читателей, создавая порой нездоровый ажиотаж и интерес, и уметь находить «жаренные факты». В итоге сотрудники СМИ зачастую хватаются за «горячие темы», берут комментарии от официальных лиц, снимая с себя, таким образом, ответственность, и, отработав материал, идут дальше, не возвращаясь больше к этой теме. А человек, по которо-

му прокатился журналистский пресс, остаётся один на один с проблемами, которые ему создал подогретый общественный интерес.

В случае с С. А. Глазуновым ожидания общественности не оправдались. Созданный образ хитрого и трусливого преступника развалился, он был оправдан, но стали ли журналисты об этом писать? Тема оказалась отработанной и её попросту выбросили в мусорную корзину, как, собственно, и самого героя.

Конечно, у него было право заявить о своей позиции, используя нормы права, приведенные в ст. 43 «Право на опровержение», ст. 46 «Право на ответ», ст. 57 «Закон о СМИ». Но высока вероятность, что редакции бы отказались её публиковать, ссылаясь как раз на последний закон. И формально были бы правы. Вероятно, что и судебные разбирательства также не привели к ожидаемому результату, если только журналисты не допустили вольностей и не дали своих негативных оценок, пересказывая позицию официальных представителей СК и Прокуратуры.

В результате получается, что шквал негативных реакций, отразившихся на репутации человека, в то числе сказавшиеся на его трудовой деятельности (С. А. Глазунов был отстранён от работы), очень легко спровоцировать, только обнародовав информацию о случившемся. Общество болезненно реагирует на все события, связанные с детьми, и этот случай не стал исключением. Но погасить волну, даже опубликовав результаты судебного разбирательства, нелегко. Первое впечатление, как говорят, сохраняется надолго, а человеку с этим бременем жить.

Должен ли журналист предвидеть, к какому результату могут привести его публикации, телесюжеты и радиопередачи? По нашему мнению, да. Долг журналиста – выполнять общественный запрос в получении информации – достоверной, объективной и взвешенной. Однако погоня за «жареными фактами» заставляют журналиста забывать о самом человеке, члене того самого общества, перед которым он выполняет свой долг, и такое не может быть правильным. И тогда прин-



цип гуманизма становится неактуальным, ведь гораздо востребованной становится оперативная подача информации.

Теоретики журналистики порой расходятся в расстановке принципов массмедиа. Например, Е. П. Прохоров считает, что первыми в ряду принципов журналистской деятельности должны стоять принципы правдивости и объективности, а И. Дзялошинский отдаёт приоритет принципу гуманизма<sup>166</sup>. Однако учёные сходятся в том, что деонтологические принципы, такие как – гуманизм, правдивость, точность, ответственность, должны лежать в основе обучения журналистов, особенно учитывая к каким последствиям может привести обнародование журналистских материалов.

На сайте *Grantland* в январе 2014 г. была опубликована статья журналиста Калеба Ханнана «Волшебная клюшка доктора Ви»<sup>167</sup>. История об изобретении Эссей Энн Вандербильт или доктора Ви, как называли её друзья, клюшки для гольфа из обычного повествования превратилась в детективную, развязкой которой стала смерть главного героя. С самого начала Энн Вандербильт предупредила журналиста, что согласна на интервью, только если разговор будет о науке, а не о ней. Каллеб Ханнан удивился, но согласился. Он изучил историю появления клюшки изобретённой доктором Вандербильт, выяснил, что она действительно обладает рядом преимуществ, но его заинтересовало – почему нигде нет фотографий или видео изобретательницы. Также он стал проверять известные факты из её жизни, например, действительно ли она училась в Масачусетском технологическом институте и в Пенсильванском университете. Выяснилось, что в этих вузах студентка под таким именем никогда не училась. Заинтриговало его и то, что на все уточняющие вопросы доктор Ви говорила, мол, ничего рассказать не может, так как её работа связана с секретными

---

<sup>166</sup> Пенькова П. Е. Деонтологические принципы журналистики, или пандемия корректирует ценностную парадигму. – Текст: электронный // Научная электронная библиотека Elibrary.ru: [официальный сайт]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44255603> (дата обращения: 28.10.2021).

<sup>167</sup> Каллеб Ханнан. Волшебная клюшка доктора Ви. – Текст: электронный // Grantland. – URL: <http://grantland.com/features/a-mysterious-physicist-golf-club-dr-v> (дата обращения: 15.10.2021).

документами. Поэтому, несмотря на нежелание раскрывать информацию о себе, Ханнан продолжил расследование и пришёл к выводу, что Эссей Энн Вандербильт, не кто иной, как Стивен Крол, мужчина.

Женщина-трансгендер Энн Вандербильт пыталась предотвратить публикацию материала и предложила журналисту сделку – она докажет наличие своих учёных степеней как Массачусетского технологического института, так и Пенсильванского университета, а он подпишет соглашение о неразглашении сведений, раскрывающих некоторые подробности её жизни. Калеб Ханнан на сделку не пошёл. А вскоре он узнал, что Энн Вандербильт или Стивен Крол совершил суицид. Перед этим трансгендер оставил предсмертное письмо, в котором распорядился – кому и какие вещи следует раздать после его смерти.

Сначала эта история, рассказанная самим журналистом, была воспринята как невероятно увлекательнейший материал, настоящая журналистская находка. Но были и те, кто обвинил Калеба Ханнана в разжигании ненависти к представителям ЛБГТ-меньшинств и доведении Энн Вандербильт до самоубийства. На сайте *Change.org* даже появилась петиция под названием «Увольте Калеба Ханнана за то, что он раскрыл женщину-трансгендера, и измените свою политику в отношении ЛБГТ»<sup>168</sup>. Петиция собрала чуть больше четырех тысяч и была закрыта.

Через несколько дней после публикации статьи Ханнана на этом же сайте появилось покаянное письмо редактора сайта – Кристины Карл, под названием «Что *Grantland* сделал не так. Понимание серьезных ошибок в «Волшебной ключке доктора Ви»<sup>169</sup>. В своём материале Кристина Карл указала,

---

<sup>168</sup> Петиция «Увольте Калеба Ханнана за то, что он раскрыл женщину-трансгендера, и измените свою политику в отношении ЛБГТ». – Текст: электронный // *Change.org*: [официальный сайт]. – URL: <https://www.change.org/p/espn-fire-caleb-hannan-for-outing-a-trans-woman-and-change-your-lgbt-policies> (дата обращения: 03.11.2021).

<sup>169</sup> Кристина Карл. Что *Grantland* сделал не так. Понимание серьезных ошибок в «Волшебной ключке доктора Ви». – Текст: электронный // *Grantland*: [официальный сайт]. – URL: <https://grantland.com/features/what-grantland-got-wrong> (дата обращения: 03.11.2021).

что статья Ханнана является примером того, «что не следует делать и как не следует обращаться с другими людьми»<sup>170</sup>. И она вполне правомерно указала, что Ханнану следовало бы остановиться и рассказать только историю создания клюшки, ведь любителям гольфа этого было бы вполне достаточно. Но журналист поступил по-своему.

«По любым профессиональным или этическим стандартам, это не просто не имело отношения к истории, это была не его информация, которой он мог поделиться, – написала Кристина Карл. – Как геи или лесбиянки, или кто-либо ещё, если на то пошло, транс-люди сами решают, что они готовы рассказать о своей сексуальности и гендерной идентичности»<sup>171</sup>. Справедливости нужно сказать, что глаза у редактора открылись только после того, как статья вызвала скандал в определенных кругах.

Эта история могла бы быть вполне рядовой – сколько на самом деле людей, которые являются представителями ЛБГТ-сообществ, если бы не последствия – смерть человека. И самое важное то, что именно в силах журналиста было её предотвратить...

Двумя годами ранее в Австралии произошёл другой случай. Двое радиоведущих Мел Грейг и Майкл Крисчен с сиднейской радиостанции *Today FM* позвонили в лондонскую больницу имени Эдварда VII и представились королевой Елизаветой и её супругом принцем Филиппом. Именно в это время в больнице находилась беременная герцогиня Кембриджская Кейт Миддлтон. На звонок ответила медсестра Джасинта Салдана, которая и рассказала подробности состояния жены принца Уильяма<sup>172</sup>. Спустя три дня медсестра покончила с собой. Как выяснилось, женщина очень переживала, что неволь-

---

<sup>170</sup> Кристина Карл. Что Grantland сделал не так. Понимание серьезных ошибок в «Волшебной клюшке доктора Ви. – Текст: электронный // Grantland. – URL: <https://grantland.com/features/what-grantland-got-wrong> (дата обращения: 03.11.2021).

<sup>171</sup> Там же.

<sup>172</sup> Самоубийство медсестры: австралийских радиоведущих допросит британская полиция. – Текст: электронный // Вести.ру: [офиц. сайт]. – URL: <https://www.vesti.ru/article/1911470> (дата обращения: 15.10.2021).

но раскрыла информацию посторонним людям, и не смогла этого вынести. Так из-за шутки, как пытались представить это журналисты, двое детей остались без мамы.

С собой покончил 73-летний министр Японии Тадахиро Мацусита из-за ещё неопубликованной статьи в том же 2012 г.<sup>173</sup> Газета «Сюкан синте» намеревалась рассказать общественности о многолетних внебрачных отношениях чиновника. Тадахиро Мацусита много лет занимал видный пост и характеризовался в целом неплохо. Публикация могла бы стать крахом его политической жизни. Его репутации был бы нанесен непоправимый ущерб. В результате министр счёл лучшим выходом суицид.

Были ли привлечены к уголовной ответственности сотрудники СМИ, ставшие вольно или нет причиной кончины всех этих людей, неизвестно. Хотя наказание за доведение до самоубийства предусматривают многие национальные законодательства. Например, Уголовный кодекс РФ в ст. 110 «Доведение до самоубийства» указывает, что доведение лица до самоубийства или до покушения на самоубийство путём угроз, жестокого обращения или систематического унижения человеческого достоинства потерпевшего наказывается принудительными работами на срок до 5 лет с лишением права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до 7 лет или без такового, либо лишением свободы на срок от двух до шести лет с лишением права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до семи лет или без такового<sup>174</sup>. В подпункте “д” пункта 2 этой же статьи оговаривается, что если преступление совершено «в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении, СМИ или информационно-телекоммуникационных сетях (включая

---

<sup>173</sup> СМИ: Министр Японии повесился из-за статьи о своих внебрачных связях. – Текст: электронный // РИА Новости: [официальный сайт]. – URL: <https://ria.ru/20120911/747574334.html> (дата обращения: 16.10.2021).

<sup>174</sup> Уголовный кодекс РФ. – Текст: электронный // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [официальный сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/bdfeeedee59e3a0cd80ee378c510bee13dabeb0](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/bdfeeedee59e3a0cd80ee378c510bee13dabeb0) (дата обращения: 04.11.2021).

сеть “Интернет”)), то наказание устанавливается жестче – лишение свободы на срок от 8 до 15 лет с лишением права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до 10 лет или без такового и с ограничением свободы на срок до 2 лет или без такового<sup>175</sup>.

Как мы видим, публикация информации в СМИ усугубляет данное деяние, и наказание за него ужесточается. Точно также отягчающими обстоятельствами признано обнаружение в публичных выступлениях, произведениях, а также в ИТС, включая Интернет. К счастью, в России случаев доведения журналистами людей до суицида не фиксировалось. Однако истории, когда интернет становится площадкой для травли, к сожалению, не единичны. Ещё большей редкостью является то, когда по этой статье всё-таки находят виновных и привлекают к ответу.

Десять лет назад широко распространилась история про доведение до самоубийства Владимира Голубова<sup>176</sup>. Молодой человек, которому едва исполнилось 21 год, стал жертвой травли в социальных сетях. Девушка, с которой он расстался, зарегистрировалась в социальных сетях под вымышленным именем и стала распространять про юношу лживые слухи о его якобы нетрадиционной ориентации. Для отслужившего в десантных войсках Владимира подобные слухи стали невыносимыми, и он не выдержал – в один из дней его нашли повесившимся во дворе своего дома. Преступнице была инкриминирована ст. 110 УК РФ и её приговорили к одному году и девяти месяцам лишения свободы.

Свобода массовой информации, гарантированная Конституцией РФ, а также «Законом о СМИ», не является безусловной. В любом случае человек должен осознавать степень

---

<sup>175</sup> Уголовный кодекс РФ. – Текст: электронный // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [офис. сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/bddefeedee59e3a0cd80ee378c510bee13dabeb0](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/bddefeedee59e3a0cd80ee378c510bee13dabeb0) (дата обращения: 04.11.2021).

<sup>176</sup> В Сочи женщина получила два года колонии за доведение избранника до суицида с помощью гомофобной интернет-травли. – Текст: электронный // News.ru.com. – URL: <https://www.newsru.com/crime/22dec2011/homofobnethuntsui.html> (дата обращения: 04.11.2021).

своей ответственности за высказанное слово. И эта ответственность выше, если человек является сотрудником СМИ. И здесь необходимо помнить не только о том, какие правовые регуляторы будут действовать, определяя статус журналиста, но и какими деонтологическими принципами должен он руководствоваться не только при выборе темы, но и прежде всего в подаче своего материала.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Главный редактор дал задание написать материал про человека и при этом указал, что необходимо также поговорить о нём с его соседями, коллегами, сослуживцами. Как вы поступите? Будете ли согласовывать такой опрос с героем материала?

2. Вы получили пресс-релиз из силового ведомства, в котором красочно описывались преступления одного лица, но приговор судом ещё не вынесен. Станете ли вы в своём материале давать оценку действиям этого лица?

3. Статья 51 «Закона о СМИ» устанавливает запрет на использование права журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина по отдельным признакам, таким как пол, возраст, расовая или национальная принадлежность и так далее. Будет ли в таком случае нарушением данной статьи распространение информации о совершении преступления лицом определённой национальности?

4. Как вы считаете, необходимо ли привлекать к ответственности журналиста, материал которого вызвал негативные последствия для невиновного лица?

5. Пункт 5 статьи 49 «Закона о СМИ» устанавливает запрет на распространение в СМИ сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или от его законных представителей без его согласия. Исключение – если распространение информации необходимо для защиты общественных интересов. Как вы считаете, правомерно с точки зрения российского законодательства поступил Кaleb Ханнан, распространив информацию о половой самоидентификации Эссей Энн Вандербильт?

6. Напишите эссе на тему «Как слово наше отзовется».

### 4.3. Права и обязанности журналиста с точки зрения права и деонтологии

Слово не воробей, вылетит – не поймаешь.

*Русская народная поговорка*

Под журналистом согласно «Закону о СМИ» понимается *лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного СМИ и связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию* (ст. 2 Закона о СМИ). Вполне стандартное юридическое определение лица, которое кратко определяет правовой статус сотрудника СМИ. Что же включает в себя правовой статус журналиста?

*Права и обязанности журналиста* можно разделить на две группы:

- 1) трудовые и иные договорные права;
- 2) права и обязанности, связанные с поиском, получением и распространением информации.

Следует отметить, что все права и обязанности достаточно чётко прописаны в Трудовом кодексе РФ, Гражданском кодексе РФ, Законе О СМИ и других нормативно-правовых актах. В целом, устанавливая правовой базис для деятельности сотрудника СМИ, данные НПА не прописывают, например, процесс взаимодействия с гражданами, у которых журналист желает взять интервью. «Закон о СМИ» устанавливает право журналиста на поиск, запрос, получение и распространение информации (ст. 47) и, следовательно, он имеет право выступать инициатором интервью по интересующему его вопросу. Также он имеет право быть принятым должностным лицом в связи с запросом информации, но при этом законодательство, регулирующее деятельность государственных и муниципальных служащих, не предусматривает обязанности этими служащими лично принимать журналиста. Так каким тогда образом журналисту получить интересующую его информацию из уст должностного лица, если тот не желает с ним лично встретиться?

Всё зависит от умения журналиста договариваться и находить подходы к любому человеку. Например, если заявить должностному лицу, что он ОБЯЗАН дать интервью, то, скорее всего, человек воспользуется своим правом предварительно получить от редакции письменно оформленный запрос и также письменно ответит на все вопросы. Так что встреча может и не состояться. То есть прийти и заявить человеку о том, что он должен дать интервью неэтично и неверно ни с каких позиций, хотя с правовой точки зрения такое не запрещается. Однако следует понимать, что любому гражданину необходимо дать время, чтобы он подготовился к разговору, подобрал фактуру, психологически настроился на беседу. Поэтому этика делового общения, как и принципы должного поведения, требуют предварительно предупредить о разговоре, и, если возможно, то заранее очертить круг вопросов, на которые хотелось бы получить ответы.

Несмотря на нормы, устанавливающие право журналистов получать ответы на интересующие вопросы и обязывающие граждан и организации предоставлять информацию работникам СМИ, есть нюансы, которые следует учитывать, потому как они не прописываются законодательно. Ведь всегда интересней взять интервью лично, чем получать письменные отписки на письменные редакционные запросы. К тому же наличие налаженных контактов с информированными людьми, имеющими доступ к первоисточникам, залог того, что у журналиста всегда будет возможность выдавать интересные материалы. А такие контакты нарабатываются годами и всегда основаны на доверии и взаимном уважении обеих сторон, которые строятся не только на соблюдении норм права, но и правил должного поведения и этики.

Важно отметить, что «Закон о СМИ» достаточно чётко прописывает нормы должного поведения журналистами. Например, ст. 49 «Закона о СМИ» регламентирует, что сотрудник редакции должен указывать источник информации, если его об этом просят, в том числе и автора цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые. Также журналист обязан сохранять конфиденциальность информации и (или) её источ-



ника, и ставить в известность лиц, в том числе должностных, о проведении аудио-, фото- и видеозаписи. Здесь легко проследить отражение в правовых нормах правил должного поведения. Так, указание на автора цитируемого высказывания – это правило хорошего тона, ведь иначе может сложиться впечатление, что журналист присвоил чужие мысли, а у человека, которого процитировали, но не указали авторство, создается ощущение, что его обокрали.

Сохранение в тайне переданной журналисту информации, в том числе и источника таких сведений, тоже из разряда репутационных. Если человек доверился журналисту и попросил не раскрывать его личность, а тот не сдержал слово, то можно ли такого сотрудника СМИ считать порядочным? Учитывая, что наказание за такое раскрытие журналисту практически не грозит, то соблюдение условий договора – исключительно дело личное.

Говоря об обязанностях журналистов, следует отдельно остановиться на требовании сохранения конфиденциальности информации и (или) её источника. Данное обязательство следует увязывать с положением ст. 41 того же «Закона о СМИ».

#### ***Статья 41. Обеспечение конфиденциальности информации***

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне.

Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом.

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, прямо или косвенно указывающие на личность несовершеннолетнего, совершившего преступление либо подозреваемого в его совершении, а равно совершившего административное правонарушение или антиобщественное действие, без согласия самого несовершеннолетнего и его законного представителя.

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах информацию, указанную в части шестой ст. 4 настоящего Закона, за исключением случаев, если распространение такой информации осуществляется в целях защиты прав и законных интересов несовершеннолетнего, пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия). В этих случаях такая информация может распространяться в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях:

1) с согласия несовершеннолетнего, достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия), и его законного представителя;

2) с согласия законного представителя несовершеннолетнего, не достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия);

3) без согласия несовершеннолетнего, достигшего четырнадцатилетнего возраста и пострадавшего в результате противоправных действий (бездействия), и (или) законного представителя такого несовершеннолетнего, если получить это согласие невозможно либо если законный представитель такого несовершеннолетнего является подозреваемым или обвиняемым в совершении данных противоправных действий.

Распространение в средствах массовой информации, а также в информационно-телекоммуникационных сетях указанной в ч. 6 ст. 4 настоящего Закона информации в части, относящейся к несовершеннолетнему потерпевшему от преступления против половой неприкосновенности и половой свободы личности, допускается в предусмотренных п. 1–3 ч. 4 настоящей статьи случаях только в целях расследования преступления, установления лиц, причастных к совершению преступления, розыска пропавших несовершеннолетних в объёме, необходимом для достижения указанных целей, и с соблюдением требований, установленных ст. 161 и 241 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации.

Учитывая, что право журналистов «не раскрывать свой источник информации» определено федеральным законом, следует считать данный вид информации еще одним видом тайн. Такой позиции придерживается Верховный Суд РФ, который в своём Постановлении Пленума ВС РФ «О практике применения судами Закона РФ “О средствах массовой информации”» № 16 от 15 июня 2010 г. в п. 26 указал, что «персональные данные лица, предоставившего редакции сведения с условием неразглашения его имени, составляют специально охраняемую федеральным законом тайну. Суд на любой стадии судебного производства по делу вправе потребовать от соответствующей редакции предоставить сведения об источнике информации, если исчерпаны все иные возможности для установления обстоятельств, имеющих значение для правильного рассмотрения и разрешения дела, и общественный интерес в раскрытии источника информации явно перевешивает общественный интерес в сохранении его тайны. Требование о раскрытии источника информации может направить редакции суд в связи с находящимся в его производстве делом».

Для этого суд должен вынести определение о раскрытии журналистом или редакцией своего источника, однако, сторона может его оспорить, как и любое другое процессуальное действие суда.

Следует учитывать, что сохранение журналистом в тайне источника информации, кроме указанной позиции ВС РФ, никакими другими правовыми механизмами не подкреплено. Например, ст. 56 УПК РФ не предусматривает журналистов в перечне лиц, которые не могут быть признаны свидетелями. В данной правовой норме перечислены адвокаты, священнослужители и другие лица, но журналистов среди них нет.

В то же время, согласно ч. 2 ст. 144 УПК РФ, редакция, главный редактор СМИ обязаны передавать по требованию прокурора, следователя или органа дознания имеющиеся в их распоряжении документы или материалы, подтверждающие сообщение о преступлении, а также данные о лице, предоставившем указанную информацию. И тут есть только одно ус-

ловие – такие данные не могут быть переданы, если это лицо (источник информации) поставило условие о сохранении его личности в тайне.

Часть 2 статья 144 УПК РФ: по сообщению о преступлении, распространенному в средствах массовой информации, проверку проводит по поручению прокурора орган дознания, а также по поручению руководителя следственного органа следователь. Редакция, главный редактор соответствующего средства массовой информации обязаны передать по требованию прокурора, следователя или органа дознания имеющиеся в распоряжении соответствующего средства массовой информации документы и материалы, подтверждающие сообщение о преступлении, а также данные о лице, предоставившем указанную информацию, за исключением случаев, когда это лицо поставило условие о сохранении в тайне источника информации.

Таким образом, требование следственных органов о раскрытии источника информации будет являться неправомерным, поскольку данное Постановление определяет такую информацию как охраняемую законом тайну. И такое ограничение может быть снято только судом. Следовательно, по сообщенному в СМИ преступлению органы следствия и прокуратуры должны проводить проверку, основываясь на своих данных, а уже затем, передав дело в суд, ходатайствовать о направлении судебного запроса в СМИ, которое распространило информацию о противоправном деянии. И здесь следует уповать только на добрую волю журналистов и СМИ, которые по собственной инициативе без запроса суда, могут предоставить компетентным органам интересующую их информацию.

Необходимо также иметь в виду Рекомендацию Комитета министров № R (2000) 7 государствам-членам Совета Европы относительно права журналистов не раскрывать свои источники информации, принятую Кабинетом министров 8 марта 2000 г. на 701-м заседании представителей министров. В третьем принципе этого документа установлено, что право журналистов не раскрывать свой источник информации, не должно подвергаться иным ограничениям, чем те, которые

упомянуты в Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (п. 2 ст. 10). Только следующие условия могут оправдать раскрытие источника:

1) не существует разумной альтернативы раскрытию, или эти альтернативные меры уже исчерпаны должностными лицами или государственными органами, которые добиваются раскрытия;

2) законный интерес в раскрытии определённо перевешивает общественный интерес в нераскрытии, имея в виду, что:

- доказана первостепенная необходимость раскрытия;
- обстоятельства носят достаточно важный и серьёзный характер;

– необходимость в раскрытии зависит от общественных потребностей;

– государства-члены Совета Европы обладают широкими полномочиями в оценке их потребностей, однако рамки этих полномочий могут подвергаться контролю со стороны Европейского Суда по правам человека.

Указанные обстоятельства конкретизируются в Пояснительной записке. Обстоятельства, которые могут перевесить право журналистов не раскрывать источник информации:

- защита человеческой жизни;
- предотвращение тяжкого преступления;
- защита лица, обвиняемого или признанного виновным в совершении тяжелого преступления.

Таким образом, международное сообщество признаёт, что существуют ситуации, когда право журналистов не раскрывать свои источники информации может быть ограничено. И если национальное законодательство такого практически не предусматривает, кроме как в судебном порядке, то, на наш взгляд, в данном случае необходимо руководствоваться международными рекомендациями и внутренними моральными и нравственными принципами.

Это будет выбор журналиста – сообщать правоохранительным органам или нет информацию, например, о готовящемся правонарушении, о котором ему сообщили с условием о сохранении в тайне. Однако следует учесть, что если в

результате не предупреждения компетентных органов о готовящемся правонарушении, в результате которого пострадали люди или был причинен значительный ущерб, то такой сотрудник СМИ может быть привлечён к уголовной ответственности по ст. 205.6 «Несообщение о преступлении» УК РФ<sup>177</sup>. Данная правовая норма предусматривает ответственность за несообщение о преступлениях террористического характера, равно как и оправдывающие теракты, в том числе терактах международного характера, захвате заложника, организации незаконного вооруженного формирования или участия в нём, угоне воздушного, водного или железнодорожного подвижного состава, незаконном обращении с ядерными материалами или радиоактивными веществами, а также их хищении или вымогательстве, посягательстве на жизнь государственного или общественного деятеля, насильственном захвате власти или насильственном удержании власти, вооружённом мятеже, нападении на лиц или учреждения, которые пользуются международной защитой. Журналист не будет подлежать уголовной ответственности по данной статье только в том случае, если является супругом или близким родственником преступника.

Выбор данных статей, предусматривающих ответственность за несообщение о подготовке к их совершению, в принципе понятен. Данные преступления являются тягчайшими и влекут за собой большое количество жертв, а также посягают на основы безопасности государства и жизнь, и здоровье человека. И здесь нужно быть черствым и крайне не порядочным человеком, чтобы не попытаться предотвратить такого рода преступления. В таком случае нарушение тайны конфиденциальности будет оправдано и с точки зрения международного права.

В истории российской журналистики были печальные события, когда, к сожалению, сотрудники СМИ думали больше

---

<sup>177</sup> Уголовный кодекс РФ. – Текст: электронный // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: [офис. сайт]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/c4bb1f325f985bb285ba1036d8e40c80b464f8f7](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/c4bb1f325f985bb285ba1036d8e40c80b464f8f7) (дата обращения: 15.10.2021).

о рейтингах, нежели о людях. В этом году исполнилось 19 лет со дня захвата заложников в здании Театрального центра на Дубровке в Москве группой вооруженных боевиков во главе с Мовсаром Бараевым. В руках боевиков оказалось более 900 человек. В результате теракта погибло 130 заложников, выжили 782 человека, из которых многие получили ранения разной степени тяжести. Все боевики, среди которых 21 мужчина и 19 женщин, были уничтожены. Были изъяты 15 автоматов, пистолеты, гранатомет, 25 «поясов смертников», два мощных взрывных устройства с 40 кг взрывчатки каждый<sup>178</sup>.

Здание театра было заминировано. Бомбы уложили вдоль стен на расстоянии пяти метров друг от друга, а в центре зала и на балконе разместили металлические баллоны. Внутри каждого – 152-миллиметровый артиллерийский осколочно-фугасный снаряд. Внутренняя полость между снарядом и стенкой баллона была заполнена поражающими элементами. Женщины-террористки расположились в шахматном порядке у противоположных стен. Они закрывали зал по секторам в 30 градусов. Начинка пояса «шахида» – два килограмма пластичного взрывчатого вещества и ещё килограмм металлических шариков. В середине зала, в партере, установили автомобильный баллон со взрывчаткой, рядом с ним постоянно дежурила смертница. Такое же самодельное взрывное устройство установили и на балконе<sup>179</sup>. Такого количества взрывчатки хватило бы, чтобы здание разрушилось полностью, так как была бы нарушена целостность несущих конструкций здания. В результате было принято решение о применении усыпляющего газа.

Спецназу пришлось действовать в сложных условиях: некоторые телекомпании вели репортажи с места события, в результате чего террористы были хорошо осведомлены о том, что происходит вокруг и какие действия предпринимают силовики. Впоследствии журналисты отрицали, что вели пря-

---

<sup>178</sup> 17 лет теракту на Дубровке. Как развивались события. – Текст: электронный // ТАСС. – URL: <https://tass.ru/info/7048606> (дата обращения: 05.11.2021).

<sup>179</sup> Террористический акт на Дубровке («Норд-Ост») в октябре 2002 года. – Текст: электронный // РИА Новости: [офиц. сайт]. – URL: <https://ria.ru/20131023/971874957.html> (дата обращения: 05.11.2021).

мые эфиры, но факт остается фактом: по итогам такого эфира одного их операторов пригласили на интервью, где он с гордостью рассказывал о том, как обходил запрет на трансляцию.

Катарский телеканал «Аль-Джазира» показал видеообращение главы террористов, записанное за несколько дней до захвата театра. При этом журналисты не стали предупреждать российские власти о предстоящем теракте. Также не стал сотрудничать с силовиками иностранный журналист, которого террористы вызвали на переговоры. Прикрываясь своим статусом, тот отказался передать информацию о количестве боевиков, о том, как они располагаются и какой имеют арсенал. Из-за информационного шума, давления, которое нагнеталось в том числе СМИ, спецназу пришлось рисковать и в темноте – был отключен свет – штурмовать здание.

Сегодня ряд оппозиционных СМИ, вспоминая трагически дни, пишут о недостатках проведения этой операции, указывают, что, якобы, террористы не желали жертв и расстраивались, когда расстреливали заложников. Парадоксально, но это так. При этом никто из сотрудников СМИ не припоминает друг другу об ошибках, которые допустили и которые, возможно, могли бы облегчить проведение контртеррористической операции и спасти жизни заложников. Основной упор, которые делают журналисты данных изданий, это ошибки силовиков.

Статья 4 «Закона о СМИ» (Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации) – устанавливает порядок сбора информации журналистами на территории (объекте) проведения контртеррористической операции, который определяется руководителем контртеррористической операции. Также указывается, что при освещении контртеррористической операции запрещается распространять в средствах массовой информации сведения о специальных средствах, технических приёмах и тактике проведения такой операции, если их распространение может препятствовать проведению контртеррористической операции или поставить под угрозу жизнь и здоровье людей. Под запретом и обнародование сведений о сотрудниках специальных подразделений, лицах, оказывающих содействие в проведении такой операции, выявлении,



предупреждении, пресечении и раскрытии террористического акта, и о членах семей. Предусматривается и ответственность за нарушение данных положений закона.

Однако, прежде всего, при освещении такого рода операций журналист должен руководствоваться принципами гуманизма. Он должен осознавать, что, несмотря на предусмотренную законодательством меру ответственности за злоупотребление правами, именно на нём лежит и обязанность по минимизации вреда человеку. Именно человечность должна руководить журналистом, а не желание найти горячую тему и повысить рейтинги своего канала и увеличить кликбейтность издания. Ведь нет ничего важнее, чем человеческая жизнь и здоровье.

Статья 49 «Закона о СМИ» даёт возможность отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно, либо его выполнение связано с нарушением закона. По нашему мнению, журналисту также следует отказываться от заданий, если они нарушают общепринятые правила поведения и долженствования. Репутация, как известно, нарабатывается годами, а уничтожается за один миг. Стоит один только раз нарушить чье-либо доверие, поставить под угрозу жизнь человека и его безопасность, как репутация и, следовательно, уважение будут потеряны.

Отечественное законодательство сегодня весьма быстро реагирует на изменения в обществе и вызовы времени. Так, оппозиционные выступления, участие в которых принимали и лица, прикрывавшиеся статусом журналиста, вызвали необходимость прописать положения, устанавливающие обязанность журналиста при освещении публичных мероприятий. К слову, всегда считалось дурным тоном использовать статус журналиста для достижения определённых целей. Однако, сегодня с трансформацией общественных установок профессиональные принципы, к сожалению, теряют силу. В результате законодатель идет на ужесточение ряда требований. Так, в этом году были внесены изменения в Федеральный закон от 19 июня 2004 г. № 54-ФЗ «О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях».

Согласно подпункту 4 пункта 4 статьи 6 Закона участники публичных мероприятий не имеют права использовать отличительный знак (признак) представителя средства массовой информации. Часть 5 этой же статьи указывает: Основанием для деятельности журналиста на публичном мероприятии является редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста. Журналист, присутствующий на публичном мероприятии, должен иметь ясно видимый отличительный знак (признак) представителя средства массовой информации, вид и описание которого устанавливаются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, по согласованию с федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере внутренних дел, федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере деятельности войск национальной гвардии Российской Федерации, в сфере оборота оружия, в сфере частной охранной деятельности и в сфере вневедомственной охраны, и общероссийскими общественными объединениями журналистов.

При этом особо указывается, что на журналиста, присутствующего на публичном мероприятии в целях осуществления своей профессиональной деятельности, распространяются обязанности и запреты, предусмотренные ч. 3 и 4 настоящей статьи.

Пункт 7 данной статьи прописывает, что журналист, присутствующий на публичном мероприятии в целях осуществления своей профессиональной деятельности, не вправе осуществлять следующие действия:

- 1) проводить агитацию в поддержку или против целей публичного мероприятия путем распространения листовок, использования плакатов, транспарантов, лозунгов и в иных

формах, в том числе использовать при проведении публичного мероприятия различную символику и иные средства публичного выражения коллективного или индивидуального мнения, а также средства агитации;

2) выполнять распорядительные функции по организации и проведению публичного мероприятия, а также уполномочивать отдельных участников публичного мероприятия на аналогичные действия;

3) организовывать сбор добровольных пожертвований, подписей под резолюциями, требованиями и другими обращениями граждан;

4) принимать непосредственное участие в обсуждении и принятии решений, иных коллективных действиях в соответствии с целями публичного мероприятия;

5) скрывать отличительный знак (признак) представителя средства массовой информации, предусмотренный ч. 5 настоящей статьи<sup>180</sup>.

Еще несколько лет назад о введении подобных ограничений и не нужно было задумываться, однако последние годы показали, что статус журналиста весьма привлекателен для достижения некоторых целей. Любое задержание сотрудника СМИ на публичных мероприятиях, организованных оппозицией, это всегда информационный шум, общественный резонанс и определённый интерес западных политиков, использующих любой повод, чтобы заявить о несвободе массовой информации в России. И не важно, что сегодня удостоверение журналиста может купить любой желающий. По запросу «купить удостоверение журналиста» поисковые системы сразу выведут вас на десятки фирм, торгующих такими документами. О проблеме торговли корреспондентскими корочками заговорили после задержаний лже-журналистов на публичных мероприятиях. Под руку тогда попались и действующие

---

<sup>180</sup> О собраниях, митингах, демонстрациях, шествиях и пикетированиях: Федеральный закон: [утверждён от 19 июня 2004 г. № 54-ФЗ]. – Текст: электронный // Информационно-правовой портал Гарант.ру: [официальный сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/12135831/8b7b3c1c76e91f88d33c08b3736aa67a> (дата обращения: 09.09.2021).

сотрудники СМИ. Введение новых правил позволило упорядочить деятельность журналистов при освещении таких мероприятий, но само то, что потребовалось ужесточение – это сигнал, что в журналистском сообществе не все благополучно.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Проанализируйте положения «Закона о СМИ», регулирующие деятельность журналиста, соотнесите их с Кодексом профессиональной этики российского журналиста. Сравните, как отражаются в данных нормах этические, деонтологические принципы. Опишите их.

2. Составьте свой свод правил журналиста. Какие нормы, не описанные в Кодексе этики журналиста, вы в него внесёте?

3. Должное поведение журналиста. Сформулируйте свои требования, которые будут соответствовать деонтологическим и правовым принципам, регулирующим деятельность журналиста.

4. Составьте свою памятку журналиста для освещения контртеррористических мероприятий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное учебное пособие было посвящено прагматике творческой деятельности журналистов – системности и инструментарию деонтологических, этико-правовых и аксиологических составляющих профессиональной культуры.

Состояние современной журналистики способны охарактеризовать две противоречивые тенденции. С одной стороны, в условиях глобализации и стремительного развития интернета очевидно увеличение потока информации, распространяемой СМИ. С другой стороны, отмечается снижение, а порой и полная утрата доверия аудитории к данной информации. Одной из причин падения доверия к массмедиа стали регулярные нарушения журналистами норм профессиональной этики. Тем самым, они не только вызывают к себе негативное отношение со стороны общества, но и наносят серьёзный урон репутации всего профессионального журналистского сообщества.

Не до конца осознавая свою значимость, российские средства массовой информации в погоне за читателями, рейтингами и сенсацией зачастую полностью игнорируют общепринятые морально-нравственные нормы, дестабилизируют общество, оказывают разрушающее воздействие на российскую духовную культуру, способствуют утрате ценностных ориентиров в молодежной среде и духовно-нравственной дезориентации.

Требование деонтологии «Не навреди» должно превалировать над желанием подать горячую новость, опередить коллег конкурирующего издания и повысить собственные рейтинг и кликабельность. Помня о том, что «журналистский долг» есть, прежде всего, долг перед обществом, следует принимать общественные установки должного поведения. Влияние со-

временных СМИ на жизнедеятельность общества неразрывно связано с ответственностью журналистов. На наш взгляд, слова «журналистика» и «ответственность» неразделимы. Люди, осознанно сделавшие выбор в пользу этой профессии, должны понимать, что они добровольно возложили на себя ряд нравственных и этических обязательств перед обществом. Их выполнение – профессиональный долг каждого журналиста.

В современном мире назрела необходимость решения целого комплекса проблем, обусловленных деятельностью средств массовой информации. В эпоху обилия информационных потоков профессия журналиста должна стать примером подачи качественных, проверенных и социально-ориентированных сведений, обладающих гуманистическим содержанием. Необходимо анализировать и предугадывать последствия опубликованных журналистских материалов. Роль морали и нравственности в современной журналистике сегодня должна возрастать, а вопросы профессиональной этики и деонтологии нельзя оставлять без внимания.

Гуманизм, правдивость и точность, ответственность перед обществом и его будущим должны лежать в основе обучения журналистов. Этика и ценности – понятия универсальные, опасно их градировать по принципу существования качественных и таблоидных СМИ. Вопросы этики и ценностного наполнения журналистики неотделимы от умения профессионала познавать мир, а также реализовывать аналитическую функцию журналистики через глубокое постулирование смыслов бытия. Освоение действительности осуществляется с помощью соотнесения предметов и субъектов окружающего мира с ценностями, поэтому задача журналиста – разбудить сознание человека (читателя, слушателя, зрителя) в его природной возможности распознавать добро и зло, норму и ненорму, страсть и аномалию, в том числе в нём самом. Если работник СМИ не способен встраиваться в данную парадигму, он – некомпетентен.

Полноценная самоактуализация журналиста осуществляется в процессе деонтологического взгляда на мир с последующей публикацией, в которой присутствуют влияющие на гармоничные взаимоотношения в обществе ценности, возникающие на основе знания эталонов и норм человеческой жизни.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Авдеева, И. А. Формирование ценностей как философская, социальная и культурологическая проблема / И. А. Авдеева // Вестник Тамбовского государственного университета. – 2012. – Вып. 3. – С. 257–268.
2. Авраамов, Д. С. Профессиональная этика журналиста: учеб. пособие / Д. С. Авраамов. – Москва: Изд-во Московского университета, 2003. – 264 с.
3. Багдасарян, В. Э. Высшие ценности Российского государства / В. Э. Багдасарян, С. С. Сулакшин. – Москва: Научный эксперт, 2012. – 624 с.
4. Баева, Л. В. Ценностные основания индивидуального бытия: Опыт экзистенциальной аксиологии: монография / Л. В. Баева. – Москва: Прометей. МПГУ, 2003. – 240 с.
5. Барьядаева, В. А. К вопросу о ценностях и их классификация / В. А. Барьядаева // Вестник Бурятского государственного университета. – 2009. – № 6. – С. 84–88.
6. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – Москва: Юрайт, 2019. – 512 с.
7. Выжлецов, Г. П. Аксиология культуры / Г. П. Выжлецов. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 1996. – 152 с.
8. Глебович, Т. А. Конфликт либеральных и консервативных ценностей в медиадискурсе федеральных и дагестанских СМИ / Т. А. Глебович // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – № 70. – С. 313–335.
9. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. – Москва: Юрайт, 2020. – 412 с.
10. Дзялошинский И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2019. – 345 с.
11. Динамика ценностей населения реформируемой России / Н. И. Лапин, Л. А. Беляева, Н. Ф. Наумова [и др.]; отв. ред. Н. И. Лапин, Л. А. Беляева. – Москва: Эдиториал УРСС, 1996. – 224 с.
12. Долгова, Н. В. Профессиональная этика журналиста: учеб.-метод. пособие / Н. В. Долгова. – Рязань: Ряз. гос. ун-т им. С. А. Есенина, 2017. – 95 с.

13. Душков, Б. А. Психосоциология менталитета и нооменталитета / Б. А. Душков. – Екатеринбург: Деловая книга, 2002. – 448 с.
14. Дымова, И. А. Профессиональная этика журналиста / И. А. Дымова. – Оренбург: БИБИКОМ, 2013. – 90 с.
15. Ерофеева, И. В. Лингвокультурологическое моделирование медиатекста как инструмент национальной безопасности / И. В. Ерофеева // Медиа в современном мире. Петербургские чтения: материалы 58-го международного форума. – 2019. – Т. 2. – С. 47–49.
16. Ерофеева, И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (репрезентация ценностей в журналистике начала XXI века.): монография / И. В. Ерофеева. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2009. – 340 с.
17. Журналистика. Общество. Ценности: монография / под ред. В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург: Петрополис, 2012. – 448 с.
18. Ивин, А. А. Аксиология: учебник для вузов / А. А. Ивин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2021. – 342 с.
19. Ильина, М. В. Международное гуманитарное право и СМИ: учеб. пособие для вузов / М. В. Ильина. – Москва: Юрайт, 2020. – 95 с.
20. Информационная безопасность России / под ред. Ю. С. Уфимцева, Е. А. Ерофеева. – Москва: Экзамен, 2003. – 560 с.
21. Каган, М. С. Философская теория ценностей / М. С. Каган. – Санкт-Петербург: Петрополис, 1997. – 204 с.
22. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
23. Карасик, В. И. Языковые ключи / В. И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2009. – 406 с.
24. Ким, М. Н. Онтология журналистики: к определению понятия / М. Н. Ким // Теория журналистики: в поисках смысла, структуры и назначения: сб. ст. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2007. – С. 25–34.
25. Колесов, В. В. Основы концептологии / В. В. Колесов. – Санкт-Петербург: Златоуст, 2019. – 776 с.
26. Корконосенко, С. Г. Право и этика СМИ: учеб. пособие / С. Г. Корконосенко, В. В. Ворошилов. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 1999. – 103 с.
27. Кортунов, В. В. Философия денег / В. В. Кортунов. – Москва: Московский общественный научный фонд, 1997. – 173 с.



28. Лазутина, Г. В. Деонтология в системе научных представлений о журналистике (по результатам самопознания профессии на конец 2016 года) / Г. В. Лазутина // Современная журналистика в аспекте деонтологии. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2017. – С. 7–32.

29. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста: учебник и практикум для вузов / Г. В. Лазутина. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва: Юрайт, 2020. – 219 с.

30. Леонтьев, Д. А. Человек и жизненный мир: от онтологии к феноменологии / Д. А. Леонтьев // Культурно-историческая психология. – 2019. – Т. 15, № 1. – С. 25–34.

31. Лингвокультурологическое моделирование современного медиатекста: монография / В. В. Богуславская, И. В. Ерофеева, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова; под ред. И. В. Ерофеевой. – 2-е изд. – Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 180 с.

32. Мареева, С. В. Динамика норм и ценностей россиян / С. В. Мареева // Социологические исследования. – 2013. – № 7. – С. 120–130.

33. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова. – 3-е изд., испр. – Москва: Флинта: Наука, 2007. – 296 с.

34. Медиа накануне постсекулярного мира: монография / под ред. В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург: Петрополис, 2014. – 176 с.

35. Мещерякова, С. Н. Нормативно-правовые и деонтологические ограничения деятельности российских средств массовой информации как конфликтогенного фактора межэтнических отношений / С. Н. Мещерякова // Философия права. – 2004. – № 2. – С. 61–66.

36. Минасова, Т. Г. Язык и межкультурная коммуникация / Т. Г. Минасова. – Москва: Слово/Slovo, 2000. – 261 с.

37. Момджян, К. Х. О проблеме общечеловеческих ценностей / К. Х. Момджян // Вопросы философии. – 2020. – № 3. – С. 25–41.

38. Негус, К. Креативность. Коммуникация и культурные ценности / К. Негус, М. Пикеринг. – Санкт-Петербург: Гуманитарный центр, 2011. – 299 с.

39. Нигматуллина, К. Р. Профессиональная культура журналистов в России / К. Р. Нигматуллина. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2021. – 286 с.

40. Новицкая, И. Я. Деонтология шведской журналистики как система этико-правовых норм и нравственных принципов поведения журналиста / И. Я. Новицкая // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2020. – Т. 2, № 2. – С. 164–176.
41. Олешко, В. Ф. Коммуникативно-культурная память: идентификационные ресурсы современных массмедиа / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко // Гуманитарный вектор. – 2019. – Т. 14, № 5. – С. 77–86.
42. Олешко, В. Ф. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти: монография / В. Ф. Олешко, Е. В. Олешко. – Екатеринбург: Уральский университет, 2020 – 470 с.
43. Ортега-и-Гассет, Х. Эстетика. Философия культуры / Х. Ортега-и-Гассет. – Москва: Искусство, 1991. – 588 с.
44. Пенькова, П. Е. Деонтологические принципы журналистики, или пандемия корректирует ценностную парадигму / П. Е. Пенькова // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сб. тр. междунар. науч.-практ. конф. – Белгород: Белгородский гос. нац. исслед. ун-т, 2020. – С. 235–240.
45. Прохоров, Е. П. Эффективность деятельности СМИ / Е. П. Прохоров. – Москва: Факультет журналистики МГУ, 2008. – 46 с.
46. Распопова, С. С. Особенности монетизации в качественных СМИ / С. С. Распопова // Известия Уральского федерального университета. Проблемы образования, науки и культуры. – 2021. – Т. 27, № 1. – С. 208–214.
47. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики: учебник / А. Г. Рихтер. – Москва: Издательские решения, 2016. – 493 с.
48. Рыбаков, В. М. Армирование морали законом: китайский опыт / В. М. Рыбаков // Традиционные общества: неизвестное прошлое: материалы XV Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. П. Б. Уварова. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2019. – С. 177–186.
49. Свитич, Л. Г. Динамика отражения традиционных ценностей русского народа в телеконтенте / Л. Г. Свитич // Медиа и межкультурная коммуникация в европейском контенте. – Ставрополь: Издательско-полиграфический комплекс, 2014. – С. 174–177.
50. Свитич, Л. Г. Журнализм как аксиологический феномен / Л. Г. Свитич // Массмедиа и ценностные отношения общества. – Москва: МедиаМир, 2014. – С. 67–77.

51. Сидоров, В. А. Аксиология журналистики: учеб. пособие / Сидоров В. А. – Санкт-Петербург: Петрополис, 2019. – 204 с.
52. Сидоров, В. А. Аксиология журналистики: Опыт становления новой дисциплины / А. А. Сидоров, С. С. Ильченко, К. Р. Нигматуллина / под ред. В. А. Сидорова. – Санкт-Петербург: Роза мира, 2009. – 174 с.
53. Сидоров, В. А. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения / В. А. Сидоров // Гуманитарный вектор. – 2021. – Т. 16, № 4. – С. 117–125.
54. Скворцова, В. Н. Профессиональная этика: учеб. пособие / В. Н. Скворцова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – 180 с.
55. Уледов, А. К. Духовное обновление общества / А. К. Уледов. – Москва: Мысль, 1990. – 333 с.
56. Фотиева, В. И. Деонтология журналистики: учеб. пособие / В. И. Фотиева. – Барнаул: АлтГУ, 2018. – URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_011790740](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_011790740) (дата обращения: 21.12.2021). – Текст: электронный.
57. Франк, С. Л. Духовные основы общества / С. Л. Франк. – Москва: Республика, 1992. – 510 с.
58. Черникова, Е. В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е. В. Черникова. – Москва: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. – 414 с.
59. Чернышова, Т. В. Тексты СМИ в ментально-языковом пространстве современной России / Т. В. Чернышова. – Москва: ЛКИ, 2007. – 296 с.
60. Шостак, М. И. Репортер: профессионализм и этика / М. И. Шостак. – Москва: РИП-холдинг, 2003. – 165 с.
61. Шрейдер, Ю. А. Ценности, которые мы выбираем / Ю. А. Шрейдер. – Москва: Эдиториал УРСС, 1999. – 208 с.
62. Эволюция аксиологии и её роль в решении актуальных социально-философских проблем развития ноосферы / В. И. Панарин, О. Э. Пучков, И. А. Пфаненштиль [и др.] // Вестник института развития ноосферы. – 2020. – № 3. – С. 33–37.
63. Якимова, К. А. Пространственно-временная модель процесса ориентации личности в мире ценностей / К. А. Якимова, К. О. Шорина // Динамика взаимоотношений различных областей науки в современных условиях: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. – Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2018. – С. 127–131.

*Учебное издание*

**Ерофеева Ирина Викторовна  
Сафронова Ольга Витальевна  
Мясникова Цыригма Цыбенжабовна**

**Деонтология журналистики:  
этика, аксиология, право**