МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

***«*Кубанский Государственный Университет»**

**(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

Факультет журналистики

Кафедра публицистики и журналистского мастерства

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Основы теории журналистики»**

на тему: **«СВОБОДА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЖУРНАЛИСТА (на примерах выбора тем, подходов к их разработке).»**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.О.Сираканян

(подпись, дата)

1 Курс ОФО, факультет журналистики

направление 42.03.02 Журналистика

Научный руководитель

к.ф.н., проф. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ П.Т. Сопкин

(подпись, дата)

Нормоконтролер

должность преподаватель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.О. Понамарева

(подпись, дата)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 3](#_Toc500586270)

[ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ ЭТИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ В РАБОТЕ СМИ....... 6](#_Toc500586271)

[1.1. Понятие журналистского этического стандарта 6](#_Toc500586272)

[1.2. Структурные характеристики журналистского стандарта 13](#_Toc500586273)

[ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ В РАБОТЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СМИ РОССИИ 1](#_Toc500586274)5

[2.1. Влияние журналистского стандарта на функциональные характеристики работы государственных СМИ 15](#_Toc500586275)

[2.2. Этическая направленность деятельности государственных СМИ РФ 18](#_Toc500586276)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 24](#_Toc500586277)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 26](#_Toc500586278)

# ВВЕДЕНИЕ

Демократическое общество отличается от тоталитарного своим разнообразием: в нем много позиций, взглядов и мнений. Это разнообразие сказывается прежде всего на СМИ, поскольку информационное пространство - это та сфера, где постоянно происходит борьба идей.

При переходе от советской модели к новым принципам финансирования в СМИ остро проявились принципиально новые для отечественных органов информации формы экономической зависимости от рекламодателей, спонсоров и особенно владельцев. Монополизация и концентрация средств массовой информации сосредоточена в руках финансово-промышленных групп и осуществляется бурно. Это очень заметно на уровне изданий и телеканалов с потенциалом общефедерального распространения.

В результате таких процессов наблюдается слияние позиций отечественных СМИ с групповыми интересами различных политических и экономических структур, что усиливает конфронтационную и манипулятивную роль, которую пресса, радио и телевидение играют в обществе. Таким образом, в условиях постоянных предвыборных компаний доминантой деятельности СМИ, как и во времена существования советской модели, становится не информационная, а пропагандистская функция. В этой ситуации СМИ не реализуют одну из важнейших задач – способствовать согласованию различных социальных интересов и консолидации общества. Все ярче проявляются дистанцированность СМИ от интересов значительных групп населения страны, отчуждение от общества, нарушение норм журналистской этики.

Актуальность исследуемой темы обусловлена ​​тем, что журналистская этика в РФ до сих пор не была объектом специального комплексного исследования. Свобода слова позволяет журналистам не только воспроизводить события окружающей жизни, но и расширять границы для общения и критики. Благодаря отсутствию цензуры журналист может свободно выражать те мысли, позиционность которых направлена ​​на «открытость пути» в современном обществе.

Проблема журналистской этики является одной из важнейших в сфере научных знаний о журналистике как в теоретическом, так и в практическом плане. Актуальность постановки проблемы об отсутствии или наличии профессиональной этики в настоящее время весьма ощутима и этические требования следует не произвольно понимать, а осмысленно, поскольку моральное сознание журналиста определяет его практическую деятельность.

Актуальность темы и ее недостаточная научная разработанность определили выбор проблемы, объекта, предмета исследования и обусловили постановку его цели и задач.

Объект исследования: информационно-аналитическое телевещание в России.

Предмет исследования: специфика соответствия журналистской этике современных информационно-аналитических программ на государственных и региональных телеканалах в России.

Цель работы: выявить особенности и тенденции соответствия информационно-аналитических программ на государственных и региональных телеканалах в России общим стандартам этики.

Для достижения поставленной цели автор ставит следующие задачи:

1. Дать определение понятиям: «журналистский стандарт», «журналистская этика».

2. Определить критерии оценки информационно-аналитических программ на региональных телеканалах.

3. Проанализировать специфику региональных информационно-аналитических программ, выявить их сходства и различия.

4. Определить функции информационно-аналитического вещания и способы их реализации в региональных выпусках.

5. Определить, какие профессиональные навыки необходимы журналисту, работающему в сфере информационно-аналитического вещания на государственных и региональных телеканалах в свете соответствия стандартам журналистики.

В основе исследования лежат следующие теоретические методы: историко-хронологический подход, метод типологизации, системный подход, сравнительный анализ, функциональный анализ, этимологический анализ.

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанные критерии оценки информационно-аналитических программ помогут скоординировать работу журналистов, телеведущих, редакторов, участвующих в подготовке материалов для информационно-аналитических выпусков.

Структурно работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В первой главе рассмотрены современные подходы к определению журналистской этики, журналистского стандарта. Вторая глава содержит анализ вещания государственных телеканалов России на предмет соответствия стандартам журналистской этики. В заключении подведены результаты исследования.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТСКИХ ЭТИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ В РАБОТЕ СМИ

## 1.1. Понятие журналистского этического стандарта

Стандарты журналистики, их формирование и содержательное развитие находятся в центре внимания научных исследований, систематического диалога практиков и преподавателей журналистского мастерства. К вопросу европейских стандартов журналистики и их утверждения в отечественной информационной среде в эпоху новой журналистики обращаются все больше ученых и практиков.

Интересна тема свободы или зависимости журналиста. Так, основатель Института мировой этики Рушворд Киддер считает, что журналисты должны придерживаться собственных правил, следить за честностью своих репортажей и не полагаться на государство или любые законы или органы, указывают им, как надо выполнять свою работу[[1]](#footnote-1).

Отвечая на информационные требования времени, генеральный директор Британской телерадиовещательной компании «Би-Би-Си» Марк Томпсон 2011 шокировал своих коллег заявлением о необходимости большей субъективности журналистской мысли. По его словам, британское телевидение сможет выдерживать конкуренцию с интернетом только тогда, когда откажется от тотальной беспристрастности как одной из главных своих догм. Общественные вещатели, которые десятилетиями являются монополистами информационного вещания в британском телевизионном пространстве, должны потесниться и дать место каналам с определенной политической позицией вроде американского FoxNews. Таким образом телевидение сможет удовлетворить потребность аудитории не только в качественных фактах, но и в мыслях, оценках и комментариях. По словам М. Томпсона, общественность сможет слышать и видеть (по аналогии интернета) более широкий спектр субъективных журналистских мыслей и самостоятельно определять на их основе свою позицию[[2]](#footnote-2).

Такая установка расширяет информационную свободу. Собственно свобода, связанная с ответственностью, является одной из нравственных проблем журналистики. Крайними формами являются, во-первых, значительное отсутствие свободы слова, предвзятая цензура в тоталитарном обществе, во-вторых, произвол безответственности в анархическом пространстве. Как принцип «золотой середины» возникает понятие «чистоты информации» и по содержанию, и по форме с качественным и уместным анализом на основе объективности, ответственности, уважения к человеку и процесса.

Попытками решения вопроса нормы и аномии является ряд документов мировой и отечественной практики для регулирования морали как отдельного журналиста, так и всей медиа-структуры. Возникают вопросы о профессиональной свободе и ответственности. Это включает и наказания за нарушение норм профессиональной морали журналиста.

Свобода выражения мнения была признана одной из фундаментальных политических ценностей, необходимых для мирного сосуществования наций. Об этом говорится, в частности, в статье 19 Всеобщей декларации прав человека: «Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их: это право предполагает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ». Европейский суд по правам человека неоднократно подчеркивал важность свободы слова в демократическом обществе.

Современные нравственные коллизии в журналистике обостряются, в частности, когда:

1) задачи профессиональной деятельности вступают в конфликт с пониманием общих, национальных, личных норм морали;

2) появление новейших средств фиксации и передачи информации создает новые нравственные проблемы и требует новых норм нравственного регулирования[[3]](#footnote-3).

Профессиональные и моральные стандарты журналистики включают принципы этики и успешной деятельности по особых вызовов, с которыми сталкиваются журналисты. В прошлом и сегодня это набор правил поведения журналиста, описанных в виде профессиональных моральных кодексов или канонов журналистики.

Стандарты (каноны) журналистики разработаны в виде рекомендаций по решению таких проблем, как конфликт интересов, моральные дилеммы, манипулирование и тому подобное.

Стандарты предлагают журналистам определенную схему действий и является инструментом саморегуляции.

Базовые кодексы и каноны обычно возникают в виде утверждений, составленные профессиональными журналистским объединениями и / или медиакомпании[[4]](#footnote-4).

Тема стандартов журналистики в целом актуальна, однако степень ее разработки является недостаточной. Так, частично эта тема исследуется в работах Л. Агаповой, Е. Багерстама, Л. Байера, Е. Вартановой, С. Виноградовой, В. Иванова, В. Качкана, С. Квита, И. Куляса, И. Мащенко, А. Москаленко, М. Недопитанского, Н. Присяжнюка, В. Резуна, М. Стивенса, B. Соколова, Д. Теленкова, А. Чекмышева, А. Яковец. Стандарты журналистики как научная проблема нашли свое исследование в диссертационных работах В. Евдокимовой, Г. Любимовой, Б. Потятиник, В. Сидорова, М. Станева, А. Шатуновского.

Изучением вопроса стандартов журналистики как важной составляющей подготовки журналистских кадров занимался автор учебных пособий, а также ряда научных статей и публикаций, посвященных теории и практике журналистской педагогики, ораторского искусства и телевизионной журналистики Ю. Елисовенко. В частности, в учебно-методическом пособии «Журналистская педагогика в контексте Болонского процесса» в одной из статей ученый в соавторстве с М. Нагорняк исследует профессиограмму современного журналиста, его личностно-профессиональную модель. Исследователь делает вывод, что журналист обязан производить объективную, оперативную, точную информацию. Именно такая журналистика позволит создать высококачественное общественное вещание для граждан, поскольку обеспечить их объективной, полной, точной и высококачественной информацией смогут только моральные авторитеты и профессионалы своего дела.

Однако на сегодня не существует единой научной точки зрения относительно понимания понятия европейского стандарта журналистики, как не существует практического унифицированного подхода к освещению вооруженных конфликтов.

Стандарты тележурналистики, их формирование и содержательное развитие находятся в центре внимания научных исследований, систематического диалога практиков и преподавателей журналистского мастерства. Однако на сегодняшний день не существует единой научной точки зрения относительно понимания понятия европейских стандартов тележурналистики, как не существует практического унифицированного подхода по внедрению стандартов на отечественном медийном телерынке.

Общие стандарты журналистики действуют как в европейском, так и в национальном телевизионном вещании. Однако они приобретают свои особые национальные черты в зависимости от географических, политических и ментальных факторов. На сегодня не существует ни одного единого и обязательного для всех журналистских редакций пособия, в котором были бы обобщены и выведены принципы и стандарты тележурналистики.

Руководство одного из самых известных и опытных репортеров Швеции Эриха Фихтелиуса «Десять заповедей журналистики»[[5]](#footnote-5) основывается на практическом опыте шведских теле- и радиокомпаний. В этой работе также очень подробно рассматриваются стандарты работы журналиста в радио- и телеэфире. В частности автор выделяет стандарт незаангажированности, нейтральности, точности и отделения фактов от комментариев. Кроме этого, особое внимание уделяет техникам применения стандартов, например, в построении интервью, радио или телесюжетов. Автор акцентирует внимание на технических особенностях работы тележурналиста, в частности на написании текстов и сценариев для телевидения, особенности стилистического построения текстов, специфику речи в эфире. Эрих Фихтелиус определяет несколько основных правил (или стандартов) журналистики, а именно: актуальность и важность информации, конкретизация, эстетика речи, находчивость, нейтральность и потребность в постоянном развитии журналиста как личности.

Вот как пишет в предисловии к изданию сам автор:

«Десять заповедей журналистики» - учебное пособие, которое содержит не только чисто практические советы о том, как работать с новостями, но представляет собой и теоретическое введение в профессию журналиста. В книге преобладают разделы о технике записи, интервью и монтажа, которые чередуются с теоретическими размышлениями о том, что такое новость, какую роль играет журналист в современном демократическом обществе и как меняется давление со стороны власти на медийные институты в наше время»[[6]](#footnote-6).

Рекомендации и стандарты здесь получили название заповедей. «Первая заповедь журналистики - Работай восторженно»

Как отмечает автор, она базируется на том, что журналист должен быть захвачен, заинтересован в работе. Репортер интересуется всем, что происходит вокруг и стремится разобраться в событиях, чтобы затем наиболее полно и профессионально рассказать о них своей аудитории. То, о чем он рассказывает, должно быть важным, интересным, динамичным и иметь значимость для аудитории.

Во второй заповеди стоит рекомендация сообщать о важных вещах, событиях, процессах. Те новости, которые редакция отбирает для публикации или выдачи в эфир, должны помогать гражданам понимать процессы, происходящие в стране и в мире. Репортер не может позволить себе выбирать легкие, приятные или сенсационные новости, он должен стремиться освещать то, что имеет значимость для многих.

Также автор пособия рекомендует работать планомерно и на результат всей журналистской команды. Для этого репортер должен постоянно быть в контакте со своими источниками информации, в своем роде контролировать тот сегмент (тему, вопрос), за который отвечает, всегда стремиться к тому, чтобы источник выступил открыто, четко обсуждать с источниками условия передачи информации, никогда не раскрывать источники, критически относиться к своим источникам информации, воспитывать доверие к себе со стороны источников и беречь их.

Следующий принцип, который выделяет Фихтелиус, «Будь конкретным», очень близко граничит со стандартами точности, достоверности, простоты информации. Автор отмечает, что сведения, которые получает от нас аудитория, должны быть точными и проверенными настолько, насколько это возможно. А конкретные данные и детали в новости всегда больше привлекают внимание, чем абстрактность. Здесь Фихтелиус подробно анализирует роль изображения, «картинки», ее соответствие тексту, однако считает, что значение визуального ряда не стоит переоценивать: «Старайтесь предоставлять кадрам возможность говорить за себя. Однако будьте осторожны с использованием слишком выразительных изображений. Нередко они поглощают внимание зрителя, отвлекая его от содержания сюжета. Это явление принято называть «каннибализмом» кадров. Кадры могут быть настолько яркими, эмоциональными или страшными, что зритель, приковывая взгляд к ним (или, наоборот, отворачиваясь), теряет интерес к рассказу за кадром»[[7]](#footnote-7).

Также в работе отмечается, что чрезмерное количество подвижных, часто меняющихся кадров или кадры, которые не имеют отношения к тому, о чем журналист рассказывает, мешают восприятию содержания. Имеет значение и выбранный темп подачи материала. Слишком интенсивный рассказ за кадром без пауз и остановок приводит зачастую к тому, что зрителю сложно успеть понять содержание.

В пятой заповеди автор говорит о важности подготовки журналиста к интервью, осведомленности его в общественных процессах и умении корректировать перечень вопросов в процессе записи разговора.

Шестая заповедь журналистики «Не мешать развитию событий» перекликается со стандартом отделения фактов от комментариев. Здесь автор пособия подробно описывает, как оператор и журналист должны выстроить вместе видеоряд на месте происшествия, чтобы он получился удачным. Достаточно основательно Фихтелиус объясняет и стандарты использования стендапа в телерепортаже.

Также автор отмечает, что журналист не должен заслонять все, о чем сообщает, своей персоной. Позвольте своему зрителю / слушателю увидеть своими глазами, что происходит, и услышать, что говорят участники того или иного события. Аудитории гораздо интереснее увидеть и услышать аутентичный материал, а не прокомментированный репортером.

В седьмой заповеди «Беречь культуру речи» журналист-практик советует очень ответственно относиться к языку материала и соблюдать стандарты телевещания: «Сложные понятия или неточные описания затрудняют понимание содержания. Порядок слов в предложениях должен быть прямым, не следует использовать инверсию или перенасыщать текст сложными и подчиненными конструкциями. Построение предложений должна быть простой, с четкими логическими связями»[[8]](#footnote-8).

Здесь же Фихтелиус говорит и о воздержании от комментариев, советует избегать оценочных высказываний. «Используя их, вы навешиваете ярлыки. Репортер должен знать и понимать значение и оценочные характеристики слов, которые он использует»[[9]](#footnote-9).

В восьмой заповеди «Создавать новые версии» говорится о средствах монтажа, редактирования, которые помогли бы обновлению теленовостей, сюжета, и представить их в новом виде. Здесь автор приводит много примеров из журналистского опыта.

Еще один стандарт-заповедь, которую выделяет ученый, - «Быть ​​нейтральным к последствиям» - предполагает, что журналист имеет нейтрально относиться к факту, что кто-то может выиграть или пострадать от обнародования правдивой и значимой для общественности новости.

## 1.2. Структурные характеристики журналистского стандарта

Появлением профессиональных стандартов современной журналистики мы во многом обязаны Би-Би-Си, которая первой стала работать на принципах публичной речи. То есть целью этой корпорации является не достижение прибыли, не влияние на массовое сознание, а удовлетворения тех потребностей, которые имеет общенациональная аудитория. Независимо от того, в каких медиа работают журналисты и какую политику ведут их редакции, профессиональные стандарты остаются для всех одинаковыми. Поэтому прежде всего рассмотрим установки Би-Би-Си для продюсеров (журналистов) и редакторов выпусков новостей и информационных программ.

   Корпорация защищает общественный интерес. Из этого следует, что главной мотивацией для журналиста или редактора в дискуссии о том, должен попасть в эфир тот или иной сюжет или нет, является отстаивание этого интереса. Отмечается, что единого определения общественного интереса нет. Но в этом контексте сотрудники Би-Би-Си должны учитывать следующее:

   • разоблачения или выявления преступлений;

   • разоблачения антиобщественного поведения;

   • разоблачения коррупции и несправедливости;

   • раскрытие существенной некомпетентности или небрежности;

   • защита здоровья и безопасность людей;

   • защита людей от введения в заблуждение любой заявлением или действием отдельного лица или организации;

   • раскрытие информации, что позволяет людям принять значительные информированные решения по общественно важным вопросам;

   • свобода самовыражения[[10]](#footnote-10).

 Сосредоточившись на том, в чем заключается публичный интерес, сотрудники также должны принять во внимание информацию, которая уже есть или скоро станет достоянием общественности. На основании понятия общественного интереса формулируется идея назначения Корпорации. Би-Би-Си призвана создавать разнообразные программы, отвечающие интересам, убеждениям и взглядам аудитории. Представление всего спектра мнений и идей является обязательным требованием к программам каждого жанра. Ни один важный ряд проблем не должна оставаться без внимания Би-Би-Си. Интересно, что установки не понимают здесь как догму. Они должны помогать, а не сдерживать профессиональную активность. Поэтому отмечается, что в реализации принципа должной беспристрастности термин "надлежащая" следует понимать как адекватная или что соответствует сути темы и типу программы.

   Вообще каждая тема имеет более чем две стороны. Поэтому беспристрастности в программах, освещающих фактический материал, нельзя достичь путем простого математического уравновешивания, где каждая точка зрения дополняется противоположной. Также: соблюдение принципа должной беспристрастности не требует абсолютной нейтральности в каждом вопросе. Программа, связанная с изложением фактов о спорных общественно-политических темах или по спорным вопросам политики или производства, будет соответствовать принципу надлежащей беспристрастности в том случае, если она излагает их честно, точно и правдиво. Отдельно отмечается, что Би-Би-Си стремится к сбалансированности общественного интереса к свободе выражения с законным ожиданием неприкосновенности частной жизни отдельных лиц.

   Итак, редакционные ценности Би-Би-Си формулируются следующим образом:

   • правдивость и точность;

   • беспристрастность и многообразие точек зрения;

   • редакционная честность и независимость;

   • служение общественным интересам;

   • справедливость;

   • неприкосновенность частной жизни;

   • отсутствие ущерба образу (уравновешивания права на передачу и публикацию новой и противоречивой информации с ответственностью по защите уязвимых людей);

   • дети (специфическая аудитория, которая требует собственного комплексного подхода)

   • подотчетность (перед аудиторией)[[11]](#footnote-11).

# ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ В РАБОТЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СМИ РОССИИ

## 2.1. Влияние журналистского стандарта на функциональные характеристики работы государственных СМИ

Журналистика - профессия общественно-ответственная. Главная задача журналиста – удовлетворение информационных потребностей аудитории. Это определяет не только его особые права, но и особые обязанности. В своей деятельности он должен воздерживаться от предвзятости, ведь ненормальной является ситуация, когда журналист передает искаженную информацию.

К сожалению, многие медиа дают политически или экономически ангажированную информацию, в которой, по старым традициям советской пропаганды, мир разделен на «правых» и «неправых», «хороших» и «плохих». Эта предвзятость привела к тому, что большинство читателей, зрителей, слушателей, включая телевизор или радиоприемник, разворачивая газету, знают, за кого будет агитировать то или иное медиа, а кого будет хулить. Конечно, это не имеет ничего общего с традициями качественной журналистики. Журналисты таких СМИ грубо пренебрегают принципом сбалансированности информации, не подают основных точек зрения на проблему, пытаются быть своеобразными информационными судьями, которые решают: кто прав, а кто виноват, чью точку зрения должна знать аудитория, а чью ей знать излишне.

Особенно опасно, когда журналисты выступают простыми ретрансляторами позиций власти, служат только своеобразными «подставками для микрофонов». В демократических странах считается аксиомой то, что журналисты являются естественными оппонентами политиков, для них не может быть «хорошей», или «своей» власти[[12]](#footnote-12).

Они представляют интересы общества, и их задачей является пристально следить за действиями тех, кто этой общиной руководит. Журналист должен освещать как положительные, так и отрицательные моменты действий власти. С позитивом, как правило, никаких проблем нет. Власть заинтересована в том, чтобы давать о себе положительную информацию и делает это, пользуясь бонусом привилегированного доступа к эфиру и газетным полосам, из пресс-службы, журналистские пулы и тому подобное. Собирать и передавать аудитории негативную информацию о действиях власти сложнее. Здесь возникают преграды на всем пути от сбора и проверки информации к ее дистрибуции. Но негативная информация о действиях властных структур еще важнее, чем положительная. Власти имеют возможность управлять обществом, поэтому общество должно знать обо всех просчетах в действиях власти, чтобы иметь возможность повлиять на нее. Без общественного контроля (а без медиа такой контроль просто невозможен) любая власть скатывается к авторитаризму, веры в собственную непогрешимость и божественную миссию[[13]](#footnote-13).

Особенно осторожным нужно быть в случае обнародования информации, которая должным образом не проверена или если источник информации заинтересован в ее освещении определенным образом. Обычно обнародования при этом не допускается, а в исключительных случаях (общественная значимость информации) аудитория имеет право знать обо всех сомнительных моментах.

Социальная ответственность журналиста заключается в том, что все его суждения, вся информация должны быть достоверными и полными, что он дает возможность высказаться основным фигурантам событий, обеспечивая аудитории возможность быть полностью информированными по вопросам, которые имеют актуальный общественный интерес.

Журналистика просто не нужна, если она не информирует аудиторию обо всех актуальных проблемах, случившихся в обществе, не отслеживает правильные и ошибочные шаги власти, а только подпевает ей. Организация общественной дискуссии предполагает, чтобы аудитория могла услышать не только голос власти, но и мысли деятелей оппозиции, а также, что тоже очень важно, голос представителей общественности.

Стоит заметить, что понятие «журналистской ответственности» отнюдь не ограничивается ответственностью перед редактором, изданием, владельцем, властью и другими подобными институтами.

Это вполне профессиональная дефиниция, которая заключается в ответственности конкретного журналиста или целого медиа перед обществом и аудиторией. В авторитарной стране журналист несет ответственность прежде всего перед властью, потому что она является верховным авторитетом в обществе. Он является проводником идей власти, то есть послушным инструментом в ее руках.

Нормы этики имеют универсальный характер. Нельзя использовать одни нормы для одних ситуаций (допустим, тяжелые времена), а другие – для других. Журналист всегда должен действовать в соответствии с нормами профессиональной морали[[14]](#footnote-14).

Важным также является мнение журналистской среды. Корпоративная журналистская солидарность – очень важна. Но не менее важно принципиальное отношение к нарушениям профессиональной этики со стороны коллег. Журналистика по своей сути – профессия публичная. Поэтому следует принципиально относиться ко всем попыткам «приватизировать» эту профессию, унизить ее авторитет.

СМИ является площадкой для общественной дискуссии, то есть единого, по Гегелю, механизма формирования общественного мнения. В этой дискуссии должна звучать голос не только подавляющего большинства, но и общественных меньшинств. Такая дискуссия не только залогом того, что голос каждой общественной группы будет услышан, но и механизмом против застоя и загнивания, стимулом развития.

Таким образом, СМИ выполняют свою информационную и коммуникативную функции. Обе имеют одинаково важное значение. Общество имеет право знать информацию о себе и обо всем, что может повлиять на него.

При этом особо важное значение имеет то, чтобы эта информация была правдивой, чтобы виртуальная картинка действительности адекватно отражала реальность. Замалчивание истинного положения вещей играет такую ​​же отрицательную роль, как и прямая дезинформация.

Абсолютными табу для журналистов являются ложь, манипуляция сознанием граждан и пропаганда. Причем два последних являются более опасными, чем прямая ложь. В наше время диверсификация информационных потоков скрыть правду на длительный период просто невозможно. А вот скомпрометировать правду, смикшировать правду с ложью таким образом, что не будет понятна истина, настойчиво продвигать какую-то идею в общество – это журналист может сделать и этим нанести большой вред. Журналист не является и не может быть пропагандистом, агитатором или PR-менеджером. Эти специальности несовместимы с журналистской деятельностью.

## 2.2. Этическая направленность деятельности государственных СМИ РФ

Проблемы морально-этической и социальной ответственности средств массовой информации продолжают оставаться ключевыми вопросами современного общества. Иногда их предпочитают относить к сфере исключительно государственной компетенции, требуя от властного аппарата максимально быстрого решения той или иной проблемы. Однако, по нашему мнению, регулирование социально проблемных вопросов не может осуществляться эффективно, находясь в зоне ответственности исключительно государственных структур.

Важную роль в создании социально-экономического механизма преодоления общественных проблем играют средства массовой информации. Несмотря на то, что общественные отношения не могут быть прямым следствием воздействия со стороны СМИ, тем не менее, средства массовой информации формируют представление об определенной социальной проблеме например, сиротстве или воспитании ребенка в неблагополучной семье, в общественном сознании и могут или активизировать социальный контроль за действиями государственных структур или бизнеса, или снижать его значимость.

В современном российском медиапространстве наблюдается тенденция отхода от традиционного постсоветского восприятия феномена сиротства и перехода к европейским нормативам подачи информации. Однако следует заметить, что в определенной мере рудименты прежнего формата презентации проблемы детей-сирот и детей, воспитывающихся в неблагоприятных условиях, хранятся в журналистских сообщениях.

Так, в частности, проблема неблагоприятных социальных условий жизни детей чаще всего связывается с создания негативного образа их родителей, на наличие у которых алкогольной или наркотической зависимости, склонности к асоциальному поведению довольно часто акцентируют внимание корреспонденты. В основном к таким обобщениям прибегают журналисты изданий, где просьбы о помощи ребенку, у которого есть родители, оценивается преимущественно как скрытое (или не очень) негодование в сторону семьи детей, которая не способна их обеспечить.

Для примера можно взять сюжет телекомпании «День-ТВ», вышедший 14 сентября 2015 года под заголовком «Сироты в России никому не нужны»[[15]](#footnote-15). В указанном журналистском материале уже самим его названием задается общая тональность изложения, в котором дети из неблагополучных семей и сироты автоматически записываются в разряд «ненужных», что как минимум некорректно, учитывая даже сущностную правдивость этого высказывания. Автор сюжета подчеркивает, что что определенная часть из них проявляет склонность к бродяжничеству, другие – подвергаются насилию в семье. Тяжелое положение ребенка коррелирует с проблемами их родителей, соответственно, материалы, посвященные проблемам воспитания детей в неблагоприятных условиях, имеют преимущественно морально-этическую направленность, демонстрируя эксклюзию обездоленных детей из молодежной среды и стратегии формирования девиантного поведения в раннем возрасте.

Несколько иной взгляд на ситуацию с сиротством подает Первый канал. Так, 20 января 2016 года в ежедневном выпуске новостей было представлено сюжет под названием «Около полутора тысяч детей-сирот были усыновлены в Москве в прошлом году»[[16]](#footnote-16). Ведущая информационного выпуска акцентировала внимание на том, что это было сделано при содействии определенного благотворительного фонда.

В рассматриваемом журналистском материале указано, что на пути к усыновлению родителей ожидают существенные трудности. Эту информацию артикулирует сама приемная мать, замечает, что в детских домах действует система выделения государственных средств на каждого ребенка, в связи с чем практика усыновления выглядит для руководителей специализированных учреждений не совсем желанной. Такая информация, с одной стороны, соответствует действительности, поскольку ситуация с усыновлением в отдельных учреждениях для детей, лишенных родительской опеки, является критической, а с другой стороны, форма ее подачи проводит определенную антитезу между государством как главным гарантом социального обеспечения и частными фондами, что на фоне созданного каналом образа бездействующего государственного аппарата выглядят гораздо привлекательнее. Этот пример отражения социальной проблемы сиротства в дискурсе современного СМИ выглядит гораздо привлекательнее в идейно-эстетическом плане. Так, авторы сюжета не только артикулируются (ставят) проблему, они описывают конкретные средства и возможности ее решения. В отличие от всего депрессивной атмосферы безнадежности и бесполезности детей-сирот, в работе Первого канала проблема сиротства выступает как вполне решаема. Несмотря на несколько навязчивую рекламу деятельности владельца медиагруппы, в состав которой входит упомянутый канал, коллектив журналистов пропагандирует необходимость общественной реакции на существующую проблему, а также оптимальную возможность ее решения - усыновление. Эта пропаганда выглядит вполне корректной и ненавязчивой, поскольку подается с помощью удачного приема – своеобразной истории успеха счастливых людей. Молодые родители благодаря этому сюжету воспринимаются как пример для положительного наследования. Широко раскрывается проблема обездоленных детей в периодике, которая имеет значительное представления в интернет-дискурсе.

В современном российском информационном пространстве имеется большое количество элементов, которые могут быть включены в социальный механизм, который будет способствовать преодолению сиротства и детской обездоленности. Однако для реализации этого потенциала необходима целенаправленная работа по координации их взаимодействия и сознательном привлечению к информационному полю всех элементов – государства, бизнеса, общественности и самих представителей социально незащищенных групп. Таким образом, можно констатировать, что вопрос социальной ответственности является в общем представленным в дискурсе отечественных медиа, однако освещение указанной проблематики имеет ряд существенных отличий, в частности, в формате представления информации, ее общей тональности. Проанализированные материалы свидетельствуют о преобладании в них дискурсивных практик, представляющие тему социальных проблем максимально объективировано. В них отдается предпочтение фактологичности, практика конструирования таких участников проблемы, как «дети», «родители», «государство», «благодетели» создают амбивалентность оценки. Однако, на наш взгляд, обезличена и обесценена подача острых социальных проблем и ориентация на освещение в первую очередь инцидентов создают картину отстраненной подачи проблем сиротства и воспитания детей в неблагоприятных социальных условиях. Тексты медиадискурса изображают в основном неприятные ситуации, в которых затрагивается лишь внешний, правоохранительный аспект. По нашему мнению, более целесообразным для отечественных медиа станет практика, в условиях которой они не просто будут освещать проблемные аспекты социальной ответственности журналистики, но и предлагать конкретные средства и механизмы изменения артикулированной ситуации к лучшему. Так, в частности, если средства массовой информации будут не только артикулировать проблему сиротства, но и приводить примеры успешного усыновления детей-сирот, это создаст образец действенного механизма социальной защиты.

Примером же неэтичности поведения журналистов отечественных СМИ является программа «Вести недели». В последние годы именно программа она стала своеобразным символом пропаганды, причём не самого высокого пошиба. Как сами «Вести», так и их ведущего Дмитрия Киселева окружает ряд скандалов и обвинений в журналистской недоброчестности.

Рассмотрим в качестве примера использования различных пропагандистских стратегий выпуск программы «Вести недели» от 31.01.2016 года[[17]](#footnote-17), в котором специалисты интернет-издания «Медиум» насчитали 116 примеров использования пропагандистских технологий[[18]](#footnote-18).

Выпуск начался с сюжета о британском документальном фильме, посвящённом тайным богатствам Владимира Путина (см. скриншот 1). В ходе сюжета были использованы такие пропагандистские приёмы.

Провоцирование неодобрения: чтобы снизить популярность “невыгодной” идеи провокатор записывает в ее сторонников заранее неприятных людей

Провоцирование неодобрения — «название — словно для “мусорных” интернет-сайтов — тех, что держатся в Сети на трех китах — предсказаниях Ванги, методах похудения, которые рекламирует чужое тело, приставленное к голове Пугачевой, и чудесных способах продления молодости», «во всяком случае, к масти карта — “Тайные богатства Путина”» — в данном случае негативная ассоциация ведет не к личности, а к «мусорным сайтам».

Подмена факта мнением: попытка манипулятора выдать свое мнение (часто спорное) за факт, то есть избежать таким образом возможных аргументов противника.

Таким образом, даже на материале одного сюжета из выпуска заметно, что редакторы программы «Вести недели» на канале «Россия» и ее ведущий Дмитрий Киселев используют широкий ряд средств и способов пропаганды, среди которых наиболее частотными являются подмена факта мнением, дезинформация, лингвопропаганда и откровенная ложь. Такой подход к журналистике на одном из федеральных каналов нарушает целый ряд журналистских стандартов, среди которых, помимо использования пропагандистских приемов, наблюдаются отсутствие мнения другой стороны показываемых авторами программы событий, односторонняя подача материала. Наблюдается активное нарушение авторами программы журналистской этики.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резюмируя, мы можем сказать, что сферы влияния телевидения весьма обширны. И оказывается это влияние тоже неоднозначно. С одной стороны, со знаком «плюс», а с другой – «минус». Что касается отрицательной стороны телевидения. Человек может стать пассивным. Это ведь иная реальность, не хуже чем в играх интернетных, только сам ты ничего сделать не можешь, разве что проголосовать. Пассивность способна проявляться не только на физическом плане, но и на интеллектуальном. В этом случае, любая информация, полученная посредством ТВ, может восприниматься напрямую, безрефлексивно. Человеку незачем оценивать информацию или анализировать. К тому же телевидение ведёт к снижению эмоциональной и психологической восприимчивости, хотя, с другой стороны, оно, наоборот, способствует появлению сильнейших эмоций, ведущих к расстройству здоровья.

Однако это не повод совсем отказаться от телевидения. Тем более что оно всегда выступает двояко: вызывая нарушение нравственной целостности и гармонии человека, оно может способствовать также и его развитию в духовно-нравственном аспекте. Всё зависит от выбора самой личности.

Современное российское телевидение – явление многоплановое и неоднозначное. С одной стороны, оно приближается к американской модели, а с другой стороны, у нег есть установка на безусловную актуализацию его социального функционирования. Развитие современной России показывает, что сегодня телевидение обладает всеми техническими и идеологическими возможностями, для того, чтобы служить различным, в том числе и политическим целям. К ним можно отнести как просветительство и развитие в людях чувства собственного достоинства, так и стремление к свободе и социальной справедливости. Всё это позволяет более активно духовно обогащать социум.

Хотя есть и альтернатива, когда происходит, при помощи того же телевидения, манипуляция сознанием. Любая дезинформация и запугивание личности, разжигание массовой ненависти, вызов недоверия и страха, безразличия и депрессии – тоже вполне регулируемый функционал телевидения. Любая из сторон воздействия телевидения является его влиянием и на экономическое поведение граждан страны. Все факторы, как экономические, так и внеэкономические, влияющие на экономику, напрямую связаны с мировоззрением, которое формируется во многом и под воздействием телевидения.

Если недостаточно использовать духовный и эстетический потенциал телевидения в процессе воспитания в образовательных учреждениях и в семье, это будет способствовать формированию ложных духовно-нравственных ценностей личности и отклоняющегося поведения. Современные возможности ТВ следует учитывать, для того, чтобы осуществлять реальный опыт медиаобразования. Желательно, начиная ещё в раннем возрасте, с детского сада, чтобы постепенно, на фоне уже полученных знаний, осуществлять программу, способствующую формированию критического отношения детей к медиа, что поможет в будущем лучше ориентироваться в предлагаемой телевидением информации.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ажгихина Н. Вперед, к основам! // Журналистика и медиарынок. – 2009. – №11. – С. 8–11.

2. Александрова Т. Быть немного Дон Кихотом // Журналистика и медиарынок. – 2010. – №5. – С. 46–49.

3. Адамьянц Т.З. От виртуального экранного образа – к "картине мира" телезрителя // Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах. Книга 1. – М.: ИС РАН, 2000. – С. 131–155.

4. Багиров Э.Г. Телевидение. XX век: Политика. Искусство. Мораль. – М.: Искусство, 1968. – 301 с.

5. Бауман 3. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – 316 с.

6. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. – 2-е изд. – М.: Логос, 2011. – 248 с.

7. Богданов В. Наш путь к чистой воде // Журналистика и медиарынок. – 2010. – №5. – С. 4–7.

8. Боголюбова Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 126 с.

9. Богословская К. Идол. Телевидение: режиссура реальности / Сост. Д. Дондурей. – М.: Искусство кино, 2007. – С. 327–334.

10.Борецкий Р.А. Беседы об истории телевидения. Лекции, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале – мае 2010 г. – М.: Икар, 2011. – 180 с.

11.Борецкий Р.А. Телевидение как социальная технология и социальный институт. // Телерадиоэфир: История и современность. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 240 с.

12.Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

13.Бурдье П. О телевидении и журналистике / Пер. с фр. Ю. Марковой. Отв.ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.

14.Вартанов А. С. Актуальные проблемы телевизионного творчества: На телевизионных подмостках: Учебное пособие. - М.: Высшая школа, 2003. - 320 с.

15.Вартанова Е.Л. СМИ в меняющейся России. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 336 с.

16. Вести недели с Дмитрием Киселевым. Выпуск от 31.01.2016. Доступ: https://www.youtube.com/watch?v=E\_Kd5EPQe78

17.Выровцева Е.В. Журналистский текст как выражение позиции автора // Журналистика 2003: обретения и потери, стратегии развития: Материалы Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 3-6 февр.2004 г. – М., 2003. – С. 50–55

18.Гострова Е.В. Информационно-аналитические телевизионные программы: история, типология, современное состояние (на примере программ федеральных каналов «Вести недели» («Россия») и «Намедни» (НТВ): Автореф. дис. … канд. филолог. наук / Е.В. Гострова. Ростов-на-Дону. РГУ. – Ростов-на-Дону, 2006. – 24 с.

19.Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. – М., 2001. – 330 с.

20.Грибок М.В. Анализ формирования образов регионов России в федеральных информационных программах телевидения с помощью ГИС: дис. … канд. геогр. наук / М.В. Грибок. Москва. МГУ. – Москва, 2009. – 146 с.

21.Грибок М.В. Образы регионов России в федеральных телевизионных СМИ: геоинформационный метод исследования // Культурные ландшафты России и устойчивое развитие. Материалы молодежной научной школы. – М.: Географический факультет МГУ. - 2009. - С. 241-244.

22.Грызунова О.И. Формирование современной системы телевизионного вещания в Российской Федерации / О.И. Грызунова, Г.Т. Дерибас, Т.С. Косова и др. – М.: ИПК работников телевидения и радиовещания, 1996. – 38 с.

23.Зверева Н. Новости слушают глазами // Медиапрофи. – 2010. – №1 – 2. – С. 80 – 83.

24.Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с.

25.Иванова А. Проблема объективности телевизионных новостей // Медиальманах. – 2010. – №5. – С. 59–65.

26.Качкаева А.Г. Российское телевидение: между спросом и предложением: Т. 1 / Под ред. А.Г. Качкаевой, И.В. Кирия. – М.: Элиткомстар, 2007. – 152 с.

27.Качкаева А.Г. Трансформация российского ТВ // Средства массовой информации России / Под ред. Засурского Я.Н. – М.: Аспект-Пресс, 2011. – С. 292-323.

28. Киддер Р. Универсальные человеческие ценности // Впереди XXI век: Перспективы, прогнозы футурологии. – М., 2000. – С. 31-44.

29.Кузнецов Г.В. Критерии качества телевизионных программ. – М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2002. – 69 с.

30.Левада Ю. Общественное мнение в политическом зазеркалье // Вестник общественного мнения. – 2006. – № 2 (82). – С. 8–18.

31.Луман Н. Реальность массмедиа. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.

32. Медиум: Монитор пропаганды. Доступ: https://medium.com

33. Ненужные дети – реальность жизни (24.09.15) // Телеканал «День-ТВ». – [Электронный ресурс].– Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=TyF71N6Y-qo>

34. Около полутора тысяч детей-сирот усыновили в Москве в прошлом году (20.01.2016)//«Первый канал»

Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=Z8gVWk4wcvM>

35. Павликов М.М. Современная журналистика: профессия в условиях гражданского информационного общества // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – 2001. – №1. – C. 107–111.

36. Пескин А.Е., Труфанов В.Ф. Мировое вещательное телевидение. Стандарты и системы. Справочник. – М.: Горячая линия-Телеком, 2004. – 308 с.

37. Региональное информационное вещание и пути его совершенствования: Сборник материалов исследовательской программы. / Под редакцией Л.С. Кошлякова. Ч. 1. – М.: ВГТРК, 2000. – 206 с.

38. Томпсон М. Философия науки / Мел Томпсон. — Пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. — 304 с.

36. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с.

37. Шариков А.В. Социальная безответственность телевидения в России // Телефорум. – 2005. – №1. – С.100-105.

38. Шариков А.В. Телевидение: роль в современном российском обществе / В кн.: Психология общения. Энциклопедический словарь / Под ред. А.А.Бодалева. – М.: Когито-Центр, 2011. – 384 с.

1. Киддер Р. Универсальные человеческие ценности // Впереди XXI век: Перспективы, прогнозы футурологии. – М., 2000. – С. 31-44. [↑](#footnote-ref-1)
2. Томпсон М. Философия науки / Мел Томпсон. — Пер. с англ. А. Гарькавого. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. — 304 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-7)
8. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-9)
10. Шариков А.В. Телевидение: роль в современном российском обществе / В кн.: Психология общения. Энциклопедический словарь / Под ред. А.А.Бодалева. – М.: Когито-Центр, 2011. – С.52. [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же, С.68. [↑](#footnote-ref-11)
12. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-12)
13. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Эрих Фихтелиус. – М.: Медиа-Мир, 2008. – 200 с. [↑](#footnote-ref-14)
15. Ненужные дети – реальность жизни (24.09.15) // Телеканал «День-ТВ». – Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=TyF71N6Y-qo> [↑](#footnote-ref-15)
16. Около полутора тысяч детей-сирот усыновили в Москве в прошлом году (20.01.2016) // Первый канал – Доступ: <https://www.youtube.com/watch?v=Z8gVWk4wcvM> [↑](#footnote-ref-16)
17. Вести недели с Дмитрием Киселевым. Выпуск от 31.01.2016. Доступ: https://www.youtube.com/watch?v=E\_Kd5EPQe78 [↑](#footnote-ref-17)
18. Медиум: Монитор пропаганды. Доступ: https://medium.com [↑](#footnote-ref-18)