

**И. М. Дзялошинский**

# **ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ЖУРНАЛИСТА**

Учебник и практикум  
для академического бакалавриата

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом  
высшего образования в качестве учебника для студентов  
высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным  
направлениям и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе  
[biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)

Москва ■ Юрайт ■ 2017

**Автор:**

**Дзялошинский Иосиф Мордкович** — доктор филологических наук, профессор департамента медиа факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, академический руководитель образовательной программы «Медиакоммуникации».

**Рецензенты:**

*М. В. Шкондин* — доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова;

*М. А. Пильгун* — доктор филологических наук, профессор департамента интегрированных коммуникаций факультета коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ, академический руководитель образовательной программы «Журналистика данных».

**Дзялошинский, И. М.**

Д Профессиональная этика журналиста / И. М. Дзялошинский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 000 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-9204-5

В учебнике собраны материалы, направленные на теоретическое и практическое освоение курса «Профессиональная этика журналиста».

Задачи курса — дать представление о предмете, основных категориях и понятиях профессиональной этики журналиста, сформировать понимание долга и ответственности современного творческого работника средств массовой информации перед обществом, личностью и профессиональным сообществом, показать важность профессиональной этики в современных условиях развития мультимедийных систем и новых информационных технологий.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

*Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям «Журналистика», «Медиакоммуникации», «Реклама и связи с общественностью», а также широкого круга читателей, интересующихся морально-этическими аспектами профессиональной деятельности журналистов.*

УДК  
ББК



*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».*

# Оглавление

Предисловие .....	6
-------------------	---

## **Раздел I. ЖУРНАЛИСТИКА: ОТ УПРАВЛЕНИЯ К РЕГУЛИРОВАНИЮ И САМОРЕГУЛИРОВАНИЮ**

<b>Глава 1. Журналистика как объект управления и регулирования: функции, типологические модели, социальные последствия.....</b>	<b>14</b>
---	-----------

1.1. Функции и роли современной журналистики .....	14
1.2. Современная журналистика: типологические модели .....	26
1.2.1. Журналистика влияния .....	29
1.2.2. Журналистика как медиабизнес .....	33
1.2.4. Кураторская журналистика .....	43
1.2.5. Журналистика как общественная служба.....	45
1.2.6. Журналистика как форма личного самовыражения .....	61
1.2.7. Дата-журнализм.....	65
1.3. Журналистика и общество: последствия медиатизации .....	66
1.3.1. Политические последствия деятельности СМИ .....	66
1.3.2. Угрозы новых медиа .....	74

<b>Глава 2. Институциональное регулирование СМИ: основные субъекты и практики.....</b>	<b>85</b>
--	-----------

2.1. Управление, регулирование, саморегулирование .....	85
2.2. Государство как регулятор медиа .....	95
2.3. Собственники.....	103
2.4. Церковь как орган регулирования медиасферы .....	118
2.5. Общественные организации .....	123
2.6. Криминальные сообщества .....	124
2.7. Медиаудитория .....	127
2.8. Рынок как регулятор .....	130

<b>Глава 3. Профессиональная мораль и профессиональная этика в системе саморегулирования.....</b>	<b>133</b>
---	------------

3.1. Этапы формирования профессиональной морали и профессиональной этики .....	134
3.1.1. Основные этапы становления науки о профессиональной этике журналиста в России.....	139
3.2. Профессиональные сообщества как субъекты с аморегулирования .....	147

3.3. Профессиональные корпорации и корпоративная этика в СМИ.....	161
3.4. Инструментарий этического регулирования.....	181

## **Раздел II ЦЕННОСТИ И ИМПЕРАТИВЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ**

<b>Глава 4. Аксиологический подход к анализу профессиональной морали .....</b>	<b>204</b>
4.1. Ценность как моральная категория.....	204
4.1.1. Рациональное и мифологическое в ценностной системе человека .....	209
4.2. Типы ценностей.....	215
4.2.1. Ценности — эталоны — идеалы.....	222
4.2.2. Ценности как иерархическая система .....	230
4.3. Ценности в журналистике: общая характеристика.....	231
<b>Глава 5. Деятельностный подход к пониманию профессиональной морали .....</b>	<b>248</b>
5.1. Действие как источник моральной рефлексии .....	248
5.2. Деятельность как структура.....	251
5.3. Императивность моральных предписаний.....	261

## **Раздел III ИМПЕРАТИВЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКИ**

<b>Глава 6. Принципы журналистской этики .....</b>	<b>274</b>
6.1. Профессиональные кодексы о принципах профессиональной этики.....	274
6.2. Принципы журналистской этики в разработках теоретиков.....	283
<b>Глава 7. Модельный комплекс принципов журналистской этики .....</b>	<b>287</b>
7.1. Гуманизм. Уважение человеческой личности .....	288
7.2. Правдивость.....	301
7.3. Объективность.....	310
7.4. Справедливость.....	316
7.5. Толерантность.....	318
7.6. Социальная ответственность.....	326
<b>Глава 8. Нормы и правила журналистской морали .....</b>	<b>341</b>
8.1. Типы этических норм в журналистике .....	341
8.2. Правила профессиональной морали.....	347
8.2.1. Исследовательская журналистика .....	358
8.3. Когда императивы не срабатывают. «Серые зоны» этического регулирования.....	362
<b>Заключение .....</b>	<b>382</b>
<b>Практикум .....</b>	<b>383</b>
<b>Рекомендуемая литература .....</b>	<b>395</b>

<b>Приложения.....</b>	<b>398</b>
<i>Приложение 1. Новая этика (из книги Д. Рэндалла «Универсальный журналист»)</i> .....	398
<i>Приложение 2. Медиаэтический стандарт-2015 (Нормативно-ценностные ориентиры Общественной коллегии по жалобам на прессу)</i> .....	402
<i>Приложение 3. Методики нахождения этического решения в сложной профессиональной ситуации</i> .....	412

## Предисловие

Есть несколько обстоятельств, делающих актуальной проблему изучения этического регулирования медийного производства. С одной стороны, стремительное развитие информационных технологий на излете XX в. открыло новую эру в журналистике. На смену бумажным изданиям с ограниченным тиражом и суточным циклом производства приходит Интернет, аудитория которого измеряется миллиардами человек, а технология позволяет публиковать новости в режиме реального времени. Это вносит существенные коррективы в работу журналистов: они должны работать еще быстрее, чем раньше, так как у них нет времени до «сдачи» материала. Соответственно, сокращается время на принятие решения в нравственно неоднозначной ситуации, а это значит, что журналисту нужно лучше ориентироваться в этических ценностях и вытекающих из них правилах. Меняется и характер распространения новостей: исчезает привязка средств массовой информации (СМИ) к определенной территории — материалы даже локальных СМИ сегодня доступны каждому в любой точке планеты. Ширина охвата аудитории значительно увеличивает потенциальную возможность каждого отдельного материала влиять на общественные процессы, что накладывает на журналистов дополнительную ответственность.

С другой стороны, сложная экономическая ситуация в стране, а значит, и в медийной сфере, приводит к тому, что важным источником доходов СМИ являются заказные материалы и косвенная реклама. На вопрос о том, перед кем журналист несет ответственность за результаты своей деятельности, большинство опрошенных представителей этой профессии ответили, что правильным было бы нести ответственность перед общественностью и аудиторией, а вовсе не перед главным редактором, владельцем СМИ и государством в лице конкретных властных структур, как это происходит в действительности.

Размышляя над тем, что представляет собой миссия журналиста сегодня, многие констатировали, что хотели бы быть объективными наблюдателями и аналитиками, обязанными, насколько возможно, стоять «над схваткой», но в жизни приходится смириться с тем, что СМИ являются не институтом гражданского общества, а бизнес-структурами, основной задачей которых является зарабатывание денег для своего хозяина<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См.: Местное телевидение, власть, население: информационная открытость как основа социального партнерства. М., 2001; СМИ и органы местного самоуправления: взаимодействие во имя информационной открытости власти. М., 2002; Региональные СМИ и демократия в России (на примере Вологодской области). М., 2003; Социальное насилие и толерант-

С третьей стороны, во все сгущающейся общественной атмосфере многие журналисты теряют ориентиры профессионально правильного поведения<sup>1</sup>.

Однако писать учебное пособие о проблемах этического регулирования журналистской деятельности — занятие неблагодарное. Надо сказать, что профессиональные журналисты довольно насмешливо относятся к разговорам о профессиональной этике. Д. Рэндалл, автор популярной в журналистской среде книги «Универсальный журналист», пишет: «Говорить об этике с журналистами — все равно что проповедовать целомудрие матросам, прибывшим в порт после полугода плавания»<sup>2</sup>. Развивая этот шокирующий тезис, Рэндалл утверждал, что этика — проблема, не имеющая отношения к делу, нечто, о чем могут дискутировать профессора от журналистики. Журналистам-практикам не до этики, потому что при определении этого понятия и решении вопроса, следуете вы ей или нет, ключевыми факторами являются зарплата, конкуренция и культура в вашей газете. «Так что такая журналистская этика — это либо кодификация доминирующих правил поведения и культуры, либо не имеющие отношения к делу призывы следовать стандартам поведения, обреченные на полное невнимание к себе. И в том и в другом случае толку в ней немного»<sup>3</sup>. Впрочем, вволю поиздевавшись над попытками сформулировать этические стандарты журналистики, Рэндалл не удержался от соблазна написать свою этическую систему, которая изложена в той же книге.

Иногда в оправдание моральной нечистоплотности некоторых журналистов приводится и такой аргумент: «Всего 15 лет назад мнением того или иного публициста по тем или иным вопросам интересовалось едва ли не больше россиян, сколько сегодня интересуется курсом доллара или ценой барреля *Urals*. Успех кружит голову, а если в нее еще со школьной скамьи вдолбили почти сакральное отношение к печатному слову, которое непременно чем-нибудь да отзовется, то тут недалеко и до разговоров об “особой миссии”, “грузе ответственности” и “журналистской этике”. А от разговоров — до попыток что-то такое придумать, написать и внедрить. Между тем, сегодня все идет к тому, что производители текстов таки займут в обществе подобающее им место, превратившись из властителей дум,

---

ность: реальность и медиа-образы. М., 2004; Информационная открытость органов местного самоуправления как основа социального партнерства. М., 2006; Гражданские коммуникации и гражданское общество. М., 2009; Толерантность и мультикультурализм — ценностные ориентиры СМИ // Толерантность как фактор противодействия ксенофобии. М., 2011; Ценности и качества российских журналистов: теоретические модели и результаты эмпирического исследования // Меди@льманах. 2013. № 6; Технологические аспекты социальной ответственности журналиста // Меди@льманах. 2014. № 2.

<sup>1</sup> Соколов-Митрич Д. Куда уходят журналисты. URL: <http://vz.ru/columns/2015/3/17/734884.html> (дата обращения: 25.09.2016); Кашин О. Что такое в наше время карьера журналиста? URL: <http://www.colta.ru/articles/shkola/8011> (дата обращения: 25.09.2016).

<sup>2</sup> Рэндалл Д. Универсальный журналист. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/47.htm> (дата обращения: 25.09.2016).

<sup>3</sup> Рэндалл Д. Универсальный журналист. URL: <http://evartist.narod.ru/text12/47.htm> (дата обращения: 25.09.2016).

пророков и “четвертой власти” в обычный, слегка раздражающий шум. В конкурентной борьбе друг с другом и альтернативными медиа за место в голове читателя-потребителя журналистам придется заниматься своим делом, не размениваясь на следование “кодексам”, “заповедям” или “сводам” <...> В конкурентной среде медиа, освещающих очередное военное безобразие, найдется место картинке с “мясом с места событий” и беспристрастному рассказу о произошедшем — не прокатит разве что попытка причесать всех под одну этическую гребенку. Разные каналы — разные аудитории, а если тебе, будь ты хоть трижды заслуженный военный журналист, не хочется выполнять распоряжения руководства — увольняйся как можно громче и раздавай интервью недавним коллегам-конкурентам»<sup>1</sup>.

В противовес этим взглядам существуют сотни этических кодексов, во многих странах функционируют советы по прессе, дающие оценку спорным с этической точки зрения материалам СМИ, в медиакомпаниях появляются ньюз-омбудсмены — специальные сотрудники, следящие за этической составляющей медиапродуктов своего работодателя. Однако время бросает журналистам новые вызовы, и проблемы этической регуляции журналистской деятельности стоят сегодня не менее остро, чем раньше. Обсуждается возможность создания всемирного журналистского этического кодекса<sup>2</sup>, а в 2008 г. Международная федерация журналистов запустила проект «Этическая журналистика» (*The Ethical Journalism Initiative*)<sup>3</sup>, призванный способствовать повышению этической сознательности сотрудников СМИ по всему миру. Однако эффективность этических кодексов — как давно, так и недавно созданных — не всегда высока. Это говорит о том, что простого принятия этического кодекса профессиональной деятельности недостаточно; важно понимание необходимости этих кодексов и желание следовать им в практической деятельности.

Тема преподавания этики является остро дискуссионной. Достаточно часто встречается позиция, согласно которой моральные представления формируются в раннем возрасте и в дальнейшем их преобразование весьма затруднено. Нам ближе позиция, согласно которой этика — «это систематическое рациональное размышление над выбором поведения, которое поддается обучению»<sup>4</sup>. С этой точки зрения, введение этики в обучающие программы может привести к улучшению этической чувствительности, нравственности и даже этического поведения<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Гербст Э. Этические чистки в СМИ недопустимы // Отчет о выполнении проекта «Оказание содействия развитию институтов саморегулирования СМИ в Нижегородской и Ростовской областях» (ноябрь 2001—ноябрь 2004 г.). URL: [http://pcmlp.socleg.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2014/12/final-report-Russia\\_0.pdf](http://pcmlp.socleg.ox.ac.uk/wp-content/uploads/2014/12/final-report-Russia_0.pdf) (дата обращения: 25.09.2016).

<sup>2</sup> Herscher R. A. Universal Code of Journalism Ethics: Problems, Limitations, and Proposals // *Journal of Mass Media Ethics*. 2002. Vol. 17. № 4.

<sup>3</sup> White A. To Tell You the Truth. The Ethical Journalism Initiative. Brussels: International Federation of Journalists, 2008.

<sup>4</sup> Ritter B. A. Can Business Ethics Be Trained? A Study of the Ethical Decision-Making Process in Business Students // *Journal of Business Ethics*. 2006. Vol. 68. P. 154.

<sup>5</sup> Loe and Weeks, 2000; Lowry, 2003; Ruegger and King, 1992; Schlaefli et al., 1985; Sims, 2002; Weber and Glyptis, 2000; Wittmer, 1992), 243—252.



Рассматривая журналистскую мораль как часть общественной морали, мы отталкиваемся от проходивших в России дискуссий на темы профессиональной и прикладной этики и общественной морали, инициированных НИИ прикладной этики Тюменского государственного нефтегазового университета, а также сектором этики Института философии РАН<sup>1</sup>. В работах Р. Г. Апресяна, В. И. Бакштановского, А. А. Гусейнова, Ю. В. Казакова, Б. Г. Капустина, Б. Н. Кашникова, Л. В. Коноваловой, А. В. Прокофьева, А. В. Разина, Ю. В. Согомонова и других проводится концептуальная разработка понятий «профессиональная этика», «прикладная этика» и «общественная мораль», изучаются разные подходы к их определению, рассматривается соотношение профессиональной и прикладной этики, анализируются вопросы функционирования общественной морали.

И в заключение следует четко сказать о том, что речь идет именно об этике профессионального журналиста, т.е. человеку, который — в соответствии с Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 — занимается редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного СМИ, связан с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающийся такой деятельностью по ее уполномочию. Вопрос об этике так называемых народных, или, как они сами себя называют, гражданских журналистов, а также этике блогеров и прочих индивидов, более или менее часто размещающих свои материалы в сети, в данном учебнике не обсуждается.

В настоящем учебнике представлены материалы, направленные на теоретическое и практическое освоение студентами курса «Профессиональная этика журналиста». Задачи курса: дать представление о предмете, основных категориях и понятиях профессиональной этики журналиста, сформировать понимание долга и ответственности современного творческого работника СМИ перед обществом, личностью и профессиональным сообществом, показать важность профессиональной этики в современных условиях развития мультимедийных систем и новых информационных технологий.

Учебник состоит из *Введения*, в котором обосновывается необходимость этического анализа процессов, происходящих в современной российской журналистике, и восьми глав, объединенных в три раздела.

В *разделе I «Журналистика: от управления к регулированию и саморегулированию»* рассматриваются основные характеристики современной

---

<sup>1</sup> Материалы этих дискуссий опубликованы, в частности, в сборниках: Ведомости. Вып. 25. Общепрофессиональная этика / под ред. В. И. Бакштановского, Н. Н. Карнаухова. Тюмень : НИИ ПЭ, 2004; Ведомости. Вып. 35. Парадигмы прикладной этики / под ред. В. И. Бакштановского, Н. Н. Карнаухова. Тюмень : НИИ ПЭ, 2009; Этическая мысль. Вып. 12 / отв. ред. А. А. Гусейнов. М. : ИФ РАН, 2012; Общественная мораль / под ред. Р. Г. Апресяна. М. : Альфа-М, 2009, а также в монографиях: Коновалова Л. В. Прикладная этика. М. : ИФ РАН, 1998; Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок. Тюмень : НИИ ПЭ ТюмГНГУ, 2005; Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Прикладная этика: рефлексивная биография направления. Тюмень : НИИ ПЭ ТюмГНГУ, 2007.

журналистики как объекта управления и регулирования: функциональные особенности, типологические модели, социальные последствия деятельности журналистов. Особое внимание уделяется проблемам институционального регулирования СМИ, участниками которого являются помимо органов государственной власти собственники медиасистем, церковь, общественные организации, аудитория и др. Специальная глава посвящена анализу профессиональной морали и профессиональной этики в системе медийного саморегулирования. Рассмотрены этапы формирования профессиональной морали и профессиональной этики, исследована роль профессиональных сообществ и профессиональных корпораций как субъектов саморегулирования, поставлен вопрос об инструментарии этического регулирования в сфере медиа.

*Раздел II «Аксиологический и деятельностный подходы к журналистской этике»* посвящен исследованию различных подходов к пониманию сущности и основных особенностей профессиональной этики журналиста. Показаны ценностные ориентиры российских журналистов, предложена структурная модель журналистской деятельности.

В *разделе III «Императивы журналистской этики»* анализируются профессиональные кодексы, в которых изложены основные принципы журналистской этики, как их понимают сами журналисты, а также публикации исследователей медиа, посвященные систематизации этих принципов. На основе выполненного анализа сформулирован модельный комплекс принципов журналистской этики, включающий такие принципы, как гуманизм, правдивость, объективность, справедливость, толерантность, социальная ответственность. В этом же разделе рассматриваются нормы и правила журналистской морали, регулирующие процесс журналистской деятельности на разных этапах. Отдельная глава посвящена так называемым «серым зонам» этического регулирования, т.е. ситуациям, когда различные моральные регуляторы противоречат друг другу.

Учебник снабжен большим количеством практических заданий и тестов, помогающих студенту оценить степень освоения учебного материала.

Список рекомендуемой литературы состоит из четырех разделов. В первом разделе представлены учебные пособия, изучение которых позволит студентам увидеть, как менялись нормативные представления о журналистской этике, во втором — публикации ученых, углубленно рассматривающих различные аспекты журналистской этики, в третьем — обширная библиография для тех, кто хотел бы включиться в процесс осмысления проблем журналистской и — шире — медиаэтики на уровне курсовых работ и ВКР. Четвертый раздел содержит перечень профессиональных кодексов журналистской этики.

В приложениях представлены модели этических кодексов и методики поиска этического решения в сложной профессиональной ситуации.

Данный учебник предназначен для студентов высших учебных заведений (уровень бакалавриата), обучающихся по направлениям «Журналистика», «Медиакоммуникации», «Реклама и связи с общественностью», а также широкого круга читателей, интересующихся морально-этическими аспектами профессиональной деятельности журналистов.

В соответствии с действующим Федеральным государственным образовательным стандартом обучающийся в результате освоения дисциплины должен:

***знать***

- российские и международные этические нормы, кодексы профессиональной этики;

***понимать***

- значение этических регуляторов в журналистской деятельности;

***уметь***

- следовать этическим нормам и требованиям в повседневной практике;

***владеть***

- навыками этического анализа профессиональной деятельности журналиста.

Завершая предисловие, хочу выразить глубокую благодарность коллегам, в общении с которыми формировались многие положения этого учебника: Г. Ю. Араповой, В. И. Бакштановскому, Ю. И. Вдовину, Ю. В. Казакову, В. Н. Монахову, А. К. Симонову, М. А. Федотову, А. А. Шароградской и многим, многим другим.