



ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННЫЕ ОРИЕНТИРЫ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В РАКУРСЕ ИНТЕГРАЦИИ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ ТЕОРИЙ СМИ

О. В. Федотова (*Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева, г. Саранск, Россия*)

В статье исследуются теоретические позиции некоторых российских и зарубежных ученых по вопросу функционального предназначения средств массовой информации и его отражения в профессионально-практической журналистской деятельности. Автор также анализирует некоторые аспекты нравственных ориентиров отечественной региональной прессы с точки зрения соответствия глобализационным тенденциям, опираясь на результаты проведенного им исследования ценностных парадигм печатных СМИ Поволжья. Российские региональные СМИ оказались в полной мере включенными в мировую систему массовой коммуникации, и это не могло определенным образом сказаться на их содержании, форме и творческом подходе к исполнению информационных продуктов.

Ключевые слова: средства массовой информации; информационно-вещательная деятельность; информационное пространство; масс-медиа; мораль; профессиональная этика; современное общество.

SPIRITUAL AND MORAL LANDMARKS OF MASS-MEDIA INFORMATION FROM THE PERSPECTIVE OF INTEGRATION OF FOREIGN AND RUSSIAN MEDIA THEORIES

O. V. Fedotova (*Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia*)

The article presents the theoretical position of some Russian and foreign scientists on the functional purpose of mass-media and its reflection in the professional practice of journalism. The author also examines some aspects of moral landmarks of the domestic regional press in terms of its matching with the globalisation trends, based on the results of her own research of axiological paradigms of Volga region print media. Russian regional media have happened to be fully incorporated into the global system of mass communication, and it affected their content in a certain way, form, and creative approach to the presentation of information products.

Keywords: media; information and broadcasting activities; information space; media; morality; professional ethics; modern society.

Средства массовой информации (СМИ) традиционно воспринимались в обществе лишь в контексте проблем информирования, но их предназначение гораздо шире. Прежде всего его нужно рассматривать с позиций нравственного совершенствования общества, поскольку любая информация, имеющая массовый резонанс, без сомнения, имеет воспитательное значение. В древности подобная наставническая функция в отношении населения принадлежала жрецам, которые отчасти осуществляли и функцию информирования. Уже в тот далекий период можно проследить неразрывность двух действий – информирования и воспитания – и сделать вполне закономерный вывод: одно не существует без другого, особенно, если дело касается влияния на массовую аудиторию.

Теоретики журналистики всегда осознавали значимость средств массовой информации для регулирования состояния общественной нравственности, хотя подходы к оценке данной сферы деятельности масс-медиа у западных и российских ученых длительный период времени имели принципиальное различие.

Для отечественной науки о журналистике была характерна абсолютизация нравственного начала в деятельности СМИ в целом и каждого конкретного журналиста в отдельности. В российской интерпретации теории прессы деятельность каждого журналиста, по какой бы тематике он ни специализировался, в обязательном порядке связана с моральным выбором. Описывая событие, автор любого информационного продукта вынужден анализировать его с точки зрения

соответствия нравственным нормам, а это полностью исключает любую беспристрастность. Формула «беспристрастного очевидца» была предложена российским СМИ в период реформ конца 90-х гг. XX в., как возможность уйти от тоталитарного наследия. «Агентство Соединенных Штатов по международному развитию» (USAID) летом 1994 г. объявило об американо-российской программе партнерства в области СМИ, в которой приблизительно 10 млн. долларов предполагалось потратить на помощь отобранным станциям, газетам и агентствам новостей, с тем, чтобы они стали сильнее в финансовом отношении и в отсутствие ограничений, налагаемых государственным сектором, могли изготавливать высококачественные программы как с профессиональной, так и с этической точки зрения» [5]. Помимо финансовой помощи российским журналистам предлагались практические рекомендации по работе с информацией, в частности, не приветствовалось выражение собственного мнения по поводу освещаемых событий. Это мотивировалось тем, что комментарии в принципе не позволяют аудитории формировать собственное, независимое мнение. Тем не менее, стоит отметить, что такое отношение к информации по объективным причинам в практике отечественных СМИ не прижилось.

С позиций российских теоретиков журналистики. средства массовой информации в целях самосохранения и развития общества должны осуществлять постоянный нравственный анализ событий, происходящих на территории нашей страны и за ее пределами, в том числе, осуществлять моральный контроль за действиями властных структур.

По мнению Д. С. Аврамова, массово-информационная деятельность носит двойственный характер. С одной стороны, в ней присутствует отражение, фиксация, моделирование действительности, т. е. описательно-констативная работа, предметом которой является отражение фактов, событий, явлений реальной жизни, а продуктом – готовая социально значимая информация.

С другой стороны, в массово-информационной деятельности присутствует работа, направленная на преобразование действительности, утверждение определенных ценностей и норм, организацию различных экономических, политических, идеологических программ и контроля за их реализацией, а также регулирование социальных отношений, т. е. имеющая управленческий характер [1, с. 82].

Таким образом, журналистская деятельность всегда должна осуществляться с позиций профессионального долга, в основе которого, помимо честного информирования аудитории о происходящих событиях, находится еще и осознание моральной ответственности за каждое «произнесенное слово», каждую внушенную идею. Начиная от выбора темы и кончая ее литературно-стилистическим оформлением, воля журналиста, его моральные устремления тесно взаимодействуют с волей аудитории. Причем данный процесс может быть как партнерским, так и противоборствующим. Подобные конфликты, неизбежные в информационном пространстве, могут быть разрешены лишь на основе признанных большинством установок профессиональной этики, суть которых всегда составляют общечеловеческие ценности.

Интересна позиция Г. В. Лазутиной, которая полагает, что несмотря на творческую суть масс-медийной деятельности, в ней можно обнаружить повторяющиеся рабочие ситуации, в которых журналист невольно оказывается в процессе работы над материалом (например, общение с источником информации или выстраивание отношений с аудиторией). Таким образом, профессиональные этические нормы разработаны для конкретных ситуаций и генетически с ними связаны. Комплекс нравственных требований, предъявляемых к деятельности СМИ, она представляет в виде трехэтажной пирамиды: «Верхний уровень включает профессиональный долг, ответственность, совесть, честь, достоинство; средний уровень – профессионально-этические принципы; нижний, более конкретный, уровень – запреты или побуждения». По ее мнению,



«можно также выделить пять принципов профессиональной морали: самоотверженность и мужество; принципиальность и последовательность; творческая инициатива и дисциплинированность; коллективизм и товарищество; самокритичность и самосовершенствование» [4, с. 60].

Профессиональная этика журналиста, помимо своих проявлений в индивидуальных поступках представителей данной профессии, также закрепляется и в надличностных формах (кодексы, каноны, хартии и т. д.), что свойственно этическим нормам всех профессий, в основе которых лежит взаимодействие между людьми. Подразумевается, что этические нормы в такой форме должны контролироваться добровольными профессиональными объединениями. В случае с журналистикой речь идет о редакционных коллективах и профессиональных союзах. Таким образом, проблема отступления от норм профессиональной этики становится напрямую зависимой от состояния общества в целом, от его способности к саморегулированию.

Как правило, если общественная формация находится в переходном состоянии, этические противоречия обостряются. В этой ситуации необходимо регулярно проводить силами теоретиков журналистики и профессиональных союзов мониторинг нравственного состояния средств массовой информации, включая в него содержание журналистских выступлений и моральные устремления сотрудников СМИ. Как заметил Ю. В. Казаков, представитель «сравнительного этиковедения» в современной журналистской науке, очень важно фиксировать это «переступание грани, отделяющей не просто порядочность от непорядочности, но и профессионализм нормальный, т. е. опирающийся на определенные профессиональные нормы, от неиполупрофессионализма» [3, с. 415].

Также не последнюю роль в решении проблемы улучшения нравственного климата СМИ играет профессиональное образование. Факультеты и отделения журналистики, действующие в российских вузах, обладают всеми возможностями обеспечить успешную социализацию своих выпускников в профессиональной

среде. Данное утверждение в полной мере подкрепляется примерами из практики. Как правило, дипломированные журналисты имеют гораздо более четкое представление о «подводных камнях» своей профессии, чем люди, пришедшие в журналистику из других сфер деятельности. В частности, выпускники факультетов журналистики далеко не понаслышке знакомы с правовыми и этическими нормами своей специальности. А некоторый нравственный кризис СМИ, наблюдаемый в последнее время, вполне объясняется наряду с объективными социально-экономическими и политическими причинами притоком в журналистику большого количества непрофессионалов. Тем более парадоксальным представляется тот факт, что большинство редакторов данная ситуация вполне устраивает прежде всего по финансовым соображениям.

В отличие от российских ученых западные теоретики журналистики, чьи взгляды стали активно усваиваться отечественными практиками масс-медиа в 90-х г. XX в., не отличаются склонностью углубляться в обоснование теоретической стороны нравственных норм деятельности СМИ. Их интересует прежде всего приложение норм профессиональных кодексов к конкретной ситуации, так как среди функций масс-медиа зарубежные специалисты традиционно отдавали главенствующую роль информационной функции.

Кроме того, в западных теориях о СМИ не отмечалось единодушного мнения о том, этична ли журналистская деятельность по своей сути. В данном случае обнаруживались две прямо противоположные версии. Согласно первой, сформулированной Д. Мэррилом, журналистов не волнует правильность или неправильность их поступков в процессе работы: «Самолюбие и макиавеллизм – вот силы, которые движут их действиями» [2, с. 222]. Если следовать подобной точке зрения, то вполне закономерно сделать вывод, что журналистская профессия в целом весьма далека от такого понятия как этика. Таким образом, любые ограничения и разговоры о моральном долге работников масс-медиа абсолютно бесполезны и существуют только для об-

щественности. При этом сами журналисты никакими кодексами и моральными ограничениями не руководствуются.

По второй, прямо противоположной версии, предложенной Э. Деннисом, несмотря на наличие определенных исключений, журналисты все же склонны в своей практической деятельности следовать определенным нравственным нормам. К этому их побуждает и профессиональная среда, жестко осуждающая тех, кто отклоняется от моральных норм, и социализация в сфере высшего образования. В любом случае «журналистами осознается необходимость соблюдения этических норм в профессиональном поведении» [2, с. 223]. Тем более, что те, кто их не соблюдает, благодаря Советам по этике, недолго «держатся на своих местах».

Суммируя все сказанное, важно отметить, что российские теоретики журналистики всегда рассматривали деятельность СМИ с точки зрения их прямого предназначения – способствования общественному благу, в то время как западные ученые говорили по большей части лишь о задачах информирования.

В конце XX в. отечественная журналистика резко сблизилась с западными образцами не лучшего порядка. Процесс коммерциализации практически убрал с российского рынка качественные СМИ, оставив лишь так называемую «желтую прессу». Большинство жителей России это было воспринято как абсолютный кризис культуры. Сегодня в информационном поле регионов наблюдаются отчетливые попытки уравновесить отечественное понимание функций и задач средств массовой информации с объективными процессами унификации информационного пространства с целью приведения последнего, с одной стороны, к мировым нормам, а с другой – сохранения его соответствия традиционным национальным ценностям. В случае с региональными СМИ под национальными ценностями следует понимать синтез русской культуры и культуры этноса, проживающего в определенной местности, в конкретной административно-территориальной единице. В то же время для многих региональных изданий сегодня характерна тенденция с помощью

своих публикаций пытаться внедрить в сознание аудитории чувство гордости за представителей своего этноса, добившихся признания в Европе или США.

По результатам проведенного автором исследования ценностной ориентации региональных печатных СМИ (на примере поволжских изданий) можно утверждать, что подобные публикации легко обнаружить практически во всех региональных газетах, и поводом для национальной гордости может послужить абсолютно любое событие – спортивного, культурного, научного характера и т. п.

Типичным примером может служить информационно-новостной текст, вышедший в газете «Вечерняя Казань» (Республика Татарстан) под названием «Париж глазами Фарита Губаева» 15 декабря 2010 г. Поводом для написания текста послужила выставка работ мэтра казанской школы фотографии Ф. Губаева и шести молодых фотографов из Франции. Автор заметки подчеркнул, что экспозицию поддержал своим присутствием чрезвычайный полномочный посол Франции в России Ж. де Глиниasti. Кроме того, казанский фотограф своим талантом заслужил уважение своих французских коллег. «Именно в Париже он познакомился с Анри-Картье Брессоном, одним из выдающихся фотографов XX в. И даже сделал его портрет! Это уникальный факт, поскольку известно, что Брессон принципиально отказывался фотографироваться. Портрет Анри Картье-Брессона, экспонирующийся на выставке, абсолютно не постановочный: Губаев поймал в свой объектив «говорящую» полуулыбку гения документальной фотографии. Особый эстетизм портрету придает то, что он черно-белый. Как и все представленные на выставке работы Губаева. Можно увидеть маленькие парижские кафе, причудливую геометрию улиц, крыши домов...» [6]. Автор медиатекста искренне гордится земляком, получившим европейское признание, и выражает надежду на скорое «объединение всех творческих людей Земли в единый союз, создающий красоту».

Процесс реформ в нашей стране по времени совпал с другим не менее слож-



ным и болезненным процессом – становления информационного общества. Российские СМИ оказались в полной мере включенными в мировую систему массовой коммуникации, и это не могло определенным образом сказаться на их содержании, форме, творческом подходе к исполнению информационных продуктов, ценностной ориентации. Региональные СМИ в полной мере переняли «глобализационные» подходы к работе

с информацией у центральных масс-медиа. Однако если в конце 90-х гг. прошлого века они заключались в бессмысленном копировании из интернета развлекательных материалов, позволяющим как-то компенсировать дефицит профессиональных кадров и нехватку финансовых средств, то сегодня они ярко проявляются и в авторских материалах, и в общей системе ценностей, преподносимых обществу региональными и центральными журналистами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авраамов, Д. С. Профессиональная этика журналистики / Д. С. Авраамов – Москва : Изд-во Москов. ун-та, 2004. – 272 с.
2. Дэннис, Э. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис, Д. Мэррил. – Москва : Вагриус, 1997. – 328 с.
3. Казаков, Ю. В. На пути к профессионально правильному. Российский медиа-этнос как территория поиска / Ю. В. Казаков. – Москва : Центр прикладной этики, 2001. – 656 с.
4. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналистики / Г. В. Лазутина. – Москва : Аспект-Пресс, 2011. – 224 с.
5. Монро, П. Телевидение, телекоммуникации и переходный период : право, общество и национальная идентичность [Электронный ресурс] / П. Монро. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Monro/05.php.
6. Париж глазами Фарита Губаева // Вечерняя Казань [Казань]. – 2010. – 15 декабря.

Поступила 04.03.14.

Об авторе:

Федотова Ольга Викторовна, доцент кафедры журналистики ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева» (Россия, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68), кандидат философских наук, baloo75@mail.ru

Для цитирования: Федотова, О. В. Духовно-нравственные ориентиры массовой информации в ракурсе интеграции зарубежных и российских теорий СМИ / О. В. Федотова // Интеграция образования. – 2014. – № 4 (77). – С. 44–48. DOI: 10.15507/Inted.077.018.201404.044

REFERENCES

1. Avraamov D. S. Professional'naja jetika zhurnalistiki [Professional ethics of journalism]. Moscow, Moscow University Press Publ., 2004, 272 p.
2. Dennis E., Merrill D. Besedy o mass-media [Talks about the mass-media]. Moscow, Vagrius Publ., 1997, 328 p.
3. Kazakov Yu. V. Na puti k professional'no pravil'nomu. Rossijskij media-jetos kak territorija poiska [On the way to professionally correct material. Russian media ethos as an area of search]. Moscow, Center for Applied Ethics Publ., 2001, 656 p.
4. Lazutina G. V. Professional'naja jetika zhurnalistiki [Professional ethics of journalism]. Moscow, Aspect Publ., 2011, 224 p.
5. Monro P. Televidenie, telekommunikacii i perehodnyj period: pravo, obshhestvo i nacional'naja identichnost' [Television, telecommunications and transition: law, society and national identity]. Available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Monro/05.php.
6. Parizh glazami Farita Gubaeva [Paris through the eyes of Farit Gubaev]. *Vechernjaja Kazan'* [Evening Kazan]. Kazan, 2010, December 15.

About the author:

Fedotova Olga Viktorovna, research assistant professor, Chair of Journalism. Ogarev Mordovia State University (68, Bolshevistskaya Str., Saransk, Russia), Kandidat nauk degree (PhD) in philological sciences, baloo75@mail.ru

For citation: Fedotova O. V. Duhovno-nravstvennyye orientiry massovoj informacii v rakurse integracii zarubezhnyh i rossijskih teorij SMI [Spiritual and moral landmarks of mass-media information from the perspective of integration of foreign and russian media theories]. *Integracija obrazovanija* [Integration of Education]. 2014, no. 4 (77), pp. 44–48. DOI: 10.15507/Inted.077.018.201404.044