

**ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Ежегодник 2012



**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА**

КАФЕДРА ИСТОРИИ И ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
ЦЕНТР ПРАВА СМИ

ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЖУРНАЛИСТИКИ

Ежегодник 2012

Москва 2013



Факультет журналистики
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова

ББК 76
П68

Составитель и научный редактор:
д. ф. н. И. А. Панкеев

Редактор:
Е. А. Самылкина

П68 **Правовые и этические аспекты журналистики.**
Ежегодник 2012. – М. : Факультет журналистики
МГУ, 2013. – 143 с.

Сборник продолжает практику ежегодной публикации статей преподавателей, научных сотрудников и исследователей факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и Центра права СМИ. В него вошли материалы, освещающие разнообразный круг проблем, связанных с актуальными правовыми и этическими аспектами развития СМИ. Материалы могут быть использованы в учебных целях в процессе преподавания учебных дисциплин «Право средств массовой информации», «Авторское право», «Профессиональная этика журналиста».

ББК 76

© Факультет журналистики МГУ, 2013

Содержание

<i>Рихтер А. Г.</i> Комментарий на форуме Интернет-СМИ: Право и практика в России.....	5
<i>Панкеев И. А.</i> Журналистская деонтология: от суммы к системе.....	27
<i>Хруль В. М.</i> Этические аспекты мифологизации в освещении религиозной жизни российскими СМИ.....	36
<i>Кумылганова И. А.</i> «Переходный период» британского института медиарегулирования.....	57
<i>Мартынкина Д. Ю.</i> Государственное регулирование правового просвещения населения через средства массовой информации в новейшей истории России (1990-е – 2012 гг.).....	75
<i>Самылкина Е. А.</i> О некоторых социологических и семиотических подходах к исследованию медиаконтента как поля ценностной ориентации аудитории.....	98
<i>Новаторова Д. С.</i> Политика Совета Европы в отношении Интернета и новых медиа.....	101
<i>Абашина Е. В.</i> Совет Европы и создание общественного телевещания в Закавказье.....	132

Самылкина Е. А.

О некоторых социологических и семиотических подходах к исследованию медиаконтента как поля ценностной ориентации аудитории

Ценности в массовой коммуникации – специфический, многоуровневый объект исследования.

Медиатекст может отражать, во-первых, ценностные установки самого автора, во-вторых, ценностные установки общества (через их воспроизведение в личной позиции или самоотдалении от них), в-третьих, в медийном тексте уже заложены черты читателя этого текста – через представление автора об этом читателе и, следовательно, через выбор подачи информации исходя из представления автора о читателе.

Ценностные установки автора текста тоже неоднородны. Они включают как личную оценку общественной морали, так и ценности профессиональной этики журналиста, профессиональной культуры.

Такой сложный объект как ценности предполагает возможность исследовать его методами разных областей науки: с точки зрения профессиональной этики как одного из разделов философии, или в контексте другого раздела философии, собственно о ценностях, – аксиологии, либо с точки зрения культурологии, потому что ценности – элемент культуры общества, и одновременно элемент культуры сообщества (профессиональных журналистов).

В широком смысле предметное поле исследования ценностей – это функционирование общества и общественного сознания. Поэтому целесообразно посмотреть: что разработано в социологии для исследования ценностей в массовой коммуникации?

Ценности в массовой коммуникации можно исследовать социологической методикой *case study* и методом казуистики. Мы предполагаем, что подходящие кейсы для исследования ценностей в масс-медиа – это конфликтные ситуации по поводу медиатекстов.

В прошлом семестре на факультете журналистики МГУ, в рамках спецкурса «Этические конфликты в современной российской журналистике» в качестве случаев этических конфликтов мы со студентами рассматривали дела Общественной коллегии по жалобам на прессу. Это организация, в которую может обратиться любой человек, чувствующий себя обиженным конкретным текстом российского СМИ. Мы располагали следующими материалами для анализа: заявлением, в котором изложено, почему податель жалобы считает текст незачинным, спорным медиатекстом, иногда – объяснениями автора текста или редакции, в которой он работает. Рассматривая дела Общественной коллегии, мы видели, что конфликтующие представления об этическом поведении часто основывались как раз на общих ценностях сторон, именно поэтому ситуации накалялись до конфликтов. А с другой стороны, общие ценности дают и путь к примирению сторон.

Проведенная студентами и мной работа на этом спецкурсе подтверждает тезис французского социолога Алена Турена, о том, что ключевой момент в анализе конфликта – это выделение ценностных ориентаций сторон.

Возвращаясь к описанию методов *case study* и казуистики, заметим, что конфликтные ситуации возможно не единственные кейсы и казусы для этих методов. Но пока вопрос: в каких конкретных случаях кроме конфликтов проявляется функционирование ценностей в массовой коммуникации? – остаётся открытым.

Нам кажется интересным попробовать применить к ценностям в массовой коммуникации идеи социосемиотики, или символического интеракционизма. Американский социолог Герберт Блумер называл символической интеракцией действие на основе значений, получаемых в интерпретациях¹. Важен не объект, а его интерпретация, его значимость. Таким образом, значение медиатекста можно определять не по событиям, которые он описывает, а по ценностям, которые он интерпретирует на конкретном примере события. Медиатекст выступает медиумом, медиатором между системами ценностей автора и читателя. Восприятие смысла текста зависит от того, как срезонируют между собой ценностные установки автора и читателя текста.

Если рассматривать ценность в контексте социосемиотики, то с оговорками к ней применимы принципы теории знаков Фердинанда де Соссюра². Ценность в этом случае является означаемым, а элементы текста – означающим, их совокупность обладает чертами устойчивости, длительности и конвенциональности. Особенно важной в контексте учета специфики массовой коммуникации представляется последняя черта: ценность, как и знак, одновременно принадлежит индивидуальному и массовому сознанию, существует, благодаря негласной конвенции (имея устойчивое значение в течение длительного времени), а общественная конвенция воспроизводит сама себя с помощью массовой коммуникации. Некоторые ценностные установки общества и профессионального сообщества зафиксированы и в гласных конвенциях, что можно считать косвенным подтверждением правомерности рассматриваемого подхода. Так, в делах Общественной коллегии по жалобам на прессу можно найти многочисленные ссылки на этические кодексы при объяснении ценностных установок подателей жалоб и журналистов³.

Ключевой вопрос в применении теории Соссюра: какие элементы медиатекста можно считать означающим? Ответ лежит в области лингвистики. Несмотря на то, что в применении этого подхода ещё много неясного, он открывает интересную перспективу аксиологического анализа текста.

¹ *Herbert Blumer*. «Social Psychology» Chapter 4 in Emerson Peter Schmidt (ed) *Man and Society: A Substantive Introduction to the Social Science*. – New York: Prentice-Hall, Inc. (1937). Pp. 171-172. http://www.brocku.ca/MeadProject/Blumer/Blumer_1937.html.

² *Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики / пер. с франц. А. Сухотин, Р. Шор. – М.: Едиториал УРСС, 2004.

³ *Самылкина Е. А.* Общественная коллегия по жалобам на прессу как инструмент мониторинга нарушений профессиональной этики. – М.: МГУ имени М. В. Ломоносова, факультет журналистики, кафедра истории и правового регулирования отечественных СМИ, 2010. <http://www.presscouncil.ru/index.php?option=content&task=view&id=464>.

Новаторова Д. С.

Политика Совета Европы в отношении Интернета и новых медиа

Совет Европы пристально следит за соблюдением права человека на свободу выражения мнения и в силу этого внимательно наблюдает за состоянием средств массовой информации в странах-участниках. С появлением новых медиа эта задача усложнилась, поскольку в медиасреде появились новые игроки и новые отношения между ними. Медиамир трансформировался и продолжает развиваться очень быстро и непредвиденно. Сам термин «СМИ» расширил свое значение, что очень хорошо отражено в Рекомендации Совета Европы о новом понятии СМИ¹, о которой речь пойдет ниже.

Поскольку полноценная демократия возможна только в обществах, где допускается и гарантируется свободный поток информации и идей², Совет Европы придает большое значение роли Интернета и новых медиа в современном мире и активно способствует обеспечению их свободы и независимости. Это хорошо видно из анализа деятельности Совета Европы за последнее десятилетие: как Комитетом министров Совета Европы, так и Парламентской Ассамблеей Совета Европы был принят целый ряд рекомендаций, деклараций и резолюций, посвященных новым медиа и Интернету. Начало работы по установлению общепринятых стандартов регулирования Интернета было положено в 2003 году, принятием Декларации о свободе общения в Интернете (от 28 мая 2003 года).

В этой Декларации Совет Европы, напоминая об обязанности стран-участниц действовать в соответствии с принципами 10 Статьи Конвенции о защите прав человека и основных свобод, Конвенции о киберпреступлениях, а также Рекомендации No.Рес (2001)8, высказал свою озабоченность в связи с попытками ограничить общественный доступ к сети Интернет по политическим причинам или иным мотивам, противоречащим демократическим установкам, и

¹⁴ Письмо автору председателя Ереванского Пресс-клуба Бориса Навасардяна, 20 ноября 2012.

¹⁵ Azerbaijan's application for membership of the Council of Europe: report of Political Affairs Committee, 23 May 2000. http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc00/EDOC8748.htm#P486_58735.

¹⁶ Functioning of the democratic institutions in Azerbaijan: report of Committee on the Honouring of Obligations and Commitments by Member States of the Council of Europe, 3 June 2005. <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc05/EDOC10569.htm>.

¹⁷ Honouring the obligations and commitments by Azerbaijan: PACE Resolution 1545 (2007). <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1545.htm>.

¹⁸ Honouring the obligations and commitments by Georgia: PACE resolution 1257 (2001). <http://assembly.coe.int/documents/adoptedtext/ta01/eres1257.htm>.

¹⁹ Implementation of Resolution 1415 (2005) on the honouring of obligations and commitments by Georgia: report of Committee on the Honouring of Obligations and Commitments by Member States of the Council of Europe, 5 January 2006. <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc06/EDOC10779.htm>.

²⁰ Honouring the obligations and commitments by Georgia: report of Committee on the Honouring of Obligations and Commitments by Member States of the Council of Europe 23 January 2008. <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Doc08/EDOC11502.htm>.

²¹ По сообщению информационного портала Civil.ge от 9 января, 29 января, 25 февраля 2008 г.

Правовые и этические аспекты журналистики Ежегодник 2012

Компьютерная верстка
Ю. В. Романова

Подписано в печать 18.01.2013. Формат 60x84/16.
Объем 8,3 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ 1331.

Издание факультета журналистики
Московского государственного университета
УПЛ факультета журналистики МГУ.
125009, Москва, ул. Моховая, 9.

Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

