

Секция «Журналистика»

**Особенности деятельности журналиста как факторы формирования  
этических принципов профессии**

**Мамонтова Ольга Игоревна**

*Соискатель*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, журналистики,  
Москва, Россия*

*E-mail: olgam84@mail.ru*

Общество предъявляет высокие требования к представителям определенных профессий (например, юристам, врачам, журналистам, преподавателям). Выделений этих профессий в особую группу обусловлено специфическим предметом их профессиональной деятельности, коим является человек. Такие профессии способны оказать заметное влияние на духовный мир человека, его здоровье, мировоззрение и положение в обществе, что ведет к определенным рискам в их работе и обуславливает пристальное внимание, которое традиционно уделяется в обществе этим профессиям.

Однако, в ряду таких профессий журналистика стоит особняком. Основным отличием являются ее особые отношения с властью. Исторически сложившееся пристальное внимание власти к СМИ обусловлено всепроникающим характером воздействия СМИ на общество, в его полном охвате. Теория о прессе как «четвертой власти» дает ясное представление о возможностях прессы по части влияния на общественное сознание. «Любое правительство хорошо понимает, что информация – это власть, а контроль за информацией <...> необходим для обеспечения народной поддержки его политике и полномочиям. <...> Как известно всякому, кто пытался наблюдать за деятельностью правительств, последние стремятся укрепить свое положение, манипулируя информацией и осуществляя контроль за нею» [2, с. 55.]. Установление правительственного контроля над СМИ оказывает негативное влияние на работу журналистов, так как происходит подмена естественных функций СМИ по снабжению общества качественной, беспристрастно отобранной информацией узкими политическими задачами, которые ставят перед собой властные структуры. В таком положении журналистика не способна выполнять свой долг служения обществу.

Государственная власть – не единственный институт, вступающий в особые отношения со СМИ. Крупный бизнес, политические лобби, любая влиятельная группировка людей – все они могут приобретать СМИ в собственность и значительно влиять не только на содержание отдельно взятого издания или политику теле-, радиоканала, но и кардинально менять картину реальности, создаваемую СМИ. Очень часто интересы владельцев СМИ идут вразрез с потребностями общества, и это неминуемо сказывается на качестве информации, предоставляемой СМИ – тенденциозность публикаций, предвзятость журналистов, отсутствие объективности в отборе и подаче материала – одним словом, журналист перестает служить общественному благу и начинает участвовать в мелких разборках крупного бизнеса, а зачастую и в политических кампаниях владельца. Президент Международной ассоциации журнальной прессы (FIPP) Д. Каммерфельд отмечал, что «единственная вещь, которая может быть хуже государственной монополии на СМИ – это частная монополия на СМИ» [3].

Нельзя не отметить ряд особенностей, существующих внутри самой профессии. Деятельность журналиста лежит в двух плоскостях с их собственными координатами ценностей: с одной стороны, журналист является частью медиаорганизации с ее целями и требованиями, а с другой – частью профессионального сообщества, выполняющего иные задачи. Как правило, любая компания, владеющая СМИ, желает получить в результате своей деятельности ту или иную выгоду – коммерческий успех или влияние в обществе. Тогда как миссия профессии состоит в служении обществу путем предоставления ему качественной информации, его образования и воспитания, а это зачастую вступает в противоречие с планами владельца.

В крупных СМИ сложилась своя корпоративная этика, определяющая принципы поведения работников СМИ как части корпорации, и коллизии двух этических систем – корпоративной и профессиональной – почти никому не удастся избежать. Основа противоречия заключается в том, что «корпоративные интересы – это интересы конкретного СМИ, оказавшегося субъектом слабо регулируемого рынка. А профессиональная мораль рождается для того, чтобы сбалансировать интересы корпораций и общества в целом» [4, с. 47]. Даже в обществах с большой свободой журналистской профессии этой коллизии избежать не удастся – журналист в любом случае обязан уважать идеологические ориентиры СМИ, в котором работает.

А между тем, отношения журналиста со своим читателем/зрителем/слушателем обладают любопытной спецификой. В отличие от отношений в профессиях юриста, врача, педагога, священника отношения «журналист – читатель» опосредованы, их участники не имеют личного контакта, их взаимодействие происходит на расстоянии. Более того, объект журналистской работы обезличен, им может стать любой, открыв газету или включив телевизор, тогда как в других рассматриваемых профессиях (за исключением, пожалуй, профессии ученого) объект – это всегда конкретный человек с его индивидуальными особенностями. Это обстоятельство заставляет журналиста особо внимательно относиться к этическим стандартам своей профессии, так как он не имеет права выстраивать стратегию своей деятельности в зависимости от личности ее объекта, он вынужден работать «вслепую», и поэтому так важно, чтобы его постоянными «поводырями» стали моральные нормы профессии.

Д.С. Авраамов отмечает еще одну особенность журналистики как профессии: степень взаимной свободы в отношении «журналист – читатель» гораздо больше, чем в связках «педагог – ученик», «врач – пациент», «адвокат – подсудимый». В большинстве случаев выбор адвоката, врача, педагога ограничен и обусловлен объективными причинами, тогда как читатель всегда может отложить газету и выбрать другую, либо не читать вовсе – и этот выбор зависит только от него самого и ни от кого больше [1, с. 31]. Поэтому в профессии журналиста особенно важна ответственность перед объектом своей деятельности: теряя объект, журналистика теряет свой смысл.

Все эти особенности заставляют журналистов вырабатывать свою собственную, отличную ото всех остальных, систему принципов профессионального поведения.

## **Литература**

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. – М., 2003.
2. Дэннис Э. Мэррилл Дж. Беседы о масс-медиа. – М., 1997.

*Конференция «Ломоносов 2011»*

3. Каммерфельд Д. Больше, чем деньги (интервью журналу «Среда») / Среда. № 9 (53), 2003.
4. Письменная Е.В. Профессиональная этика в деловой прессе. – М., 2004.