

**Контент-анализ международных и региональных этических документов,
регламентирующих деятельность журналистов**

Научный руководитель – Свитич Луиза Григорьевна

Чеботарев Олег Юрьевич

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: charlie_93@mail.ru

Профессиональная этика занимает одно из ключевых мест в работе журналистов. Деятельность журналистов нередко рассматривается и критикуется исследователями, обществом, государством и потребителями в этическом аспекте. Известны многие работы на эту тему, однако впервые предпринят качественно-количественный контент-анализ более 200 регламентирующих документов по этике журналистики.

Исследование ставит целью проведение контент-анализа профессиональных кодексов и иных регламентирующих документов, связанных с этическими проблемами журналистской деятельности, классифицирование их по странам и типам (общие и специальные: по средствам информации, тематике, видам деятельности и т.п.). Объектом исследования являются профессионально-этические основы деятельности отечественных и зарубежных журналистов, выраженные в профессионально-этических кодексах (международных и внутренних), как регулятор их профессиональной деятельности. Предмет исследования - содержание и специфика профессионально-этических отечественных и зарубежных кодексов. Эмпирическая база исследования состоит из источников, кодифицирующих нормы профессиональной этики российских и зарубежных журналистов: кодексов профессиональной этики, деклараций, хартий и т.п. Исследование данных этических документов проводилось по следующим категориям:

- Общие - относящиеся ко всей журналистской деятельности.

- Корпоративные: пресса, радио, телевидение, интернет, фотожурналистика и «журналистика погружения» (разновидность журналистики, при которой с помощью 3D-технологий и технологий виртуальной реальности создается эффект присутствия в конкретном месте, описываемом в новостных статьях или репортажах с места событий).

Для достижения поставленной цели выполнены следующие задачи:

- проведен анализ документов, принятых на международном уровне, а также принятых в конкретных регионах (США и Канада, Европа, Россия и СНГ, Восток);

- выявлены основные понятия для создания системы категорий этических основ деятельности.

Автором изучены как количественные особенности (частота появления принципов этической деятельности журналистов), так и качественные (типы документов, содержание этических принципов).

Среди всех проанализированных международных документов выявлены: 18 кодексов, 18 рекомендаций, 12 хартий и деклараций, 11 руководств и по одной статье, резолюции и протоколу.

При пилотном анализе 62 международных этических кодексов и других документов выявлено, что количество общих и корпоративных этических документов для прессы и телевидения значительно превышает количество таких же источников для интернета и «журналистики погружения» (иммерсивной журналистики); 46 обладают универсальным

характером, 16 носят более прикладной (11 из них предназначены для прессы, 1 для телевидения, 3 для интернета и 1 документ носит комплексный характер для «журналистики погружения» и интернета, а специализированных кодексов для радио и фотожурналистики в выборке нет). Тематический анализ показал, что 30 документов имеют общую тематику для всех журналистов, 7 объединены проблемой работы с детьми, 6 сосредоточены на правах человека и всеобщем равенстве, 5 рассказывают об этическом взаимодействии с политикой, 4 о здравоохранении. По 2 документа связаны со спортом, религией, кулинарией, рекламой и ПР, по одному документу посвящены экономике и новым технологиям в современной журналистике.

Полевой этап контент-анализа на общем массиве документов (более 200) будет дополнен классификацией по регионам и конкретным видам работы.

Источники и литература

- 1) 1) Аврамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста: учебное пособие / Д.С. Аврамов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 224 с.
- 2) 2) Лазутина, Г.В. Профессиональная этика журналиста: Учебник для студентов вузов / Г.В. Лазутина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 224 с.
- 3) 3) Панкеев И.А. Авторское право для журналистов. – М., 2014.
- 4) 4) Свитич, Л.Г. Ценностная парадигма как базовый фактор стратегии развития общества и медиасистемы / Л.Г. Свитич // Век информации. Издательство Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет». – 2016. – № 2. – С. 300-306.
- 5) 5) Солоницына А.А. Профессиональная этика и этикет. Владивосток. - Изд-во Дальневост. ун-та, 2005 - 200 с.
- 6) 6) Шайхитдинова С.К. Медиаэтика. Казань, 2007. с. 22.
- 7) 7) Bruun L. Professional Codes in Journalism, Prague, IOJ, 1979.
- 8) 8) McQuail D. Mass Communication and Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance. In: Cmwoley D., Mithell D. Communication Theory Today. Polity Press, 1994. P. 241-254.