

УДК 316.77

## ЭТИКА НЕКОНФЛИКТНОЙ КОММУНИКАЦИИ: РЕКОМЕНДАЦИИ ЭКСПЕРТА

*С.К. Шайхитдинова*

*Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, 420008, Россия*

### Аннотация

Подведены предварительные итоги собственной экспертной работы в Общественной коллегии по жалобам на прессу (г. Москва). В течение десяти лет автору приходилось иметь дело с различного рода спорными текстами по разным направлениям повестки дня, формируемой СМИ. Подготовка экспертного мнения связана с необходимостью ответить на вопрос, какие правила медиаэтики в том или ином случае были нарушены. Установлена следующая закономерность: в каждой тематической области медиасферы есть свои «подводные камни». Для того чтобы не наткнуться на них, не спровоцировать информационный конфликт, необходимо соблюдать этические правила, которые имеют свои вариации в ключевых вопросах общественной жизни. В статье сформулированы основные этические правила, а также определены этические риски в освещении политической, религиозной, этнической, криминальной проблематики, включенной в повестку дня современных российских СМИ. В качестве аргумента выступают «кейсы» (случаи), рассмотренные в Общественной коллегии с привлечением экспертного мнения автора.

**Ключевые слова:** медиаэтика, неконфликтная коммуникация, мнение эксперта, повестка дня, жалобы на СМИ

От того, как выстраивается повестка дня в СМИ, во многом зависит «погода» в медиасфере. Двадцать лет работы автора в качестве эксперта по информационным спорам показали: какими бы ни были политические и социальные условия жизни, правила неконфликтной коммуникации остаются неизменными. Эти правила не относятся к сфере только лишь медиаэтикета. В стихии информационного обмена всегда присутствует рациональный момент в виде групп интересов. Относительное равновесие в борьбе интересов возможно, если не упускаются из виду потребности общества в целом. Эти известные потребности, обеспечивающие общественное единство, стабильность, способность к развитию, и выступают базисом для общих этических правил социальной коммуникации. Сложность вопроса в том, что ситуационное воплощение этих правил предстает в разных формах – часто в зависимости от повестки дня, от ее акцентов. Поэтому со словом «стандарт» всегда соседствует слово «рекомендация».

Материалом для представленных ниже рекомендаций послужили собственные заключения по информационным спорам (в Общественной коллегии

по жалобам на прессу заключение эксперта принято называть «мнением эксперта», чтобы обозначить различие между судебной и общественной практикой рассмотрения споров). За два десятилетия экспертной работы, из которых последние десять лет отмечены сотрудничеством с Общественной коллегией (г. Москва), таких «мнений» в виде кейс-исследований накопилось более ста. Для настоящей публикации выбрано несколько тематических направлений, актуальность которых, на наш взгляд, сегодня особенно высока. По каждому из них обозначены риски, которые могут привести к большим и малым конфликтам.

### **Политическая коммуникация в медиасфере: обсуждать проблемы, а не образы «врага»**

Опыт анализа текстов, вызвавших обращение в Общественную коллегию по жалобам на прессу, обнаруживает опасную тенденцию: журналистские форматы используются для достижения политических целей. Главная среди них – информационное «киллерство», сведение счетов с «врагом», образ которого конструируется с привлечением методов политехнологий. Нарушение принципа объективности производится через «разыгрывание» документальности, создание иллюзии «расследования», использование экспрессии высказывания как средства влияния на аудиторию. Основная цель такого рода текстов, как показывает практика эксперта, – борьба с внутренней оппозицией. Из опыта следует, что в качестве заявителей в Общественную коллегию могут выступить и успешные региональные СМИ, которые по каким-либо причинам были отнесены к «вредным», и отдельные люди.

С нашими выводами перекликаются исследовательские данные, изложенные в вышедшей в текущем году коллективной монографии коллег из Уральского федерального университета «Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта “информационная война”» [1]. На основе анализа российских региональных СМИ за 2012–2017 гг. ее авторы приходят к выводу, что используемые в них номинации «патриот», «ватник», «либерал», «оппозиция», «пятая колонна» участвуют в конструировании соответствующих конкурирующих вариантов политической идентичности россиян: «правительственной» и «оппозиционной».

Авторы отмечают, что фразеологизм «пятая колонна», обозначающий «тайных агентов врага – шпионов, диверсантов, предателей, изменников», [1, с. 109] имеет яркую отрицательную оценку, которая фиксируется как на денотативном, так и на коннотативном уровнях лексического значения. Термин, введенный в оборот в 1936 г. в связи с событиями в Испании, использовался по отношению к «врагам народа». Они, как выясняло следствие, непременно работали на иностранную разведку. В 2014 г. отмечается активное использование данного фразеологизма, его значение расширилось до значения «оппозиции», которая «противостоит политике президента». Несмотря на отступление от первоначального значения, термин сохранил высокий заряд агрессии. Это обстоятельство позволяет перевести любого рода оппозицию в разряд врагов. Так поддерживается поляризация российского политического медиадискурса, его ориентация на «своих» и «чужих» [1, с. 111–113].

С нашей точки зрения, публикации, использующие подобную терминологию, дисквалифицируют способность рядовых граждан к диалогу, их умение если не выстраивать, то понимать, каковы должны быть приоритеты для сохранения баланса общественных интересов. Другая цель агрессивных выступлений – поддержание в дискурсе информационной войны образа «внешнего врага». Не учитывается, что идентичности, моделируемые СМИ, – это доказывают проведенные ранее исследования с нашим участием (см., например, [2, 3]), – представляют собой единое пространство. Иными словами, поддержание идеи биполярности внешнего мира оборачивается ростом нетерпимости внутри социума, расслоением его на «наших» и «не наших». Таким образом формируется социальная база для радикальных настроений и выступлений.

С учетом сказанного недопустимы в журналистских текстах на политические темы следующие практики:

- перенос смысловых акцентов с реальной общественно значимой новости на скандальный инцидент;
- введение в заблуждение жанром. Отдельно следует сказать о том, что представление политического расследования средствами «докудрамы» (с образным рядом, сюжетными ходами и инсценировками) необходимо рассматривать как обман аудитории: в этом формате невозможно адекватно представить зрителю аналитику и документы, подтверждающие исследовательскую логику авторов;
- навязывание пресуппозиции;
- создание для неугодных персонажей отрицательного контекста и отрицательного ассоциативного ряда, использование оскорбительных намеков;
- персонификация события не в пользу «неугодного героя»;
- персонификация ситуации;
- «несочувствующая» контрриторика по отношению к основному персонажу сюжета;
- «сочувствующая» контрриторика по отношению к другой стороне конфликта.

### **Освещение вопросов религии: «стёб» и провокация недопустимы**

Мониторинг российских СМИ и опыт экспертной работы с конфликтными публикациями свидетельствуют о вовлечении обозначенной темы в политический дискурс. Поэтому всё, что сказано по отношению к текстам о политике, может быть отнесено и к текстам о религии. Однако у такого рода текстов есть свои особенности, которые, по нашему мнению, необходимо учитывать. Эти особенности определяются тем, что основным сегментом целевых аудиторий здесь являются верующие.

Существует точка зрения, что тему религии не следует выделять среди других тем, иначе заданная логика приведет к необходимости рассматривать как особых не только верующих, но и множество других социальных групп, что невозможно. Думается, вопрос здесь упирается в представления о значимости тех или иных идентичностей для личности: мы исходим из приоритетной важности возрастных (поколенческих, гендерных (поло-ролевых), этнических и религиозных). По каждой из тематических сфер, связанных с идентичностями, могут быть свои наблюдения, но по этим – складывавшимся на протяжении

всей истории человечества – их накопилось больше, чем на других направлениях. Многочисленные исследования показывают, что конфликтное отторжение индивидом какой-либо из идентичностей данного ряда (человек «без возраста», «без пола», «без корней», «воинствующий атеист» и т. п.) проблематизирует его жизнь в социуме. Исторический опыт свидетельствует, что игнорирование этих идентичностей политиками и медиаспециалистами ведет к конфликтам, чреватым бесчисленными человеческими жертвами.

События, которые развернулись во Франции вокруг журнала «Шарли Эбдо», у нас произойти не могут. Однако и в российской медиасфере не всё так гладко. По данным мониторинга Информационно-аналитического центра «Сова», в последние годы возросло число процессов, которые завершились обвинительными приговорами за ксенофобскую пропаганду<sup>1</sup>. Наше исследование подтверждает проявление в текстах о религии конвергенции идеологической и культурной функций. Дают о себе знать и стереотипы массового сознания по отношению к религии. Их зачастую разделяют и сами журналисты [4].

С учетом сказанного рекомендуем при освещении вопросов, связанных с религиозной проблематикой, межконфессиональными отношениями, обратить внимание на то, что:

– тема религии, будучи оторвана от теологической традиции, вовлекается в «коммуникативные гибриды», становится открытой для идеологического включения посторонних смыслов. Крайним проявлением идеологизации медиатекстов о религии становится «язык вражды»;

– представление темы религии с помощью таких опасных коммуникативных стратегий, как провокация, стёб, троллинг, является дискриминацией верующих и может быть использовано в борьбе политических интересов;

– в освещении темы религии особую роль играет личность автора, его духовно-нравственная зрелость, способность сопереживания.

#### **Тема межэтнических отношений в медиасфере: образ этноса должен быть вдохновляющим**

Одна из примет нашего времени – этнизация массового сознания, которая в медиасфере выражает себя в возрастании частоты употребления этнических «маркеров» в контекстах, напрямую с этнической проблематикой не связанных. Этнизация массового сознания – это опасный симптом, который может способствовать обострению противоречий в жизни социума, росту агрессивных настроений в нем. В этой связи журналисты и другие профессиональные медиаспециалисты обязаны следить за тем, чтобы не содействовать подобным процессам. Наш опыт разбора конфликтных текстов на тему межэтнических отношений подтверждает наблюдения о том, каковы здесь типичные ошибки журналистов. Основная – представление социального контекста в виде конфликта, которому придаются признаки этничности. При этом

– происходит включение в конфликтогенное событие этнических персонажей или делается акцент на них;

<sup>1</sup> Расизм и ксенофобия. Декабрь 2015. Предварительные итоги года // Сова: Информационно-аналитический центр. URL: <http://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/publications/2015/12/d33572/>.

– конструирование конфликта, его драматизация производится через оппозицию участников ситуации в качестве «мы – они», «свои – чужие»;

– поиск причинно-следственных связей конфликта ведется с привлечением этнических стереотипов;

– конфликт, которому придаются черты этничности, встраивается в определенный хронологический порядок.

Встречаются также неоправданный ввод в социальный контекст, воспроизводимый в тексте, этнических лексем (обороты речи), этнических идеологем (языковой элемент идеологии); использование эпитетов, дискриминирующих этносы, нации и их представителей.

Что происходит, когда производится конфликтная этнизация массовой информации? Происходит смешение двух реальностей – внутренней (феноменологической) и внешней (социологической); вброс на уровень символических образов социологических фактов. Последние кажутся убедительными потому, что опираются на статистику, на измеряемость, на оперативные сводки, на то, что можно наблюдать. Так и хочется сказать: «Но ведь это же правда!» В итоге неискушенному массовому сознанию «аргументированно» преподносятся недоказуемые сведения: такому-то народу, такой-то нации что-то изначально присуще, некие «недостатки» у него «в крови».

Рекомендуем журналисту, который пишет о других этносах или снимает документальный фильм, не забывать, что

– социальные практики жизни этноса, их анализ с логической точки зрения выведены из его самосознания. Их рациональное, отчужденное обсуждение опасно для культурной мифологии, которая поддерживает целостность этноса;

– образ этноса – это именно образ, символическая реальность. Правда этноса – это то, как он себя видит, а не то, как его оценивают другие. Правда этноса не должна быть горькой, она всегда вдохновляющая. Этнос может выжить в условиях глобалистских цивилизаций только опираясь на оптимизм своего менталитета.

### **«Натуралистические сюжеты» криминальной хроники: нельзя «продавать» тревожность и страх**

В том виде, в каком обозначенные сюжеты подаются на телеэкране, их можно отнести к жанру «ужасных историй», основным предметом которых является «ужасное происшествие». Исследования выявляют устойчивый интерес людей к «ужасным историям» во все времена. Однако теми же исследованиями констатируется вред, который медианасилие (агрессия, убийства, смерть в документальном формате) наносит обществу, аудитории СМИ. Речь идет о нарушении информационно-психологической безопасности личности и негативном воздействии на психику (потеря базового доверия к миру у детей, банализация смерти, поддержание депрессивных состояний в обществе, дестабилизация эмоционального статуса индивида, появление у него страхов и тревожности)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Решение «О жалобе И.Г. Ясавеева на программу “Перехват” телекомпании “Эфир”» // Настольная книга по медийному саморегулированию. – М.: ТЦ ЮНЕСКО, 2013. – Вып. 3. – С. 103–121.

Другая сторона конфликта – СМИ как бизнес-организации. Медианасилие хорошо продается, повышает статус редакции в медиарейтингах.

Компромисс возможен в изменении акцентов повестки дня криминальной хроники. Журналистам, пишущим на криминальные темы, рекомендуется:

– уходить от соблазна выносить на экран неотредактированный материал оперативной съемки, уменьшать долю натурализма в сюжете в пользу журналистского, авторского формата;

– делать акцент не на самом несчастном случае как таковом, а на том, какие меры принимаются, какова работа правоохранительных ведомств и т. п.;

– не драматизировать с помощью спецэффектов, слов ведущего, интонации и других способов криминальные события;

– не делать к натуралистическим сюжетам «подогревающей» подводки;

– избегать визуальных подробностей аварии, несчастного случая, преступления;

– избегать крупных планов жертв происшествий, телесных повреждений, погибших;

– не детализировать, не «смаковать» в репортажной речи за кадром те же подробности;

– не показывать криминальную хронику в прайм-тайм.

– на занятиях по повышению квалификации корреспондентов, работающих в заданном направлении, делать упор на уменьшение доли натурализма в криминальных видеосюжетах в пользу качественной журналистики.

Подводя итог, отметим, что сформулированные нами для различных тематических направлений рекомендации – это естественные правила бесконфликтного общения, известные любому, кто не хотел бы бессмысленного напряжения информационных отношений. Известно также, что спорные, несущие агрессию высказывания работают на раскол общества, тогда как цель журналистики – его консолидация [5]. Однако проблема в том, что сегодня в медиасфере правят бал «дурная политика» и «дурной бизнес». Казалось бы, как могут им противостоять отдельные правила отдельных людей? Возможно, сами по себе – не могут. Но важно понять, что без этики бесконфликтной коммуникации вообще ничего ничему противостоять не сможет.

### Литература

1. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война» / Общ. ред. Л.В. Енина, Э.В. Чепкина. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2018. – 222 с.
2. Медиаконвергенция и «ситуация человека»: Новые вызовы, старые вопросы / Под ред. С.К. Шайхитдиновой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2012. – 140 с.
3. Шайхитдинова С.К. Нормативные концепции СМИ в ситуации конфликта // Кому принадлежит культура? Общественные науки и перспективы исследований социокультурных перемен. Терра-консалтинг, 1999. – Ч. 1 – С. 227–241.
4. Шайхитдинов Т.В., Шайхитдинова С.К. Медиатексты об исламе: «новый журнализм» vs социальная ответственность. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. – 216 с.

5. Шкондин М.В. Журналистика и ее среда: системные аспекты взаимодействия // Журналистика в 2017 году: творчество, профессия, индустрия: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М.: МедиаМир, 2018. – С. 568–569.

Поступила в редакцию  
20.03.18

---

**Шайхитдинова Светлана Каимовна**, доктор философских наук, заведующий кафедрой журналистики

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия  
E-mail: [svet1206@yandex.ru](mailto:svet1206@yandex.ru)

---

ISSN 2541-7738 (Print)  
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI  
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2018, vol. 160, no. 4, pp. 956–963

---

### The Ethics of Non-Conflict Communication: Expert Recommendations

*S.K. Shayhitdinova*

*Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia*  
E-mail: [svet1206@yandex.ru](mailto:svet1206@yandex.ru)

Received March 20, 2018

#### Abstract

The preliminary results of the expert work in the Public Collegium of Press Complaints (Moscow, Russia) have been summarized. For a decade, we have had to deal with various controversial texts in different areas of the agenda formed by the media. The preparation of an expert opinion is related to the need to answer the question of which rules of media ethics were violated in one way or another. The following pattern has been revealed based on reflection on the problem: every thematic area of the media sphere has its own “pitfalls”. In order not to stumble upon them, not to provoke an information conflict, it is necessary to observe ethical rules that have their variations in key issues of public life. The list of such rules has been given in this publication. In political communication, it has been recommended to discuss problems, not images of the “enemy”. It has been noted that when covering the issues of religion, ridicule and provocation are unacceptable. The paper substantiates that the image of an ethnos should be inspiring in the problem of inter-ethnic relations. It states that it is forbidden to “sell” anxiety and fear in “naturalistic scenes” of the criminal chronicle. The arguments are the cases considered by the Public Collegium of Press Complaints with the involvement of the personal expert opinion.

**Keywords:** media ethics, non-conflict communication, expert opinion, agenda, complaints to media

#### References

1. *Problemy konstruirovaniya identichnosti rossiyan v diskurse SMI pod vliyaniem kontsepta “informatsionnaya voyna”* [Problems of Constructing the Identity of Russians in the Media Discourse under the Influence of the Concept of “Information War”]. Enin L.V., Chepkin E.V. (Eds.). Yekaterinburg, Izd. UrGU, 2018. 222 p. (In Russian)
2. *Mediakonvergentsiya i “situatsiya cheloveka”*: *Novye vyzovy, starye voprosy* [Media Convergence and the “Human Situation”: New Challenges, Old Problems]. Shayhitdinova S.K. (Ed.). Kazan, Izd. Kazan. Univ., 2012. 140 p. (In Russian)

3. Shayhitdinova S.K. Regulatory media concepts in the conflict situation. In: *Komu prinadlezhit kul'tura? Obshchestvennye nauki i perspektivy issledovaniy sotsiokul'turnykh peremen* [Who Owns the Culture? Social Sciences and Research Prospects for Sociocultural Change]. Pt. 1. Terra-Konsalting, 1999, pp. 227–241. (In Russian)
4. Shayhitdinov T.V., Shayhitdinova S.K. *Mediateksty ob islame: "novyi zhurnalizm" vs sotsial'naya otvetstvennost'* [Media Texts on Islam: "New Journalism" vs Social Responsibility]. Kazan, Izd. Kazan. Univ., 2-18. 216 p. (In Russian)
5. Shkondin M.V. Journalism and its environment: System aspects of interaction. In: *Zhurnalistika v 2017 godu: tvorchestvo, professiya, industriya: Materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* [Journalism in 2017: Creativity, Profession, Industry: Proc. Int. Sci.-Pract. Conf.]. Moscow, MediaMir, 2018, pp. 568–569. (In Russian)

⟨ **Для цитирования:** Шайхитдинова С.К. Этика неконфликтной коммуникации: рекомендации эксперта // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2018. – Т. 160, кн. 4. – С. 956–963. ⟩

⟨ **For citation:** Shayhitdinova S.K. The ethics of non-conflict communication: Expert recommendations. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2018, vol. 160, no. 4, pp. 956–963. (In Russian) ⟩