

УДК 070

## СМИ против СМИ: медиа-битвы современной эпохи (к выводам эксперта по информационным спорам)



### **Шайхитдинова С.К.**

Доктор философских наук, профессор,  
заведующая кафедрой журналистики  
Казанского (Приволжского) федерального университета

*В основу публикации положено мнение автора в качестве привлеченного эксперта Общественной коллегии по жалобам на прессу по делу 171 (рассмотрено 20 октября 2017 г.). Им разобран информационный спор между газетами «Московский комсомолец-Черноземье» и «Курские известия». Автор указывает на опасную тенденцию: из семи экспертиз, подготовленных им в текущем году, в четырех ему пришлось разбирать конфликты между редакциями. Эта ситуация приводит автора к выводу о том, что профессиональный медиаэтнос, идея корпоративной солидарности журналистов в традиционных СМИ терпит кризис. Журналистика, ориентированная на этические правила и гуманитарные ценности, уходит с этих медиаплощадок, чтобы возродиться в других форматах.*

*Ключевые слова: информационные споры, корпоративная солидарность журналистов, медиаэтика, медиаэтнос.*

В перечне этических принципов, которые регламентируют деятельность СМИ и отдельных журналистов в их отношениях с аудиторией, источниками информации, героями материалов и другими субъектами коммуникации, не последнее место занимают принципы отношений редакций с редакциями, коллег с коллегами. Наряду с недопустимостью плагиата в кодексах профессиональной этики прописана такая норма, как уважение профессиональных прав собратьев по профессиональному цеху. В Кодексе профессиональной этики российского журналиста в п. 8 утверждается, что «Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции». Тремя годами ранее, в 1991 г. на Первом съезде Союза журналистов СССР на конфедеративной основе был принят Кодекс профессиональной этики журналиста, где вопросам взаимоотношения с коллегами была посвящена статья из нескольких пунктов под названием «Нарушения служебной этики и профессиональной солидарности журналистов». В перечне подобных нарушений зафиксированы следующие случаи: п. 3: «Если журналист из карьерских, корыстных и иных низменных побуждений представляет своего коллегу в неприглядном свете

в глазах других журналистов или в общественном мнении»; п. 4: «Если журналист из неверного понимания творческого соперничества или по иным мотивам сознательно затрудняет коллеге выполнение профессиональных обязанностей, а равно публикацию его работ». Так или иначе подобного рода нормы профессионального поведения включены в кодексы журналистских сообществ других национальных профессиональных ассоциаций мира [1, с. 214, 431]. Это делается для того, чтобы журналисты и редакции в динамичной «текучке» своей повседневной работы не забывали о единстве целей, которые стоят перед журналистским сообществом в целом: доносить до населения правдивую информацию, отстаивать в медиасфере интересы «маленького человека».

Два последних десятилетия привнесли в социальную жизнь факторы, которые существенно повлияли на общественные представления о роли журналистики и ее миссии. В ряду этих факторов и международная обстановка, которая вновь вывела на передний план арсеналы информационной войны, и прогресс коммуникационных технологий. Традиционные СМИ потеснены новыми медиа с их новой этикой. На смену журналистам «старой вол-

ны» пришло другое, воспитанное интернетом поколение, которое зачастую не отягощено сомнениями этического выбора там, где речь идет о смысле информации и способах ее подачи. Профессиональный цех журналистов с их идеей корпоративной солидарности разбавили отряды рядовых пользователей, а также медиаспециалисты, которые ставят перед собой собственные задачи, не отягощенные ценностью общественного блага. В российских условиях эти интернациональные процессы усугубляются инициированными перестройкой трансформациями общественной системы. Все это не может не сказаться на состоянии нашей медиасферы и ее институтов [2].

Можно заключить, что сегодня медиаорганизации, которые мы традиционно воспринимаем как средства массовой информации, в своей массе уже не являются реальными субъектами журналистской деятельности. Между журналистикой и СМИ знак равенства уже ставить нельзя. В этой связи неправомерно рассматривать действия многих редакций и их работников в свете упомянутых выше принципов профессиональной этики журналиста. Этические принципы, как известно, апеллируют к позиции зрелой личности, к опыту устойчивой профессиональной корпорации. Сегодня СМИ не нуждаются ни в том, ни в другом. Представляется, что в этом случае уместней говорить не о медиаэтике, а о медиаэтосе.

Этос определяется нами как стихийно складывающаяся нормативность, прецедентные практики и образцы поведения, создающие общий уклад, общую атмосферу в рамках определенной деятельности. Этос в отличие от морали как регулятивный механизм глубоко погружен в социальные отношения, иногда напрямую зависит от них. Нормативность этоса формируется коллективно. Отправным пунктом здесь выступает не позиция личности, нравственные императивы, стоящие перед ней, как в морали, а общественные условия и процессы, происходящие в рамках данной деятельности или вокруг нее. От стихии нравов этос отделяет то, что именно корпоративная организованность деятельности вносит в характер рассматриваемого феномена некую целесообразность. Проблема в том, что эта целесообразность, хотя и на обыденном уровне опирается на оценки с позиции «хорошо-плохо», может носить и неморальный и «антиморальный» характер.

Ряд «этос», «профессиональная мораль», «профессиональная этика» определяется нами с точки зрения того, в каком соотношении находятся в каждом из этих феноменов такие элементы регуляции, как «нормы», «ценности» и «принципы». Природа этоса на обозначенных позициях определяется синкретизмом элементарных норм (привычек, обычаев, нравов) как «здорового смысла культуры» и ценностей [3]. Основу здорового этоса составляют ценности деятельности «во благо», деятельности, раскрывающей гуманистический потенциал человека как родового существа. Здоровый этос деятельности – гарантия ее целостности, общественной значимо-

сти и продвижения в виде самого разного рода профессий. Известен этос хозяйственной деятельности, медицинский этос, этос политической деятельности и т.д. Актуальной формой доморальной регуляции отношений в информационном обществе выступает медиаэтос. В последние годы его «здоровье» заметно пошатнулось. Об этом свидетельствует практика моей работы привлекаемым экспертом информационных споров. Из семи экспертных заключений, подготовленных нами в текущем году, в четырех нам пришлось разбирать конфликты между редакциями [4]. Обратимся к примерам.

Решение Коллегии № 155. «Общественное мнение» & «Взгляд-инфо» (Саратовская область). Изучение предоставленных эксперту материалов привело к выводу, что информационный спор, представленный его участниками (заявитель И.Е. Бирюков, с одной стороны, и представители Саратовского регионального отделения Союза журналистов России (далее – СЖ/СЖР) в лице его председателя Л.Н. Златогорской, членов правления рег.отделения СЖ, рядовых членов СЖР, а также сотрудников ИА «Взгляд-инфо» – с другой) не может быть ограничен публикацией, ставшей предметом жалобы. Конфликт между саратовскими СМИ, как можно судить по представленным документам, длится несколько лет и являет собой борьбу за финансовые и информационные ресурсы на региональном медиарынке. В ряду участников публичной части конфликта значатся не только упомянутые в жалобе медиаорганизации «Общественное мнение» и «Взгляд-инфо», но и ряд других электронных ресурсов, а также социальные сети, в которые перенесена тяжба по расколу регионального отделения СЖ.

Решение Коллегии № 156. «Вести Приладожья» & газета «Призыв» (Республика Карелия). В общественную коллегию по жалобам на прессу обратилась корреспондент муниципальной районной газеты «Призыв» Людмила Шиффнер. Предметом спора стали пять публикаций газеты-конкурента общей площадью около пяти страниц формата А3. Вывод эксперта: Под видом журналистских публикаций представлены письма-доносы пасквильного характера. Материалы носят явно заказной характер. Их цель: дискредитация главного редактора газеты «Призыв» Надежды Гонгелевой, смещение ее с должности, развал коллектива редакции. Цель была достигнута: 18 января 2017 г. читатели увидели последний номер своей районной газеты. В ходу предположение, что глава администрации района Владислав Вохмин попросту «сдал» Надежду Гонгелеву предпринимателю, чьи неоднозначные бизнес-схемы она предала публичности (речь идет о публикации «Геннадий Спирин: «У государства забрали 12 миллионов рублей» от 06 августа 2016 г.) [5].

Решение Коллегии № 171 «Московский комсомолец–Черноземье» & «Курские известия». 20 октября этого года рассмотрена жалоба главного редактора газеты «Курские известия» Максима Зимовского на

публикацию главного редактора газеты «Московский комсомолец–Черноземье» Дениса Шайкина «Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “*Mein Kampf*”? “Европейская” реабилитация фашистской оккупации» пропаганда нацизма [6].

Здесь представлены выводы проведенного нами кейс-исследования. Его методология базируется на теории семиотических исследований, теории текста, теории и практике социально ответственной прессы. Разбор конфликтной публикации произведен методом дискурса-анализа.

Вопросы, поставленные перед экспертом: Содержатся ли в спорной публикации «Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “*Mein Kampf*”? “Европейская” реабилитация фашистской оккупации» нарушение профессиональной деятельности журналиста? Если содержатся, то в каких фрагментах текста?

Вывод 1. Автор конфликтной публикации генеральный директор ООО «МК Черноземье» господин Шайкин аргументирует выдвинутое им обвинение против «Курских известий» ложными послылками, которые базируются на спекулятивной линейной логике. А именно: в манипулятивно выстроенной им семиотической цепочке в качестве главного и отправного пункта берется проблемная социальная ситуация<sup>1</sup>. Тогда как в семиотическом построении «социальное» является контекстным фактором, а главным звеном должна выступать знаковая структура. В данном случае это современный логотип «Курские известия», в котором опорным является слово «известия». Оно несет в себе печать культурного кода, складывавшегося в процессе длительной истории (слово-то возникло не в 1943 г. и даже не в XX в., подобно «[Московскому] комсомольцу»). Функциональное использование устойчивых кодов в социокультурных практиках носит объективный характер. Их интерпретации, порождаемые разного рода локальными социальными обстоятельствами, несоизмеримы с их культурным значением. Волевое настаивание на приоритетности локального над общекультурным – жест идеологический, скрывающий конкретные политические цели<sup>2</sup>.

Обобщенный смысл несет термин «известия». Этот термин символизирует перемещающуюся от субъекта к субъекту информацию безотносительно к тому, как она трактуется. Настойчивое вычленение данного термина из знакового единства, его «отбраковка» на том надуманном основании, что он был включен в «шапку», под которой печатали «вражеское» содержание, можно воспринять как по-

<sup>1</sup> Речь о том, что словосочетание «курские известия» впервые включено в оборот по отношению к печатному органу, выходящему в Курске, в 1943 г., когда редакция была создана для работы на оккупированной фашистами территории.

<sup>2</sup> В известной триаде разновидностей знаков, по Пирсу («икона», «индекс», «символ»), название газеты может быть отнесено к знаку-символу. «Символ» как вид знака конвенционален, его значение связано с конкретными объектами условно, поэтому он сам по себе в отличие от «икон» и «индекса» может нести некий обобщенный смысл [7].

пытку господина Шайкина перекодировать доброе русское слово, наградить его «другим» культурным значением. Абсурд подобных действий налицо – общеупотребительному термину свою, негативную интерпретацию в качестве базовой не навязешь. Значит, цель автора заключается не в этом. Слова и словосочетания не «виноваты» в том, какими значениями награждают их разные исторические периоды и ситуации. Виноватыми «назначают» людей.

Будучи включенным в логотип газеты, термин становится элементом другого знака-символа – конкретного бренда конкретного издания. Известно, что в клишированном газетном названии значение имеет и шрифт, и его расположение, и цветность. Судя по документальной фотоиллюстрации, сопровождающей конфликтную публикацию, логотип газеты, выходящей в Курске в 1943 г., – это не тот логотип, который использован в газете, которая начала выходить в Курске 66 лет спустя. Помимо различия шрифтов, расположения на полосе, наличия/отсутствия контурной картинки и т.п. важно заметить, что логотип газеты 1943 г. включает и другие термины. Фактически название той газеты «побуквенно» звучит так: «Курские известия *Kursker Nachrichten*». Оно-то и является частью концепции прогерманского издания на оккупированной немцами территории.

Господин Шайкин в своей обвинительной публикации вычленяет только словосочетание «курские известия», или «КИ». Сокращение представлено по аналогии с «МК», хотя очевидно, что «МК» звучит потому, что входит в логотипы франшиз разного рода региональных выпусков «Московского комсомольца». «КИ» с такой силой не звучит, потому, что не звучно. Это просто сокращение, принятое для удобства обозначения в текстах «Курских известий». Но автор настойчиво проводит аналогию по аббревиатурам между своим СМИ и не своим. Она нужна для конструирования заданной семиотической цепочки. Сначала нужен общий «знаковый» знаменатель («КИ»), чтобы приравнять «*Kursker Nachrichten*» к современным «Курским известиям». Параллельно названный автор насыщает выбранные им знаки своими смыслами.

Та, что «*Kursker Nachrichten*», являясь «коллорационистской газетой фашистских оккупационных властей», включена в контекст такого плана: «В тех же 1942-1943-м гг. в оккупированном фашистами Курске, жители которого на протяжении 15 месяцев уничтожались тысячами и десятками тысяч угонялись в рабство, лучшие архитектурные памятники которого стирались с лица земли, школы, промышленные предприятия и заводы сравнивались с землей, открылась и регулярно выходила газета. Которая описывала, как это все хорошо. Как полезен и правилен новый ордунг. Что больных надо не лечить, а травить. Ну или пусть от голода подымяются. Что евреи – это недочеловеки. Славяне, впрочем, тоже, но евреи – в особенности. И что нет никаких сомнений в скорейшей полной победе Германии».

Этот смысловой контекст спроецирован на «КИ», а за ним и на словосочетание «курские известия», которое в заданной логике становится «нацистским названием». Та газета, что предстает как современные «Курские известия», с точки зрения содержательного контента в публикации Шайкина никак не представлена. Абсолютно никак. Смысловое содержание объекта «раскрыто» исключительно через личность генерального директора ООО «Группа Компаний «Промресурс» Депутата Курской областной Думы Николая Полторацкого. Почему он явился центральной фигурой, кто он – учредитель? собственник несчастной газеты? – нам, неискушенным читателям, неизвестно. Его фото и биография приводится под подзаголовком «Обыкновенный фашизм». После перечисления фактов о местах работы и занимаемых должностях без каких либо словесных связей следует абзац о зверствах фашистов в Курской области: «... Далее без эмоций, справочно. Общая сумма ущерба, нанесенного Курской области после оккупации региона немецко-фашистскими захватчиками, составила...». Заканчивается данный фрагмент публикации с подзаголовком следующим вопросом: «Скажите, господин Полторацкий, вы идейный поклонник нацизма или только его символики, расцветок и нацистских названий?».

Таким образом закольцовывается «сюжетный ход» в разворачивании «обвинительного приговора» персоне Полторацкого, заявленного уже в названии: «Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “*Mein Kampf*”? “Европейская” реабилитация фашистской оккупации». Семиотическая цепочка выстроена «КИ – *Kursker Nachrichten* – пропаганда нацизма – Курские известия – Полторацкий – “реабилитация” “символики” нацизма, его “пропаганда”».

О том, как над мифами первого порядка выстраиваются мифы второго порядка и т.п., можно прочесть у Ролана Барта [8]. О том, как происходит процесс переноса свойств объектов на знаки и обратно, как «изобретаются» семиотические схемы, порождающие новые проблемы на месте старых, говорит Вадим Розин [9]. То, как используются эти и подобные приемы в информационной войне за мировоззренческие ресурсы, рассматривает Сергей Расторгуев [10].

Вывод 2. Публикация «Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “*Mein Kampf*”? представляет собой пасквиль на редакцию газеты «Курские известия» и лично на Николая Полторацкого. Профессиональная этика журналиста нарушена самим фактом появления такого текста на публичной площадке, а также наличием арсенала манипулятивных приемов, использованных господином Шайкиным для сведения счетов с «собратьями по перу».

Пояснение. Модальность речевого высказывания будто бы выражена в тексте в открытой форме уже в его первом абзаце. Автор предстает в образе человека с позицией, уверенного в своей правоте. Он, как будто говорит не от своего имени, а от имени «огромной семьи журналистов», от имени «Мо-

сковского комсомольца», на дверях редакции которого во время войны «висело короткое объявление “Редакция закрыта. Все ушли на фронт”» (Между тем, «МК-Черноземье» юридически и экономически представляет собой, как и другие региональные редакции «МК», отдельную организацию с самостоятельной медиаполитикой. Т.е. речь должна идти о купленной франшизе, об использовании местным медиабизнесом торговой марки «МК», о способах извлечения прибыли из процесса организации и распространения информационного продукта. Однако господину Шайкину выгодно выстраивать идеологический «сторителлинг» с общностью истории его и «того самого» «Московского комсомольца»).

Он апеллирует к высшим инстанциям и обществу: «Хочу получить у Закона и Общества, у руководства страны и региона, у Генеральной прокуратуры и Следственного комитета, у ФСБ России и у СПЧ при Президенте РФ, у Роскомнадзора, в конце концов, ответы на мои вопросы».

В течение всего текста этот авторский образ поддерживается эмоциональными восклицаниями, риторическими вопросами, патетической лексикой («таковые», «дабы»): «...И я даже готов буду публично принести извинения, если кто-то докажет мне мою неправоту и объяснит – в чем я неправ и в чем неверна моя позиция. Закон и Суд или общественность и ее мнение это будут – неважно. Не будет потому что таковых... (...) Позиция моя проста. Я считаю, что реабилитация фашизма в любом из ее проявлений в мире, а особенно в нашей стране, является не просто преступлением, но преступлением против человечества».

Кто ж возразит. Однако далее следует логическая подтасовка «фактов», о которой говорилось в Выводе 1. (Реальных, относящихся к делу фактов нет, публикация в своей обвинительной части выстроена на отвлеченных аналогиях и означивании субъективных интерпретаций автора). Дискурс-анализ конфликтной публикации показал использование в ней следующих манипулятивных приемов (их ряд подробно рассмотрен лингвистом Анатолием Барановым):

– «замазывание» или введение в отрицательно оцениваемый контекст/ассоциативный ряд (современные «Курские известия» должны теперь «отмываться» от аналогии с «*Kursker Nachrichten*». Ассоциативный ряд создан господином Шайкиным в «3D формате»: вербально, с помощью фото и писем в разные инстанции);

– переход на личности (газета «Курские известия» является, судя по публикации, попутным объектом. Главной мишенью для директора Шайкина выступает, очевидно, владелец активов Николай Полторацкий);

– установление немотивированного сходства с отрицательно оцениваемой сущностью (речь в данном случае о стыке биографической информации о Полторацком и информации о том, какой ущерб принесли фашисты Курской области);

– навязанные пресуппозиции. Т.е. когда к той части речевого высказывания, которая является известной и поэтому не требует осмысления аудиторией (нацизм – это плохо, реабилитации фашизма не должно быть), подверстывается информация, которая и несет в себе основной смысл высказывания. Но подается эта информация не как новая для восприятия и потому требующая обдумывания, а как «известная», «естественным образом» вытекающая из уже сказанного. В нашем случае – это ничем не обоснованные сведения, очерняющие репутацию «Курских известий» и Полторацкого [11].

Краткий ответ на поставленные перед экспертом вопросы: В публикации «Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “Mein Kampf”? “Европейская” реабилитация фашистской оккупации» во всех фрагментах содержатся грубые нарушения профессиональной этики журналиста. Публикация не является журналистским материалом, это пасквиль.

Заключая данную статью, отметим. На характер медиаэтноса оказывают влияние разные факторы – информационная политика, медиаэкономика, культурные практики, технико-технологический прогресс в медиасфере. Конвергенция этих факторов существенно повлияла на современный медиаэтнос, вызвав процессы его дегуманизации. Гуманитарная повестка дня в общественных медиа терпит кризис, под эту тенденцию попали и сами журналисты. Информационная безопасность личности нарушается фактами медиаагрессии.

Этнос – категория динамическая, однако в одночасье он изменен быть не может. Это, скорее, барометр состояния дел в конкретной сфере. Если происходит что-то критическое, несовместимое с нравственными ценностями, и это уже никого не удивляет, «неладно что-то» в данном «королевстве». Разрушение здорового этноса сопровождается разрушением самой деятельности. Один из признаков данной тенденции в сфере СМИ: журналистика, ориентированная на этические правила и гуманитарные ценности, уходит с этих медиаплощадок, чтобы возродиться в других форматах.

### **Media vs Media: Battle of the Modern Era (to the Conclusions of the Expert on Information Conflicts)**

***S.K. Shaikhidinova***  
***Kazan (Volga Region) Federal University***

*The publication is based on the opinion of the author as an expert of the Public Collegium on Press Complaints in the case of 171 (reviewed on October 20, 2017). The author considered the information conflict between the newspapers «Moskovsky Komsomolets-Chernozemye» and «Kurskie Izvestia». The author points to a dangerous trend: of the seven cases that he analyzed this year, in four he was dealing the conflicts between the editors. This situation leads the author to the conclusion that the professional media ethos, the idea of corporate solidarity of journalists in traditional media, suffers a crisis. Journalism, focused on ethical rules and humanitarian values, is leaving these media sites to be reborn in other formats.*

*Key words: information conflicts, corporate solidarity of journalists, media ethics, media ethos.*

#### *Литература:*

1. Профессиональная этика журналиста: Документы и справочные материалы / Под ред. Ю.В. Казакова. – М.: Медея, 2004. – 480 с.
2. СМИ в меняющейся России / Под ред. Е.Л.Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 336 с.
3. Шайхитдинова С.К. Медиаэтика: учеб. пособие. – Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2007. – 80 с.
4. Общественная коллегия по жалобам на прессу. – URL: <http://www.presscouncil.ru/> (Время посещения: 1.10.2017).
5. Геннадий Спиринов: «У государства забрали 12 миллионов рублей». – URL: <https://karel.mk.ru/articles/2016/08/24/gennadiy-spirin-u-gosudarstva-zabrali-12-millionov-rublej.html>
6. Что связывает “европейца” Николая Полторацкого с “Mein Kampf”? “Европейская” реабилитация фашистской оккупации». – URL: <https://chr.mk.ru/articles/2017/08/15/cto-svyazyvaet-evropeysa-nikolaya-poltorackogo-s-meine-kampf.html>
7. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения / Пер.с англ. – М.: Логос, 2000. – 448 с.
8. Барт Р. Семиотика. Поэтика / Пер.с фр. – М.: Прогресс, 1994. – 616 с.
9. Розин В. Семиотические исследования. – М.: Университетская книга, 2001. – 256 с.
10. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. – М.: Вузовская книга МПСИ, 2003. – 496 с.
11. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 592 с.