

*Abisheva Vera Tukenovna, the Karaganda State University
of the name of academician E. A. Buketov,
Doctor of Philological Sciences, Professor
E-mail: vera.abisheva@mail.ru*

*Абишева Вера Тукеновна,
Карагандинский государственный университет
им. академика Е. А. Букетова,
Доктор филологических наук, профессор
E-mail: vera.abisheva@mail.ru*

Chapter 1. Responsibility of a journalist in the era of globalization

Глава 1. Ответственность журналиста в эпоху глобализации

Введение

В эпоху глобализации информация стала решающим стратегическим фактором во всех сферах человеческой жизни. Роль журналистской профессии значительно повышается в условиях социального, политического, идеологического, научного плюрализма систем, в процессе становления информационного общества. В этой связи представляется важным с позиций избранного аспекта проблемы рассмотреть как одно из ключевых понятий журналистики — проблему ответственности создателя медиатекста.

Актуальность темы исследования обусловлена изменениями, связанными с проблемами демократизации общества. Развитие рыночных отношений в информационном пространстве республики, трансформация средств массовой коммуникации, перемены в технологии и условиях создания информационного продукта, безусловно, не могут не отразиться на композиционно-стилистическом, лексико-семантическом, идейно-тематическом и других аспектах журналистского произведения. Возможность свободного выбора при разнообразной палитре новостей предопределила появление в СМИ острого тем, повлекла за собой необходимость соблюдения чётких нравственных ориентиров. Злободневными становятся вопросы толерантности, формирования высокой правовой, речевой культуры. Всё это требует от автора аналитического мышления, умения адекватно оценивать факты и делать выводы.

Гипотеза исследования: если практическая деятельность создателей СМИ, условия формирования деонтологической готовности журналистов будут основаны на совокупности необходимых теоретических и практических знаний, умений и навыков, направленных на становление соответствующего профессиональному

долгу самосознания, то это повысит качество, действенность и эффективность журналистских произведений.

Основная часть

1. О профессиональном долге журналиста с позиции деонтологии

Интерес деонтологии журналистики как научной концепции на постсоветском пространстве появился последние десятилетия. Учёные выделяют различные грани этой многоаспектной проблемы. Я. Н. Засурский акцентирует внимание на правах, обязанностях, журналиста в изменяющемся мире, на вопросах, связанных, прежде всего, с осознанием и реализацией принятых законов. Такой подход предполагает интерпретацию деонтологии на границах законодательства и этики. Б. Н. Лозовский рассматривает деонтологию как «систему требований, норм, принципов должного профессионального поведения журналиста; свод правовых и этических норм ответственного поведения работников СМИ»¹. По мнению В. М. Кукушина, эта научная дисциплина явилась ответом на потребность в системе научных знаний о долге и нормах должного поведения людей в реальной общественной практике². Представляют несомненный интерес исследования С. Г. Корконосенко, С. К. Шайхитдиновой и других учёных, показавших внутреннюю связь деонтологии с правом и этикой в теории и журналистской практике. Разные стороны исследуемого вопроса освещены в научных трудах зарубежных учёных, так называемого дальнего зарубежья. Ряд исследователей (К. Кристенс, М. Трейбер, К. Норденстрем) связывает деонтологию с системой этических норм, объясняя внутреннюю связь деонтологии с этикой тем, что понятия долг, справедливость, совесть и честь, представление о добре и зле, наконец, счастье и смысл жизни есть категории этические. По мнению таких американских учёных, как Д. Рэндалл, Э. Ламбет, Д. Мэррил, Э. Дэннис и др., основная ценность многочисленных исследований в данном направлении в контексте общемировых тенденций и перспектив заключается в детальном анализе нестандартных ситуаций морального выбора, с которыми сталкивались те или иные журналисты при подготовке конкретных публикаций. Как утверждают казахстанские исследователи Г. М. Кертаева и М. Х. Рахимжанова, «интерес к деонтологии журналистики на постсоветском пространстве закономерно возник с повышением интереса к журналистской этике. В какой-то мере, надо признать, это основы профессиональной состоятельности журналиста»³.

¹ Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Изд. Уральского ун-та, 2004. - С. 52.

² Кукушин В. М. Полицейская деонтология. М., 1994. - С. 21.

³ Кертаева Г. М., Рахимжанова М. Х. В поисках стандартов совести // Вестник ПГУ. Серия

Подчёркивая отсутствие в странах СНГ серьёзных изысканий по данной проблеме, российский учёный Е. П. Прохоров в ряде научных трудов неоднократно отмечает, что пока идёт «сбор материала», а «деонтология рассматривается то в связи с одной из сфер нормотворчества и нормоприменения (или этики, или права и т. д.), то применительно ко всей совокупности норм (этика + право + ...), то как область «на стыке» разных норм (в частности, этики и права)¹. С ним солидарен и другой учёный Е. А. Вагнер: «Этико-деонтологические аспекты пока освещены в литературе относительно мало и не имеют достаточно строгой регламентации»². Я. Н. Засурский также считает, что «сегодня нужны обобщающие исследования СМИ, в условиях изменения общественно-политической системы, перехода к рыночным отношениям»³.

Констатируя малоизученность вопроса на постсоветском пространстве, говоря о необходимости комплексной теоретической разработки проблемы деонтологии применительно к журналистской науке, ученые единодушно подчёркивают, что любые попытки исследования в разных аспектах, даже частичные, импульсивные, интуитивные, содержат крупницы знания. И, безусловно, требуют сбора, тщательного анализа и систематизации материала. Само понятие нуждается в значительной разработке. На наш взгляд, широкий диапазон мнений о журналистской деонтологии связан с многоаспектностью и недостаточной разработанностью положений молодой науки, отсутствием определенной систематизации знаний и глубоких обоснований, учитывая, что понятие «журналистская деонтология» только начинает приживаться в научной среде. Представляется, что в ответ на требования жизни термин должен получить новое наполнение.

Профессор Прохоров рассматривает деонтологию как «совокупность «обслуживающих» журналистский долг обязанностей и норм их выполнения вне зависимости от их осознания, как некоей системы категорических императивов журналистского поведения, заданных природой СМИ, действующих в той или иной ситуации»⁴. В другой научной работе он расширяет трактовку понятия: «Деонтология — система представлений, характеризующая профессиональный долг журналиста (как в других областях — медика, юриста, бизнесмена, служителя

филологическая. -2010. -№ 3. – С. 65.

¹ Прохоров Е. П. Журналистская деонтология: итоги, проблемы, перспективы // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика», 1997. - № 1. – С. 47.

² Деонтология в медицине: В 2-х т. Т. 1. Общая деонтология/Белорусов Р. С., Бочков Н. П., Бунятян А. А./Под ред. Б. В. Петровского; АМН СССР. - М.: Медицина, 1988. – С. 164.

³ Засурский Я. Н. Роль СМИ в обществе // Вестник МГУ, 1995. - № 2. – С. 3–4.

⁴ Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. - М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. - 296 с.-М., 2004. – С. 96.

правопорядка и т. д., где профессиональная деятельность связана с широким общением с людьми) по всему спектру его свойств, проявляющихся в творческой деятельности. Само вступление в журналистский корпус предполагает, что он принимает на себя широчайший круг обязанностей¹. Учёный связывает термин с общей проблемой должностования, изучаемой молодой наукой и предлагает использовать его довольно широко: и применительно к «полю должностований», и для обозначения «науки о системе должностований», и для описания «совокупности норм», действующих в сфере СМИ.

Согласно выдвинутой им концепции, деонтология может мыслиться как широкая система норм, определяющая характер выполнения информационной политики (национальной, государственной и пр.) в сфере СМИ. В предпринятом нами исследовании за основу взята формула, предложенная профессором Прохоровым, для определения концепции журналистской деонтологии:

«а) деонтология = этика;

б) деонтология = право;

в) деонтология = право = этика;

г) деонтология = право + этика = все другие нормы, обеспечивающие эффективное выполнение оптимально сформированной информационной политики»².

Излагая свою гипотезу, Е. П. Прохоров пояснял, что она требует развития и дальнейшей серьёзной разработки, т. к. необходима целостная система различных норм, обеспечивающих выполнение всего объёма обязанностей, рассматриваемых как профессиональный долг. Возможность осуществления этого принципа, безусловно, основывается не только на осознании журналистами высокой роли в обществе, не только на повышении ими этической и правовой культуры, но и на обеспечении наибольшего эффекта в достижении поставленных коммуникативных задач. Чтобы журналистское произведение стало действенным и результативным, чрезвычайно важен высокий уровень культуры речи создателя текста. При этом высокие требования должны предъявляться как к содержательной стороне деятельности, так и к форме изложения материалов.

В этой связи с целью развития концепции журналистской деонтологии представляется целесообразным продолжить предложенную учёным формулу: *деонтология = право + этика = все другие нормы*, включив в понятие «другие нормы» один из аспектов: ... + *речевая ответственность журналиста, речевые нормы*, который может стать принципиально существенным звеном в «целостной системе».

¹ Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. - М.: Изд. РИП-холдинг, 2002. - С. 296.

² Прохоров Е. П. Журналистская деонтология: итоги, проблемы, перспективы // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика», 1997. - № 1. - С. 29.

Обоснованием может служить факт, что результативность журналистского произведения зависит также от умения правильно, ясно, точно, логично выразить свои мысли, привлечь внимание, воздействовать на адресата с целью достижения коммуникативных задач. Как известно, речь журналиста — это своеобразная характеристика профессиональной пригодности, отражение не только уровня его личной культуры, но и уровня культуры того средства массовой информации, в котором работает. Следовательно, с учётом наиболее существенных закономерностей развития современных СМИ и того факта, что право, этика, культура, в том числе, речевая, активно взаимодействуют друг с другом в массово-информационной сфере, структура журналистской деонтологии может быть представлена как синтез равнозначных аспектов, обеспечивающих эффективное выполнение концепций оптимально сформированной информационной политики:

— правового, который предполагает осмысление норм действующего законодательства в сфере средств массовой коммуникации и ответственности журналиста за их соблюдение;

— этического, который связан многочисленными контактами журналиста, с его взаимодействием с разными группами лиц при подготовке к творческому процессу, а также с технологической стадией процесса;

— вербального, который возникает в процессе общения журналиста с адресатом, а также с последующим литературным оформлением собранного фактического материала и характером используемых для этой цели понятий и образов, лексических, стилистических, композиционных средств.

Таким образом, принцип речевой ответственности, равно как и принцип социальной ответственности, анализируется в данной работе в аспекте деонтологии как идеальной регулятор деятельности СМИ и одно из главных условий эффективности медиатекста. В этой связи деонтологию, представляя практическую её сторону, можно рассматривать как свод норм, правил, позволяющих осуществлять «контроль качества» средств массовой информации и способствующих ответственному выполнению журналистами концепций информационной политики, которая призвана помочь наилучшему исполнению ими профессионального долга. В то же время деонтология заявляет о себе как наука, приобретающая новое и более качественное содержание. Она предлагает систематизированные знания о предъявляемых профессией требованиях и соответственно обязанностях и правах профессионала, необходимых для успешной деятельности, а также способствует осознанию характера нравственных ценностей. Здесь методологические аспекты науки переплетаются с идейно-этическими, эстетическими, интеллектуальными. При таком взгляде на учение предметом данной науки оказываются также ценностные качества, свойства, непосредственно связанные с мировоззрением, социальной, политической и гуманистической ориентацией объекта и субъекта.

Появившаяся почти два столетия назад благодаря Джереми Бентону, деонтология в последние десятилетия выдвигается в ряды одной из самых актуальных дисциплин в журналистике. Анализ особенностей молодой, динамично развивающейся науки, с какой бы профессией она не была связана, позволяет заметить, что для неё характерны две составляющие. Одна предполагает глубокие познания в конкретной сфере, компетентность специалиста, чёткое знание основных положений нормативных документов, касающихся его профессиональной деятельности и регламентирующих его поведение как профессионала. Другая свидетельствует об моральных качествах адресата.

Необходимость разработки этого учения становится всё более ощутимой злободневной в процессе формирования информационного общества. Право, этика, культура речи не просто сосуществуют в массово-информационной сфере, они активно взаимодействуют друг с другом. В результате складывается система норм и принципов, основными функциями которой являются регулирование поведения участников массово-информационного процесса, их защита и самозащита, согласование практики СМИ с интересами общества и граждан.

2. Текст как продукт речевой деятельности журналиста

Профессиональная ответственность создателя медиатекста предполагает гарантию качественного исполнения профессионального долга и умение изыскивать возможности для этого в любых обстоятельствах. Нормативно-правовая база функционирования средств массовой коммуникации, сложившаяся в республике Казахстан, создаёт благоприятные условия для их активного и социально полезного взаимодействия с внешней средой. В то же время практика свидетельствует о том, что конкуренция в СМИ, порой не всегда высокий уровень правового сознания и юридической культуры, недостаточная компетентность отдельных сотрудников приводят к пробелам в правовом регулировании информационных процессов. Нарушения правовых и этических норм в условиях демократизации общества и перехода к рыночным отношениям, связанные с массово-информационной деятельностью, констатируют многие как зарубежные, так и отечественные исследователи.

Говорить публично — «это большой и благородный риск»¹. В большей степени это касается медиаречи, где каждый «знак может быть неверно истолкован; знак может служить средством обмана»². Таким образом, «любой медиатекст, содержащий те или иные утверждения о каком-то лице или организации, может в принципе быть спорен в судебном порядке»³, если журналист не будет стараться соблюдать меры предосторожности и сознательно избегать «зоны риска».

¹ Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М.: Лабиринт, 1994. – С. 49.

² Там же. – С. 50.

³ Понятия чести, достоинства и деловой репутации: Спорные тексты СМИ и проблемы

В разных странах уголовными гражданским законодательством учитывается целый ряд так называемых «типично журналистских» правонарушений. Анализ показывает, что причина многих из них заключается в неадекватном использовании продукта речевой деятельности журналиста, каковыми являются тексты СМИ. Первой в Казахстане попыткой проанализировать вопросы политкорректности при освещении в средствах массовой информации важнейших проблем жизни общества, в первую очередь, межнациональных, межконфессиональных и других отношений стала работа «Политкорректность в СМИ Казахстана: поиск гармонии» коллектива авторов — Р. Карымсаковой, Ж. Амировой, С. Жусупова и др.

Как свидетельствуют авторы, к сожалению, из года в год не уменьшается количество поступлений в суды исков от юридических лиц граждан, которые считают, что в средствах массовой информации содержатся сведения, затрагивающие их честь и достоинство, а также деловую репутацию. В связи с этим в каждом конкретном случае возникает необходимость исследовать текст и определить, соответствуют ли действительности содержащиеся в нем сведения, наносят ли они вред чести, достоинству и деловой репутации; допустимо ли распространение таких сведений в свободной дискуссии и возможно ли их опровержение по суду; есть ли вероятность недоведения конфликта до суда.

Информационные споры имеют юридическую природу и относятся к категории юридического или правового конфликта, поскольку в основе любого информационного спора лежит нарушение публичного или частного права. Сам спор связан с правовыми отношениями сторон, если хотя бы один из его элементов обладает правовыми признаками, а конфликт влечет юридические последствия. Наука конфликтология определяет конфликт как «проявление объективных или субъективных противоречий, выражающихся в противоборстве сторон»¹. Под конфликтом в данной работе понимается явление, заключающееся в столкновении противоположных взглядов, мнений, убеждений, намерений адресата и адресанта.

Средой реализации социального конфликта в массово-коммуникационной сфере становится язык. Неточное слово автора, домысливание имописываемой ситуации, искажение факта или мысли интервьюируемого может стать источником юридических коллизий, поскольку речевой акт — это действие с такими же последствиями, как и другие деяния, подпадающие под правовое регулирование. К возникновению конфликтных ситуаций, к перерастанию её в реальный конфликт приводят конфликтогены. В качестве информационного сопровождения конфликта могут выступать провоцирующие его слова, жесты, выражения, оценки, суждения, способные привести к спорной ситуации и к её трансформации

их анализа и оценки юристами и лингвистами. Изд. 2-е, перераб. и доп. Под ред. А. К. Симонова и М. В. Горбаневского. - М.: Медя, 2004. - С. 60–61.

¹ Дмитриев А. В. Конфликтология. Учебник. - 4 изд., перераб. - М.: Альфа-М. - 2013. - С. 59.

в реальное конфликтное поведение. Отдельные из них могут входить в состав уголовно наказуемых деяний: клеветы, оскорбления, возбуждения социальной, национальной, родовой, расовой, религиозной вражды или розни, оскорбления национальной чести и достоинства либо религиозных чувств граждан, также, как и пропаганды исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их отношения к религии и др.

Характерно, что никаких других источников доказательства правонарушения, если оно зафиксировано, по делам этой категории не существует. В большинстве случаев состав деяния заключён в самом тексте, то есть, реализован посредством продуктов вербальной деятельности. Текст является основным предметом изучения юридической оценки таких дел, что, безусловно, представляет значительные сложности для судей. В связи с этим одним из наиболее эффективных механизмов разрешения информационных споров является привлечение лингвистов-экспертов для анализа и компетентного заключения относительно спорного текста.

Лингвистический анализ спорного материала — это основной способ выявления словесных конструкций и языковых единиц, которые подпадают или не подпадают под признаки правонарушения, предусмотренного законодательной нормой. Специфика такого исследования заключается в том, что в отличие от собственно лингвистического анализа и описания, например, художественного текста, где целью лингвиста является решение научных проблем, лингвист-эксперт спорного текста решает сугубо прикладную задачу. При этом оценка, как точка зрения специалиста, изучавшего текст, не всегда бывает бесспорной. Это объяснимо, поскольку каждый текст индивидуален. Поэтому в отдельных случаях для выявления истины требуются заключения нескольких экспертов. Изучение и разбор конфликтных ситуаций, с которыми приходилось сталкиваться при проведении лингвистического анализа спорных текстов, показал, что чаще всего начинающие авторы не чувствуют ответственности перед героем публикации, пока не получают претензию от гражданина или от юридического лица. В процессе работы над материалом они, как правило, не задумываются о том, что могут нарушить какие-либо нормы.

Так, основанием для судебного иска со стороны юридического лица одному из отечественных телеканалов послужила фраза: «Карагандинцы вновь попадают на удочку мошенников, предлагающих путевки за границу». Безусловный конфликтоген — слово «мошенник». В УК РК «Мошенничество» (Статья 177) квалифицируется как «... хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием...». С точки зрения интересов общества (или его большинства) деятельность описываемой организации представлена как неправомочная, нарушающая права граждан, допу-

скающая негативные занятия, поступки, поведение кого-либо. В связи с чем предусмотрено наказание. В ходе следствия выяснилось, что журналист, используя данную лексику, не предполагал подобного поворота событий.

Поводом для судебного разбирательства по иску о защите чести и достоинства жительницы города Темиртау Надежды Щербаковой послужила статья, опубликованная в газете «Темиртауский рабочий» «Осторожно, полицейский!». В публикации говорилось о плановом рейде, проведенном полицейскими совместно с представителями городских средств массовой информации по квартирам неблагополучных семей. Н. Щербакова предъявила претензии к журналисту, позволившему себе употребить фразу: «Дверь открыла *подвыпившая мадам*». По её словам, в день рейда спиртное она не употребляла. Истица в своем заявлении просила суд обязать газету опубликовать опровержение и взыскать с редакции газеты в её пользу в качестве моральной компенсации за унижение чести и достоинства, деловой репутации и за нарушение конституционных прав 500 тысяч тенге. Выслушав доводы обеих сторон, карагандинский областной суд взыскал с редакции газеты 30 тысяч тенге в счет возмещения морального вреда пострадавшей. Подобные примеры известны в журналистской практике.

Одна из причин возникновения информационных споров — низкий уровень правовой грамотности отдельных журналистов. Практика показывает, что основанием спорных ситуаций в медийной сфере может служить понятное желание создателя текста, особенно начинающего, быть оригинальным, непохожим на других, его стремление заявить о своей творческой индивидуальности, чтобы, прочитав его материал в газете, услышав его в эфире, аудитория бы узнала и запомнила имя автора. Так, причиной конфликтной ситуации между ТОО «РКЦ» и редакцией городской газеты «Взгляд» стала статья, где работник этой организации, занимающийся сбором платежей за холодную воду и канализацию, назван «*мальчиком по вызову*». Если учесть, что это словосочетание в определённой среде используется как эвфемизм, вуалирующий определённый род занятий, то можно понять недовольство персонажей публикации.

В ряде случаев информационные конфликты возникают в результате недостаточной компетентности, низкого профессионального уровня пишущего, порой просто из-за небрежного, легкомысленного обращения с языком, неспособности или отсутствия времени найти безупречную словесную форму выражения нужной мысли и её эмоциональной окраски. Композиционным приёмом подобного рода материалов становится знакомое многим современным читателям, телезрителям, радиослушателю обыгрывание сенсации в тексте повествования с непременно внушением адресату состояния аффекта — страха, испуга, отчаяния и т. д.

Рассмотрим пример. «Игрушки из яда» — таково название статьи в популярном еженедельнике «Авитрек-регион». Заголовок на самом деле пугающий.

Журналист пишет: «Устрашающие факты выявила экспертиза детских игрушек — четвертая часть из общего числа реализуемых в Караганде кукол, собачек, мишек и кисок отравлена ядом, поражающим нервную и опорно-двигательную систему... Те игрушки, которые мы обследовали, содержат химические яды сверх нормы. Это не катастрофа, но это очень плохо», — такие выводы делает заместитель заведующего токсикологической лаборатории Центра санэкспертизы А. Т.». Неадекватный выбор слов при создании текста мог стать причиной нагнетания паники среди населения. Возможно, недостаток лексического запаса не позволяет автору точно и объективно описать событие. Во-первых, сочетание «изяда» должно означать, что предметы сделаны, то есть полностью состоят из вещества, вызывающего отравление. Такого быть не может.

Во-вторых, автор пишет: «четвертая часть из общего числа ... отравлена ядом». Кратко страдательное причастие «отравлена» образовано от глагола «отравить», который означает: «1. Дав яд, убить; причинить кому-н. вред чем-то ядовитым. 2. Примешать к чему-н. отраву»¹. Этой цели у производителей игрушек тоже не было. Журналист не задумывался о том, что явно затрагивает их деловую репутацию, чуть ли не обвиняя в умышленном деянии, не подозревая этого.

В-третьих, словам эксперта в том виде, как их подают в тексте — «... содержат химические яды *сверх нормы*» — читатель тоже верить не может. Возможно ли представить, что существует какое-то нормирование яда, чего бы это ни касалось — игрушек или другого товара или продукта.

Таким образом, социально значимый текст, поднимающий на самом деле большую и чрезвычайно важную проблему, не вызывает доверия у читателя, в связи с тем, что подан неадекватно и некорректно. Хотя журналисты коллегу понять могут. Если бы газета написала просто, что для придания игрушке товарного вида производители добавили чрезмерную дозу вредных красителей, — это была бы лишняя информация, на которую можно было бы и не обратить внимания. А в опубликованном виде материал приобрёл элементы сенсационности.

Возможно, невникая в смысл слов, которые использует, и, похоже, не задумываясь о последствиях, уверенно пишет статью и другой журналист, где позволяет себе такие фразы: «На прошлой неделе прокуроры рассказали, кто отравил школьников в СШ № 25. Отравили их кухарботники школы».

Чаще всего основанием при огласке сведений сенсационного характера журналисты ссылаются на общественный интерес. Тем не менее, авторы должны чувствовать ответственность за объективность и корректность текстов, пред-

¹ Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова - 4-е изд., доп. - М.: Азбуковник, 1999. - С. 478.

ставляемых на публичное обозрение. Поскольку от достоверности фактов, от их правильной оценки в значительной мере зависит эффективность идейности журналистского произведения.

Как свидетельствует практика, языковой конфликт интерпретаций в медийной сфере в аспекте разграничения событийной и оценочной информации чаще возникает в популярных еженедельниках для массового читателя. Отдельные искивые заявления в суд о защите чести, достоинства и деловой репутации граждан порой оказываются необоснованными в силу субъективного восприятия публикации заявителями. Отчасти этому способствуют некоторые особенности публицистического стиля: экспрессивность, социальная оценочность, выразительные эпитеты, метафоры, оригинальные сравнения, кавычки как способ непрямого выражения оценки и другие. Имеются примеры судебных запросов, связанных с вариациями индивидуального осмысления отдельных слов, фраз или текстов в целом персонажами материалов СМИ. Вербальные действия автора определяют реакцию на опубликованный материал адресата, считающего себя оскорблённым. Речь идёт об имплицитной информации, то есть о домысливании, интерпретации текста читателем. Любой адресант может «вычитать» в тексте смыслы, которые соответствуют его ментальным установкам. Известен факт, когда «хозяин» супермаркета в г. Караганда выиграл судебное дело, подав суд на журналиста и городскую газету «Взгляд», где появился материал об открывшемся большом магазине, имеющем своеобразную геометрическую форму. Заявитель по фамилии Сундуковский счёл оскорблением то, что материалу дали название «Сундук в центре города». Безусловно, журналист обязан предвидеть последствия своих слов — письменных и устных, иначе они могут оказаться тем ветром, который вызовет бурю.

Казахстанская практика разрешения конфликтных ситуаций в сфере СМИ испытывает в настоящее время недостаток в компетентных экспертах-лингвистах. Ощущается необходимость в научном обеспечении этой прикладной отрасли гуманитарного знания. *Сегодня, когда информация является решающим стратегическим фактором во всех сферах человеческой деятельности, обязательным условием успешной работы людей, профессия которых связана с повышенной речевой ответственностью, должны быть основательные знания в области речевой коммуникации.* Сотруднику СМИ необходимы хотя бы общие знания в области судебной экспертизы спорного текста как лингвистического феномена, непосредственно связанного с функционированием языка в юридической сфере. В этой связи представляется целесообразным давать будущим журналистам ещё на этапе обучения журналистской профессии в вузах знания методики по обеспечению разбора информационных споров, конфликтных ситуаций, экспертно-лингвистическому мониторингу текстов СМК.

Заключение

Новые информационные технологии вносят радикальные изменения в существующую картину мира. Интенсивное развитие средств массовой коммуникации, компьютеризация, глобализация в области информационного пространства, несомненно, оказывают огромное влияние на современные тенденции развития медиатекста, не могут не отражаться на формировании новых способов речевого общения, на условиях создания и восприятия вербальных текстов. При самых «продвинутых» медиатеchnологиях непреходящую ценность сегодня, как и в прошлых веках, имеют профессионализм и категории нравственности, которые великие мыслители и просветители всех времён и народов предложили положить в основу коммуникации, такие как долг, ответственность, честность, добросовестность и т. д. Деонтологические нормы превращаются в существенный фактор творческой деятельности, позволяя ориентироваться в сложных, нестандартных ситуациях.

Для журналиста на первое место выдвигается ответственность перед обществом не только за полноту осведомления аудитории относительно происходящего в мире, за достоверность фактов и систему даваемых оценок и выводов, но и за формирование высокой языковой культуры, его коммуникативную компетентность как основу профессионализма.

В своём выступлении на XI Евразийском медиа-форуме 25 апреля 2013 года Президент Республики Казахстан Н. А. Назарбаев подчеркнул значимость масс-медиа в XXI веке как важного фактора укрепления единства общества, обеспечения уверенного движения нашей страны по дороге прогресса: «В целом, повышение роли медиасферы ведёт к рождению новых СМИ, которые я бы назвал «средствами массовых инноваций», формирующими высокие стандарты развития не только в экономике, но и политике, социальной жизни, духовно-нравственном состоянии общества. В этом я вижу главную миссию и национальных, и глобальных масс-медиа в XXI веке».

Список литературы:

1. Засурский Я. Н. Деонтология журналистики. Свобода, экономика, этика. / Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. – М.: Изд-во МГУ, 2002. – № 4.
2. Засурский Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2007. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 560 с.
3. Засурский Я. Н. Нет запретных тем – есть запрещённые приёмы // Журналист. – М., 2004. – № 10.
4. Лозовский Б. Н. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. – Екатеринбург: Изд. Уральского ун-та, 2004. – 116 с.

5. Кукушин В. М. Полицейская деонтология. М., 1994.
6. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М: Аспект Пресс, 2004. – 287 с.
7. Шайхитдинова С. К. Гносеология медиаэтики: организационная культура или «голос совести»? // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика, 2002. – № 4.
8. Кертаева Г. М., Рахимжанова М. Х. В поисках стандартов совести // Вестник ПГУ. Серия филологическая. – 2010. – № 3.
9. Прохоров Е. П. Журналистская деонтология: итоги, проблемы, перспективы // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика», 1997. – № 1.
10. Деонтология в медицине: В 2-х т. Т. 1. Общая деонтология / Белорусов Р. С., Бочков Н. П., Бунятян А. А. / Под ред. Б. В. Петровского; АМН СССР. – М.: Медицина, 1988. – 352 с.
11. Засурский Я. Н. Роль СМИ в обществе // Вестник МГУ, 1995. – № 2.
12. Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. – М.: Изд-во РИП-холдинг, 2001. – 296 с. – М., 2004.
13. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. – М.: Изд. РИП-холдинг, 2002. – 332 с.
14. Розеншток-Хюсси О. Речь и действительность. М.: Лабиринт, 1994.
15. Понятия чести, достоинства и деловой репутации: Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами и лингвистами. Изд. 2-е, перераб. и доп. Под ред. А. К. Симонова и М. В. Горбаневского. – М.: Медя, 2004.
16. Политкорректность в СМИ Казахстана: поиск гармонии – Алматы: Әділ сөз, 2007. – 456 с.
17. Дмитриев А. В. Конфликтология. Учебник. – 4 изд., перераб. – М.: Альфа-М.-2013.
18. <http://juvencourt.kz/ru/uk-rk-statya-177-moshennichestvo.html>.
19. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
20. http://akorda.kz/ru/page/page_213678_vystuplenie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-a-nazarbaeva-na-xi-evraziiskom-media-forume