УДК 001.174
DOI

Дерябкина В.Д.
студент 2 курса
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
Россия, Санкт-Петербург

ФЕНОМЕН ЖЕЛТОЙ ПРЕССЫ, ПРОТИВОРЕЧАЩИЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ЭТИКЕ

Аннотация. *Статья посвящена феномену желтой прессы, который распространяется в медийном пространстве вопреки кодексу журналистской этики. Несмотря на такое противоречие нормам, «жёлтые» издания пользуются популярностью. В статье проведен анализ данного явления и исследованы основные причины его востребованности.*

Ключевые слова: *этика, мораль, журналистская этика, «желтая пресса», проблемы журналистской этики.*

Deryabkina V.D.
2nd year student
Higher School of Journalism and Mass Communications
Saint Petersburg State University
Russia, Saint Petersburg

THE PHENOMENON OF THE YELLOW PRESS, CONTRARY TO JOURNALISTIC ETHICS

Annotation. *The article is devoted to the phenomenon of the yellow press, which is spreading in the media space contrary to the code of journalistic ethics. Despite such a contradiction to the norms, "yellow" publications are popular. The article analyzes this phenomenon and examines the main reasons for its relevance.*

Keywords: *ethics, morality, journalistic ethics, "yellow press", problems of journalistic ethics.*

Этика, в соответствии со словарем С. И. Ожегова – это совокупность норм поведения, используемых представителями определенной социальной группы. Так, каждой профессии присущ собственный этический кодекс, который основан на ведущих аспектах той или иной работы. У журналистов есть свой этический кодекс, согласуясь с которым, автор материалов должен нести в мир только правду, уважать авторские права и выполнять прочие требования, описанные в Кодексе профессиональной этики российского

https://wordlyknowledge.uz

журналиста Союза журналистов России. Этот документ был принят Конгрессом журналистов России 23 июня 1994 года и до сих пор не утратил своей силы. Однако важно отметить, что юридической силы он не несет и подразумевает следование ему на нравственных началах журналиста.

Понятие журналистской этики напрямую связано с понятием морали, которая в работе представителей этой профессии используется как инструмент. При привлечении в тексты описания происходящего журналисты опираются на уже выработанные в обществе критерии нравственности. В своих материалах авторы рассказывают о нравах общества, нравственных проблемах, то есть транслируют нормы морали читателям. Исходя из этих суждений, каждый журналист должен являться носителем моральной установки и в положительном ключе влиять на поведение читателей его текста.

При более тщательном исследовании Кодекса профессиональной этики журналиста и свода законов Российской Федерации формируется свод канонов, следуя которым журналисты смогут выпускать общественно полезные и никому не вредящие тексты.

Однако в реальности этим правилам следуют далеко не все редакции. Одним из проявлений журналистики, которое не действует в рамках, ограниченных кодексом этики журналиста, является «желтая» пресса. Несмотря на факт абсолютной аморальности, именно такие издания являются одними из самых читаемых. Представители «желтых» изданий проявляют нездоровый интерес к теме смерти, зачастую, в аномальных обстоятельствах, а также к личным жизням героев материалов.

Работа журналиста по сути своей является коммуникативным актом между автором материала и его читателем. В текстах журналисты не делятся своей позицией напрямую, а лишь транслируют мнение героев материала, дополняя его аргументами как за, так и против, зачастую тоже в форме цитат. Такой подход делает прочтение материала более похожим на диалог между адресантом и адресатом, в процессе которого формируется собственное мнение. В случае материалов «желтого» издания коммуникативный акт нарушается по причине того, что журналист оставляет слишком много себя в тексте, подавляя своим или выраженным редакцией мнением саму суть материала. Таким образом факт пропадает, а читатель получает красивое, но не правдоподобное знание о ситуации.

Несмотря на это и вопреки примитивному оформлению «желтых» статей, они пользуются популярностью у аудитории. Причиной тому низкая цена доступа, видимая высокая насыщенность информацией, доходчивое изложение материала и наличие, зачастую, провокационных изображений. Интерес читателей возбуждается и за счет сенсационности новостей, которые, в большинстве случаев, оказываются ложными.

https://wordlyknowledge.uz

Также на широкое распространение «желтых» изданий среди массовой аудитории повлиял «эскейпизм» - стремление избежать стрессов и проблем в реальной жизни, бегство от реальности.

Вопреки нормам журналистской этики и морали «жёлтая» пресса будет продолжать выходить и занимать свою нишу в обществе, потому что подобные издания пользуются спросом, основанным на типичных для человека чувствах и желаниях.

Использованные источники:

1. Маркарян Э С. Теория культуры и современная наука. М., 1983. С. 114–132.
2. Лазутина Г. Журналистика и массовые информационные потоки//Журналист. 1997. № 7. С. 62–64.
3. Сазонов Е. А. «Желтая» пресса в контексте развития печати XX века (социокультурный аспект). Воронеж, 2004. С. 3-15.
4. Лагутина О. В. Массовая, «жёлтая», бульварная пресса: к вопросу разграничения понятий // Известия ЮЗГУ. Серия Лингвистика и педагогика, 2013. — № 2. — С. 7-15.

WORDLY
KNOWLEDGE

https://wordlyknowledge.uz