

профессиональной этики регулирует и защищает НСК (Нихон Синбун Кийокай) – Ассоциация издателей и редакторов газет Японии. Само собой разумеется, что кодексы профессиональной этики объединяют общие концепции статуса журналиста в обществе, его функции, цели и задачи, а именно: отыскивать и публиковать информацию вместо слухов и измышлений; сопротивляться правительственному контролю или вовсе избегать его, информировать и таким образом предоставлять больше возможности избирателям, ниспровергать тех, чья власть основана на предоставлении обществу недостаточного количества информации, тщательно расследовать действия и бездействие правительства, избираемых представителей и государственных ведомств, тщательно исследовать мир бизнеса, отношение к рабочим и покупателям и качество продукции, работать на торжество правосудия, демонстрируя его победы и расследуя его поражения, содействовать свободному обмену идеями, быть беспристрастным к осмыслению фактов, событий, сообщений и идей, не использовать свое положение в собственных интересах, не вмешиваться в личную жизнь и т. д.

Таким образом, сфера охвата профессиональной этики оказывается гораздо шире чем это предусматривается нормами правовых кодексов. Более того, профессиональная этика важна главным образом как сложный комплекс и моральных ценностей, определяющих решение журналиста в различных ситуациях и затруднительных положениях, с которыми он сталкивается в своей профессиональной деятельности. Ведь этические проблемы в журналистской работе возникают на каждом шагу, потому что каждая проблема, с которой он сталкивается, уникальна и неповторима.

Елена Кононова

Белорусский государственный университет

«ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛИЗМ» ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ

Явление персонального или индивидуального журнализма на протяжении многих веков отражало построение информационного процесса и деятельность его организаторов. «Новый журнализм», окончательно сформировавшийся в XIX веке, внес свои коррективы. Сегодня мы наблюдаем изменения, касающиеся персонификации в современном значении. Каковы черты нового персонального журнализма и на что следует обратить

внимание при подготовке профессионалов? Этот вопрос, при известной поправке на футурологические фантазии, остается проблемным.

Прежде всего, следует констатировать факт, что использование новейших коммуникационных технологий существенно влияет на информационный процесс. Сетевые средства информации в скором времени будут выделяться не только доступностью и возможностью интерактивного вмешательства. На основании определенной методики комплексная электронная система сможет безошибочно определять интересы, привычки, устремления, уровень интеллекта реципиента. Компьютер должен построить персонафицированную виртуальную модель конкретного читателя и учитывать ее параметры для подбора информации.

В обозримом будущем мир будет опутан внушительной сетью волоконно-оптических кабелей, по которым будет поставляться информация, и каждый человек будет иметь возможность пользоваться коммуникационной инфраструктурой. Будут функционировать не 60 или 600, а 6000 и больше телевизионных каналов, по каждому из которых можно будет передать за одну минуту количество информации, эквивалентное содержанию десятка выпусков газет. В телевизионных приемниках ручка переключателя каналов будет заменена ручкой «содержание», с помощью которой будет производиться подбор программы в зависимости от политической направленности и тематического наполнения. Реклама будет подбираться каждому потребителю индивидуально, учитывая его вкусы, с максимальной эффективностью и отдачей. Основанием для подобных утверждений является неумолимый рост числа персональных компьютеров и новые достижения в цифровой демонстрационной технологии.

Модернизированная информационная деятельность предполагает определенную профессиональную подготовку, творческие инновации. По словам Кэтрин Инд, автора научных статей в «Персонал компьютер орлд», издатели начинают понимать, что экстравагантное оформление – слишком дорогое удовольствие. Производство электронной продукции в конечном итоге становится ориентированным на персонафикацию и самокупаемость. Лондонские предприятия, например, уже производят электронные газеты, имея в виду их возможную подачу на телевизионные экраны, в простых формах, включающих постоянно обновляемые образы новостей, занимательные статьи, а также разделы, рассчитанные на отдельные категории потребителя.

Гонку со временем выиграет то общество, которое сумеет научить своих граждан органично существовать в новой информационной среде.

Исследования Организации европейского экономического сотрудничества и развития подтверждают, что в XXI веке 80 % технического прогресса будет связано именно с развитием информационных технологий. Наступает эпоха техноинтегрированных производств.

Значение журналистского образования в обозримом будущем возрастет многократно. Чем полнее и шире оно будет, тем легче его обладатель сумеет приспособиться к меняющимся условиям жизни. Интернет в этом деле является надежным партнером, хорошим помощником и верным союзником именно потому, что он открывает безграничные возможности в поисках информации, необходимой для решения поставленных задач. Интернет поможет безболезненно решать насущную проблему реорганизации системы образования, превратить ее из процесса раздачи правильных ответов на все случаи жизни в процесс обучения методам, позволяющим самостоятельно найти правильный ответ.

Ягор Конєў

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ТРАНСФАРМАЦЫЯ ІНФАРМАЦЫЙНАЙ ПРАСТОРЫ КРАЇН ЦЭНТРАЛЬНАЙ І УСХОДНЯЙ ЕЎРОПЫ (пачатак 90-х гадоў XX стагоддзя)

Характарызуючы стан СМІ краін Цэнтральнай і Усходняй Еўропы, нельга абмінуць увагай радыкальны характар перамен у грамадскім жыцці дадзенага рэгіёна ў гэты перыяд. Менавіта на мяжы 80–90-х гадоў XX стагоддзя і пачынаецца перыяд эскпіцыднай і імпліцыднай *трансфармацыі*, які не завершаны і па сённяшні дзень.

Істотнай з’явай, якая паўплывала на фарміраванне новай інфармацыйнай прасторы краін Цэнтральнай і Усходняй Еўропы, стала заканадаўчая адмена дзяржаўнай цензуры і абвяшчэнне свабоды слова. Ва ўсіх краінах рэгіёна права на выданне друкаванай прадукцыі атрымалі прыватныя асобы. І гэтая акалічнасць спрыяла ўзнікненню з пачатку 1990 г. «інфармацыйнага буму». За паўгода колькасць зарэгістраваных перыядычных выданняў узрасла ў дзясяткі разоў. З’явіўся тэрмін «незалежная прэса», які падкрэсліваў нібыта незалежнасць прэсы ад дзяржаўнага ці якога іншага кантролю. Пасля правядзення ў 1990–1991 гадах у краінах Цэнтральнай і Усходняй Еўропы парламенцкіх выбараў паводле новых выбарчых кодэксаў, фарміравання кааліцыйных урадаў (Пётры Романа ў