

Научная статья

УДК 070+004.8

DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-6-47-56

## **«Новая медийная этика»: принципы, проблемы, перспективы**

**Ирина Валерьевна Фотиева**

Алтайский государственный университет  
Барнаул, Россия

fotieva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9918-1635>

### *Аннотация*

Анализируются попытки создать «новую медийную этику», соответствующую современным условиям. Выделены два направления исследований: анализ разрывов между профессионально-этическими нормами журналистики и их реализацией на практике; поиск решений новых проблем, порожденных цифровизацией медиа. Выявлены основные факторы, воздействующие на профессионально-этическую ситуацию в журналистике: развитие гражданской журналистики и внедрение в производство журналистского продукта новейших технологий, прежде всего искусственного интеллекта. Охарактеризованы возможности и риски применения искусственного интеллекта в журналистике. Проведен анализ решений данных проблем в рамках «новой медийной этики»; показано, что она на данном этапе представляет собой конгломерат разноплановых принципов и норм. Обоснована необходимость их конкретизации и дифференциации в соответствии с различными сферами регулирования медиасреды.

### *Ключевые слова*

журналистика, медиaprостранство, профессиональная этика, искусственный интеллект, цифровизация, «новая медийная этика»

### *Для цитирования*

Фотиева И. В. «Новая медийная этика»: принципы, проблемы, перспективы // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2026. Т. 25, № 6: Журналистика. С. 47–56. DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-6-47-56

## **“New Media Ethics”: Principles, Challenges, and Future Opportunities**

**Irina V. Fotieva**

Altai State University  
Barnaul, Russian Federation

fotieva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9918-1635>

### *Abstract*

The article examines efforts to establish a “new media ethics” that aligns with contemporary conditions. It identifies two primary research domains: firstly, an analysis of discrepancies between professional and ethical standards in journalism and their practical application; secondly, the exploration of solutions to emerging issues engendered by media digitalization. The key factors influencing the professional and ethical landscape of modern journalism are delineated, notably the rise of citizen journalism and the proactive integration of advanced technologies, principally artificial intelligence, into journalistic production. The potential applications of artificial intelligence in journalism are characterized, alongside the associated challenges and risks. An evaluative review of theoretical propositions and existing pro-

© Фотиева И. В., 2026

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2026. Т. 25, № 6: Журналистика. С. 47–56  
Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2026, vol. 25, no. 6: Journalism, pp. 47–56

professional and ethical codes from various countries and journalistic organizations advocating for a “new media ethics” is conducted, revealing a heterogeneous amalgamation of approaches, principles, and norms – ethical, legal, administrative, and related to netiquette. The analysis demonstrates the current impracticality of codifying many of these issues. It emphasizes the necessity of elaborating and differentiating norms and principles within the framework of the “new ethics”, tailored to various regulatory spheres of the media environment, and highlights the importance of an optimal combination to comprehensively address the full spectrum of problems. Additionally, the article underscores the significance of clearly delineating areas of responsibility for the implementation of these norms and regulations in daily journalistic practice.

*Keywords*

journalism, media space, professional ethics, artificial intelligence, digitalization, “new media ethics”

*For citation*

Fotieva I. V. “New Media Ethics”: Principles, Challenges, and Future Opportunities. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2026, vol. 25, no. 6: Journalism, pp. 47–56. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-6-47-56

В обсуждении вопросов, связанных с этическими установками современной журналистики, можно выделить два направления.

Первое фиксирует увеличивающиеся разрывы между профессионально-этическими нормами журналистики и их реализацией на практике; снижение моральной ответственности за публикуемый контент. Здесь дискуссии так или иначе касаются выявления факторов – политических, социокультурных, психологических, технологических, влияющих на ситуацию; подчеркивается, в частности, что цифровизация медиaprостранства стала одним из факторов, усугубивших этический релятивизм современных журналистов. «В подготовке и размещении контента в цифровом пространстве могут участвовать все, включая непрофессионалов, не имеющих даже слабого представления об этических принципах» [Смирнова, 2020, с. 2].

Данная проблема в некотором смысле является «вечной» и лишь обострилась с наступлением цифровой эпохи, поэтому ей было посвящено множество работ. Так, к числу отечественных и зарубежных «классиков» этой темы можно отнести Г. В. Лазутину, Е. П. Прохорова, И. М. Дзялошинского, Е. Л. Вартанову, А. А. Тертычного, У. Липпмана, М. Берлина, Л. Эрбринга, Э. Деннис, Э. Б. Ламбета, В. Вундена, Г. Бовентера; из более современных работ стоит отметить статьи В. М. Хруля, Г. И. Щербаковой, Н. В. Медведева, Е. Е. Прониной, Л. Эрбринга, К. Мелладо и А. Эрмида и целый ряд других. Близкие темы, как известно, развивали П. Винтерхофф-Шпурк (медиапсихологические проблемы); А. Холдереггер (теологический ракурс темы); К. В. Андерсон и М. Шудсон (социологический анализ проблемы объективности в журналистике) и др. В силу детальной разработанности данного направления, мы на нем останавливаться не будем.

Второе, более новое и популярное сегодня направление, которое и является предметом нашего исследования, сосредоточено на принципиально новых вызовах, порожденных, как уже сказано, цифровизацией медиасреды и активным внедрением в производство журналистского продукта новейших технологий, в первую очередь искусственного интеллекта (далее – ИИ). В этом направлении ведется большое число исследований, связанных, с одной стороны, с перспективами цифровизации, с другой стороны, с новыми проблемами (технологическими, правовыми), социальными последствиями использования алгоритмов производства новостей и, наконец, с сугубо профессионально-этическими проблемами (В. А. Бейнсон, К. А. Болдина, Е. А. Волкова, С. Г. Давыдов, А. В. Замков, М. А. Крашенинникова, М. М. Лукина, Д. Ван и С. Чжунши Го, М. Ашок; Р. Джайсвал, Л. Вивиан, С. Блэссинг, А. Ханнак и др.).

В этом русле активно развивается сегмент, связанный с разработкой принципов и норм так называемой «новой медийной этики», детального и комплексного анализа которой до сих пор не проводилось. Предпринятая попытка подобного анализа составляет *новизну* данного исследования. Соответственно, его *цель* состоит в выявлении и анализе основных подходов к разработке «новой медийной этики», что предполагает решение ряда *задач*: обзор и систематизация факторов, влияющих на появление новых профессионально-этических проблем в журналистике и в целом в медиасреде в условиях цифровизации; анализ данных проблем

и предлагаемых решений в рамках «новой медийной этики»; оценка перспектив дальнейших разработок в данном направлении. *Актуальность* исследования обусловлена необходимостью отвечать на «цифровые вызовы» и выработать адекватные решения. В качестве *методов* используются сравнительно-сопоставительный анализ, системный и структурно-функциональный анализ.

Цифровизация, как уже сказано, породила новые факторы, воздействующие на профессионально-этическую ситуацию в современной журналистике и в целом в едином медиапространстве, где традиционная журналистика стала одним из его сегментов. Предельно обобщая, можно выделить два основных фактора.

*Первый фактор* – появление и бурное развитие так называемой гражданской журналистики, не только конкурирующей с журналистикой традиционной, но и активно размывающей ее границы и ставшей возможной только с развитием интернет-технологий. При этом влияние технологий здесь можно назвать опосредованным. (Отметим, что в профессионально-этическом аспекте дискуссий здесь практически всегда речь идет о блогерах как о медийных акторах, ближе всего стоящих к журналистике. Хотя в целом понятие гражданской журналистики заметно шире: сюда включаются даже люди, пишущие комментарии; но, во-первых, их вклад в медийное пространство принципиально меньше, а во-вторых, попытки разработать «нэтикет» для всех пользователей сети, как известно, оказались малоэффективными.)

Неоднократно было отмечено, что гражданская журналистика вполне может претендовать на роль «пятой власти»; при этом отличия ее от СМИ как «четвертой власти» весьма заметны, в том числе в этическом плане. Как отмечает Риту Джайсвал, «в то время как традиционные медиа фокусируются на проверке до публикации, новые медиа участвуют во взаимодействии после публикации на платформах социальных сетей; в то время как традиционные медиа несут ответственность за то, что они показывают и печатают, новые медиа из-за анонимности и выражения личных взглядов едва ли несут какую-либо ответственность; в то время как основная цель традиционных медиа – быть правдивыми и не поддаваться никаким эмоциям... новые медиа обычно предвзяты, основываясь на мгновенных выводах о чем-либо, не уделяя серьезного внимания последствиям распространения этой информации»<sup>1</sup>. При этом автор считает, что вряд ли стоит пытаться определить этические принципы данной сферы «на основе принципов традиционных СМИ. У них может быть только один этический принцип, и это принцип саморефлексии, т. е. осторожность в отношении того, как мнение и обмен информацией повлияют на жизнь других»<sup>2</sup>. Этот вывод, на наш взгляд, нуждается в серьезном уточнении, к чему мы далее вернемся.

*Второй фактор* связан с внедрением новых технологий непосредственно в журналистскую практику. Как уже сказано, здесь сегодня на первый план вышел целый ряд вызовов, связанных с ИИ, поэтому мы остановимся на нем несколько подробнее.

Ведущие медиакомпании уже более десяти лет внедряют ИИ в повседневную практику. «Плюсы» его использования многократно отмечены: «быстрая и эффективная генерация контента; персонализация новостного контента к индивидуальным предпочтениям пользователя; обработка огромных объемов данных для выявления тенденций и идей... выявление ложной информации и дезинформации, фейков, дипфейков; использование переводческого инструментария, что позволяет новостным организациям охватить глобальную аудиторию» [Волкова, 2023, с. 43]. Кроме того, активно используются функции генерации изображений; использование ИИ в дата-журналистике и т. д., иными словами, ИИ, с его развитием, предоставляет все больший спектр возможностей.

Но одновременно с этим уже выявлены и продолжают выявляться новые проблемы, которые прямо или косвенно связаны с нарушением традиционных этических принципов. Так,

<sup>1</sup> Jaiswal R. New Media as the Fifth Estate. URL: [https://www.academia.edu/36095804/New\\_Media\\_as\\_the\\_Fifth\\_Estate](https://www.academia.edu/36095804/New_Media_as_the_Fifth_Estate) (дата обращения 15.02.2025).

<sup>2</sup> Ibid.

Б. Гутьеррес-Канеда с коллегами отмечают, что нейросеть ChatGPT может выдавать неточную или вводящую в заблуждение информацию: «...участники были обеспокоены легкостью, с которой она включает ложную информацию, и особенно тем, что делает это в формате и виде, которые позволяют считать ее релевантной, достоверной и надежной»; далее, авторов беспокоит угроза дегерсонализации журналистского контента; утраты «человеческих навыков и знаний, таких как способность расследовать и критически анализировать» [Gutiérrez-Caneda et al., 2023]. Е. А. Волкова особо подчеркивает момент неформализованности контроля за самим созданием алгоритмов ИИ, куда могут «злонаправленно внедрить предубеждения, стереотипы... что может привести к предвзятому освещению событий» [Волкова, 2023, с. 43]. Отдельно рассматривается тема скрытого плагиата, связанная с работой агрегаторов новостей. Как отмечают Дэн Ван и Стив Цзо, агрегация «избавляет цифровых репортеров от необходимости искать истории из первых рук, в то же время освобождая их от ответственности за создание новостей» [Wang, Zhongshi Guo, 2023]. Добавим, что здесь налицо не только плагиат, хотя и в своеобразной форме, но и возможность манипулирования аудиторией посредством контроля над использованием источников для отбора новостей агрегаторами. М. Ашок с коллегами приводят целый ряд примеров, таких как «несправедливое приобретение данных миллионов пользователей Facebook компанией «Cambridge Analytica»; использование социальных сетей и ботов Twitter для влияния на результаты голосования; влияние дезинформации и фейковых новостей, усугубленное использованием социальных сетей, на насилие, линчевание и беспорядки в Индии; взрыв киберпреступности, связанной со взломом данных и утечками, затрагивающими миллионы потребителей» [Ashok et al., 2022]. При этом «группа исследователей из США рассуждает о том, кто в данных случаях должен нести ответственность» [Лукина и др., 2022, с. 689]. В. А. Бейнсенсон отмечает дегерсонализацию журналистской работы и противоречивость статуса человека, работающего с нейросетями. Это, по мнению автора, свидетельствует о необходимости и четких правовых норм в этой области, и профессионально-этических нормативов [Бейнсенсон, 2024, с. 170].

Среди поисков решений указанных проблем также можно выделить два направления в соответствии с указанными выше факторами, воздействующими на профессионально-этическую ситуацию в современной медиасфере. При этом в обоих направлениях утверждается необходимость создания «новой медийной этики» (новой медиаэтики).

В рамках первого направления ведутся разработки новых кодексов, направленных на представителей гражданской журналистики. Так, по мнению К. В. Марчана, поскольку в роли распространителей информации может выступать любой человек, то это «заметно изменяет медиаэтическое поле. В таких условиях, конечно, целесообразнее переходить к более широкому понятию “медиаэтика”» [Марчан, 2022, с. 103]. Об этом же пишут и С. Матеус («...новая деонтология необходима для того, чтобы журналисты могли указать конкретные направления, которые предназначены для работы в интернете» [Mateus, 2019]), и С. Пайк [Paik, 2023], и целый ряд других авторов. Напомним, что здесь речь идет прежде всего о блогерах, и на первый план выходит вопрос, можно ли к ним предъявлять такие же требования, как к профессиональным журналистам.

С одной стороны, их юридический статус, по крайней мере в России, все еще находится в процессе определения и уточнения<sup>3</sup>. С другой стороны, как уже сказано, влияние блогосферы на аудиторию (паттерны поведения, ценности и пр.) по меньшей мере сравнимо с влиянием СМИ. Поэтому очевидно, что вопрос об этическом регулировании блогосферы давно назрел. Тем более что, как отмечает Фань Вэй, «было выявлено, что блогеры... чаще считают приемлемым использование агрессивного контента, включая его в качестве средства самозащиты» [Вэй, 2024, с. 27]

В этом русле в РФ в 2020 г. Общественная коллегия по жалобам на прессу разработала «Новомедийный стандарт» рекомендаций с исходным тезисом: «...актер новых медиа –

<sup>3</sup> Так, в 2024 г. был подписан Федеральный закон № 303-ФЗ, уточняющий ряд моментов.

не профессиональный журналист, а потому и требовать от него следования нормам и правилам профессионального поведения журналиста... и неправомерно, и нереалистично»<sup>4</sup>. К этому процессу подключилась и Национальная ассоциация блогеров (НАБ), «со стороны которой поступил запрос о выработке совместно с Коллегией нормативного документа, позволяющего ей рассматривать жалобы на контент, созданный блогерами» [Марчан, 2022, с. 103–104]. Рассмотрим в некотором сокращении этические принципы-рекомендации, предлагаемые разработчиками.

1. Быть правдивым. Актор новых медиа не обязан соблюдать таких строгих требований к верификации публикуемой информации, как профессиональный журналист, но должен проводить проверку распространяемой информации в рамках доступных ему возможностей.

2. Держаться в стороне от пропаганды... избегать вовлечения в пропагандистские и другие информационные кампании, в производство и распространение фейковых по содержанию и смыслу новостей.

3. Ссылаться на источники... Если источник... имеет сомнительную репутацию либо обнаруживает склонность к подходу «цель оправдывает средства», актор новых медиа должен обратить на это внимание аудитории.

4. Отделять факты от мнений. Актор новых медиа... может заниматься защитой или отстаиванием тех или иных идей, но он определенно не должен выдавать мнения за факты.

5. Исправлять ошибки... чтобы это было заметно и ясно аудитории.

6. Декларировать конфликты интересов... Если избежать конфликта интересов невозможно, он информирует об этом аудиторию.

7. Отделять рекламный контент от нерекламного... Любые попытки рекламодателя влиять на нерекламный контент должны безоговорочно отклоняться.

Но даже беглый взгляд на эти рекомендации позволяет видеть следующее.

Во-первых, из семи принципов по неясным причинам пять касаются лишь достоверности распространяемой информации. Отсутствуют нормы, касающиеся защиты частной жизни и недопустимости клеветы и оскорблений; особо тактичного подхода к освещению экстремальных ситуаций, связанных с гибелью людей, и многие другие.

Во-вторых, как легко видеть, практически нет отличия данных норм от традиционных принципов, зафиксированных во всех кодексах журналистской этики.

То же можно сказать и о приведенном выше мнении Р. Джайсвала о том, что у блогеров может быть только один этический принцип – осторожность в отношении того, как мнение и обмен информацией повлияют на жизнь других. Но, для того чтобы предотвратить негативное воздействие публикуемого контента на общество, блогер должен знать и соблюдать – хотя бы в общем – известные профессионально-этические принципы журналистики, касающиеся *достоверности и объективности информации* (максимально проверять источники, чтобы избежать фейков); не допускать *подкупа и ангажированности*; соблюдать нормы *тактичного отношения к жертвам катастроф и преступлений* и т. д. Таким образом «все-го один этический принцип» включает в себя целый ряд других.

Приведем еще пример: Л. Сион, анализируя возможность «отменить публикацию», т. е. удалить материал с веб-сайта, утверждает, что «традиционные этические кодексы... не дают указаний относительно обстоятельств, в которых отмена публикации может считаться этической... Хотя технически просто для редактора или блогера удалить контент с определенного сайта, это не устраняет многочисленные отголоски, которые могут существовать по всему интернету» [Zion, 2015, р. 6]. Он предлагает ряд чисто технических рекомендаций (но все они снова являются лишь конкретизацией еще одного известного принципа профессиональной журналистской этики) – *исправления допущенных ошибок в публикациях*, также давно зафиксированного в кодексах; таким образом, этическая суть принципа не изменилась.

<sup>4</sup> Новомедийный стандарт Коллегии по жалобам на прессу. URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika/dokumenty/6267-novomedijnyj-standart-kollegii-po-zhalobam-na-pressu> (дата обращения 01.12.2024).

Что же касается «отголосков в интернете», то, хотя и в существенно меньшей степени, подобные отголоски существовали и в эпоху печатных изданий.

В статье А. Д. Жукова также утверждается появление новой медиаэтики, которая «позиционирует себя как альтернатива отжившим моральным догмам, предлагает публичное обсуждение моральных проблем, в том числе проблемы насилия, сексуальной ориентации, домогательств, риторики ненависти» [Жуков, 2022, с. 144]. Но остается неясным, почему, по мнению автора, данные вопросы выходят за рамки классической морали и какое отношение они имеют именно к медиаэтике. Ведь в ней фиксируются не сами обсуждаемые темы, и тем более нет запрета на их публичное обсуждение. Требуется лишь этичный подход к их представлению в медиаресурсах.

Ограниченные рамки статьи, мы не будем множить примеры. В целом можно резюмировать, что во всех публикациях, где говорится о «новой этике», касающейся блогеров, мы видим *конкретизацию и детализацию тех же самых профессионально-этических принципов для применения в новых «цифровых» условиях.*

Рассмотрим теперь второе направление, связанное, как уже было сказано, с необходимостью контроля за использованием ИИ и близких технологий в журналистике. Т. Форжа-Пена с соавторами проанализировала ряд кодексов «новой медийной этики», касающихся применения ИИ (Бельгия, Германия, Литва, Коста-Рика, Международная федерация журналистов, Европейская федерация журналистов) [Forja-Pena et al., 2024, p. 241–244]. Практически во всех кодексах фиксируются следующие позиции:

а) необходимость прозрачности в отношении автоматизированного производства новостей, а также сгенерированных изображений (пользователь должен знать, когда новости, фото или видео создаются на основе ИИ). «Эта прозрачность защищает две ценности, которые очень важны в нескольких полученных результатах. С одной стороны, правдивость информации и борьба с ложной информацией; с другой стороны, это авторские права журналистов... Однако стандартных показателей для обеспечения этой прозрачности пока не существует» [Ibid., p. 243–244];

б) ответственность редакций за соблюдение этих требований. «Именно главные редакторы должны обеспечивать соблюдение принципов кодекса этики при применении частично или полностью автоматизированных процессов с помощью ИИ» [Ibid., p. 244];

в) обязательность профессионально-этического подхода к использованию ИИ.

Сами авторы считают необходимым добавить следующие пункты: алгоритмическая прозрачность (предоставление информации о том, как работают алгоритмы и как они влияют на решения; конфиденциальность данных для защиты прав личности; защита авторских прав журналистов).

Подобную же работу провела М. М. Лукина с соавторами, включив в свой анализ кодексы США и Китая. В американском документе выделены такие принципы работы ИИ, как участие общества в регулировании алгоритмов, прозрачность в использовании систем ИИ. Создатели китайского кодекса фиксируют необходимость «соблюдать принципы гуманизма и ориентироваться на общественное благо. Кроме того, следует опираться на этические алгоритмические решения, а также учитывать риски, которые могут возникнуть в связи с внедрением ИИ в будущем» [Лукина и др., 2022, p. 686]. Авторы статьи также предлагают ряд своих рекомендаций: транспарентность работы редакций, информирование аудитории об использовании ИИ; запрет на передачу ИИ полномочий в вопросах нравственного выбора при подготовке медиаконтента; совместная ответственность редакции и разработчиков программного обеспечения за последствия работы систем ИИ; определение круга потенциальных тем, «для работы над которыми этически неприемлемо использование ИИ» [Там же, с. 690].

Несмотря на безусловную важность проведенной работы, можно снова отметить отсутствие какого-либо принципиально нового этического подхода. Речь идет лишь о контроле за использованием ИИ; более того, предполагается, что сами контролируемые механизмы

должны быть погружены в давно разработанную этическую среду и соответствовать «принципам гуманизма и общественного блага». Не случайно М. Ашок резюмирует: «Многие этические проблемы ИИ в журналистике – это проблемы, с которыми журналисты уже сталкиваются, просто в другом контексте» [Ashok et al., 2021, p. 240].

При этом все рекомендации, на наш взгляд, вполне продуманы. Но, во-первых, они нуждаются в дальнейшей конкретизации, которая, в свою очередь, потребует серьезных обсуждений, как, например, «определение круга тем, для работы над которыми этически неприемлемо использование ИИ».

Кроме того, целый ряд вопросов явно не подлежит «лобовому» кодифицированию. Подобные вопросы ставят С. Г. Давыдов с коллегами: «...смогут ли технологии ИИ вписаться в человекоцентричность журналистики, как они будут встроены в профессиональные и корпоративные ценности медиакоммуникаторов и журналистов, удастся ли искусственному интеллекту “привить” чувство социальной справедливости и стандарты этических норм и т. д.» [Давыдов и др., 2023, с. 19]. Многие исследователи акцентируют внимание на проблеме распределения зон ответственности и контроля: какие нормы следует включить в юридические документы, а какие – в профессионально-этические кодексы? Правовое поле функционирования ИИ не менее нуждается в совершенствовании, чем этическое<sup>5</sup>.

Все сказанное позволяет, на наш взгляд, сделать следующие выводы.

Во-первых, попытки этического регулирования журналистики и в целом медиасферы в условиях цифровизации так или иначе возвращают нас к вполне традиционному подходу – созданию новых кодексов. Но, как уже сказано, далеко не все этические проблемы – включая новые, не так давно выявленные – подлежат кодификации. Здесь можно вспомнить острые дискуссии, касающиеся эффективности самих кодексов. Еще в 2000-х гг. многие авторы указывали, что этические кодексы (особенно западные) нередко приближаются к административным предписаниям. С другой стороны, некоторые нормы, сохраняя этическую суть, нуждаются не только в конкретизации, но и в творческом, а не формальном применении в той или иной ситуации. Поэтому рассматривать даже самые проработанные кодексы как некую панацею несколько утопично. Многократно отмечалось, что установки журналистов и редакций на соблюдение или несоблюдение требований кодексов (равно как и их общий моральный уровень) во многом зависят от социокультурной и политической ситуации в обществе.

Во-вторых, вышесказанное, конечно, не предполагает «отмены» кодексов: они, в своих рамках, выполняют важные функции. Предлагаемые в большинстве исследований решения новых «цифровых» проблем в виде нормативов вполне релевантны отмеченным проблемам, но в этом направлении еще предстоит большая работа. Данные решения пока являются лишь общими ориентирами, на основе которых надлежит детализировать, вычленив и обособить, насколько это возможно, конкретные правовые, административные, технологические нормы и меры – и одновременно предусмотреть их оптимальное сочетание и взаимосвязь для комплексного охвата всего спектра проблем. Кроме того, необходимо определиться с зонами ответственности за выполнение кодифицированных норм.

В-третьих, подчеркнем, что на данном этапе сформирован лишь *конгломерат* (т. е. далеко еще не система) разноплановых подходов, принципов и различных типов предлагаемых регулятивов – этических, правовых, административных и «нэтикетных».

При этом фундаментом по-прежнему остается профессиональная журналистская этика, с ее выработанными в теории и проверенными на практике принципами и нормами. Это вполне закономерно, поскольку любая профессиональная этика – срез общечеловеческой этики, философский анализ которой проводился начиная с античности и которая давно выде-

---

<sup>5</sup> В 2024 г. был принят Закон об искусственном интеллекте ЕС. Но он касается в основном общих вопросов регулирования данной сферы, хотя многие его положения могут быть применены и к использованию ИИ в журналистике.

лила инвариант базовых ценностей и норм (несмотря на вариативность норм «периферийных»).

По нашему мнению, на данном этапе следует, вести речь не о «новой этике», а именно о системе (в перспективе) взаимосвязанных регулятивов журналистики в новых условиях. Подобный комплексный подход может способствовать формированию целостной системы регулятивов, способной до известной степени направлять и контролировать стремительное развитие цифровых технологий в журналистике, минимизируя риски и максимизируя возможности.

### Список литературы

- Бейненсон В. А.** К вопросу о субъектности генеративных нейросетей: соавтор или инструмент? // MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: Тез. докл. VIII Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск: Челябинский институт развития профессионального образования, 2024. С. 170–173.
- Волкова Е. А.** Этические дилеммы использования искусственного интеллекта в журналистике // Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности: Тез. докл. Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 60-летию со дня рождения В. Р. Вашкевича. Минск: БГУ, 2023. С. 42–43.
- Вэй Ф.** Влияние новых информационных технологий на профессиональные установки и ценности журналистов // Современный ученый. 2024. № 2. С. 23–29.
- Давыдов С. Г., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Лукина М. М.** Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике // Вестник Моск. ун-та. Серия 10: Журналистика. 2023. № 5. С. 3–21. DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2023.32
- Жуков А. Д.** Формирование этических компетенций в медиасреде // Вестник МГУКИ. 2022. № 5 (109). С. 142–149.
- Лукина М. М., Замков А. В., Крашенинникова М. А., Кульчицкая Д. Ю.** Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 4. С. 680–694. DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).680-694
- Марчан К. В.** Тенденции и новации медиаэтики // Медиа-2022: теория и практика: к 150-летию МПГУ: Тез. докл. II Междунар. науч.-практ. конф. М.: МПГУ, 2022. С. 102–107.
- Смирнова С.** Журналисты все меньше думают об этической стороне профессии // Медиа-Тренды. 2020. № 4 (76). С. 2–3.
- Ashok M., Madan R., Joha A., Sivarajah U.** Ethical framework for Artificial Intelligence and Digital technologies // International Journal of Information Management. 2022. Vol. 62. DOI 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102433
- Forja-Pena T., García-Orosa B., López-García X.** The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism // Communication & Society. 2024. No. 37 (3). P. 237–254. DOI 10.15581/003.37.3.237-254
- Gutiérrez-Caneda B., Vázquez-Herrero J., López-García X.** AI Application in Journalism: ChatGPT and the Uses and Risks of an Emergent Technology // Profesional de la información. 2023. Vol. 32, No. 5. DOI 10.3145/epi.2023.sep.14
- Mateus S.** Novos Media, Nova Deontologia // Mediapolis. 2019. No. 9. DOI 10.14195/2183-6019\_9\_1
- Paik S.** Journalism Ethics for the Algorithmic Era // Digital Journalism. 2023. No. 5. P. 1–27. DOI 10.1080/21670811.2023.2200195
- Wang D., Zhongshi Guo S.** Aggregation and the New News Order: A Practice Theory Approach // Digital Journalism. 2023. Vol. 13, no. 4. P. 654–676.

Zion L. Why Best Practices? // Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices / Eds. Lawrie Zion and David Craig. New York; London: Routledge, Taylor&Francis Group, 2015. P. 1–14.

### References

- Ashok M., Madan R., Joha A., Sivarajah U. Ethical framework for Artificial Intelligence and Digital technologies. *International Journal of Information Management*, 2022, vol. 62. DOI 10.1016/j.ijinfomgt.2021.102433
- Bejnenson V. A. К вопросу о суб"ектности генеративных нейросетей: соавтор или инструмент? [On the Agency of Generative Neural Networks: Co-author or Tool?]. In: MEDIAОбразование. Цифровая среда: между позитивом и деструкцией: Тез. докл. VIII Международной научно-практической конференции [MEDIA Education. Digital Environment: Between Positive and Destructive. Abstracts of the 8th International Scientific and Practical Conference]. Челябинск, Челябинский институт развития профессионального образования, 2024, pp. 170–173. (in Russ.)
- Davydov S. G., Zamkov A. V., Krasheninnikova M. A., Lukina M. M. Использование технологий искусственного интеллекта в российских медиа и журналистике [Use of Artificial Intelligence Technologies in Russian Media and Journalism]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika [Bulletin of Moscow University. Series 10: Journalism]*, 2023, no. 5, p. 3–21. (in Russ.) DOI 10.30547/vestnik.journ.5.2023.32
- Forja-Pena T., García-Orosa B., López-García X. The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism. *Communication & Society*, 2024, no. 37 (3), pp. 237–254. DOI 10.15581/003.37.3.237-254
- Gutiérrez-Caneda B., Vázquez-Herrero J., López-García X. AI Application in Journalism: ChatGPT and the Uses and Risks of an Emergent Technology. *Profesional de la información*, 2023, vol. 32, no. 5. DOI 10.3145/epi.2023.sep.14
- Lukina M. M., Zamkov A. V., Krasheninnikova M. A., Kulchiczkaya D. Yu. Искусственный интеллект в российских медиа и журналистике: к дискуссии об этической кодификации [Artificial Intelligence in Russian Media and Journalism: The Issue of Ethics]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki [Theoretical and Practical Issues of Journalism]*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 680–694. (in Russ.) DOI 10.17150/2308-6203.2022.11(4).680-694
- Marchan K. V. Тенденции и новации медиаэтики [Trends and Innovations in Media Ethics]. In: Media-2022: теория и практика: к 150-летию МПГУ: Тез. докл. II международной научно-практической конференции [Media-2022: Theory and Practice: On the 150th Anniversary of Moscow State Pedagogical University. Abstracts of the 2<sup>nd</sup> International Scientific and Practical Conference]. Moscow, МПГУ, 2022, pp. 102–107. (in Russ.)
- Mateus S. Novos Media, Nova Deontologia. *Mediapolis*. 2019. No. 9. DOI 10.14195/2183-6019\_9\_1
- Paik S. Journalism Ethics for the Algorithmic Era. *Digital Journalism*, 2023, no. 5, pp. 1–27. DOI 10.1080/21670811.2023.2200195
- Smirnova S. Журналисты все меньше думают об этической стороне профессии [Journalists are Increasingly Less Concerned with the Ethical Dimensions of the Profession]. *MediaTrendy [MediaTrends]*, 2020, no. 4 (76), pp. 2–3. (in Russ.)
- Vey F. Влияние новых информационных технологий на профессиональные установки и ценности журналистов [Influence of new information technologies on professional attitudes and values of journalists]. *Sovremennyi uchenyi [Modern Scientist]*, 2024, no. 2, pp. 23–29. (in Russ.) DOI 10.58224/2541-8459-2024-2-23-29
- Volkova E. A. Этические дилеммы использования искусственного интеллекта в журналистике [Ethical Dilemmas of Using Artificial Intelligence in Journalism]. In: Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности: Тез. докл. Международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В. Р. Васькевича

[Corporate Strategic Communications: Trends in Professional Activity: Abstracts of the International Scientific and Practical Conference Commemorating the 60<sup>th</sup> Anniversary of V. R. Vashkevich]. Minsk, BSU Press, 2023, pp. 42–43. (in Russ.)

**Wang D., Zhongshi Guo S.** Aggregation and the New News Order: A Practice Theory Approach. *Digital Journalism*, 2023, vol. 13, no. 4, pp. 654–676.

**Zhukov A. D.** Formirovanie eticheskikh kompetentsii v mediasrede [Formation of Ethical Competencies in the Media Environment]. *Vestnik MGUKI [The Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts]*, 2022, no. 5 (109), pp. 142–149. (in Russ.) DOI 10.24412/1997-0803-2022-5109-142-149

**Zion L.** Why Best Practices? In: Lawrie Zion and David Craig (eds.). *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*. New York, London, Routledge, Taylor&Francis Group, 2015, pp. 1–14.

### Информация об авторе

**Ирина Валерьевна Фотиева**, доктор философских наук

Scopus Author ID 17338323100

WoS Researcher ID AAH-6200-2020

RSCI Author ID 462788

SPIN 6123-4416

### Information about the Author

**Irina V. Fotieva**, Doctor of Sciences (Philosophy)

Scopus Author ID 17338323100

WoS Researcher ID AAH-6200-2020

RSCI Author ID 462788

SPIN 6123-4416

*Статья поступила в редакцию 18.03.2025;  
одобрена после рецензирования 18.04.2025; принята к публикации 21.04.2025  
The article was submitted on 18.03.2025;  
approved after reviewing on 18.04.2025; accepted for publication on 21.04.2025*