



Дзялошинская Марина Иоанновна

кандидат филологических наук, доцент, профессор
кафедры общественных коммуникаций и рекламы,
Академия труда и социальных отношений,
119454, Российская Федерация, г. Москва,
ул. Лобачевского, 90,
e-mail marinika2000@yandex.ru

Marina I. Dzyaloshinskaya

Academy of Labor and Social Relations,
90 Lobachevskogo str., 119454, Moscow, Russian Federation,
e-mail marinika2000@yandex.ru

СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОВЕДЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ: ПОИСКИ МОДЕЛИ

В статье рассматриваются новые аспекты социальной ответственности журналистов в связи с активизацией их присутствия в Интернете. Предъявлены традиционные и новые модели регулирования профессиональной этики: выделены три категории субъектов регулирования — внешние, корпоративные и индивидуальные; описаны правовые, экономические и этические методы регулирования. Проанализировано действие правовых и этических регуляторов поведения профессионалов и любителей в интернет-пространстве. Показаны опасности, сопряженные с чрезмерным увлечением интернет-коммуникациями, обусловленные особенностями общения посредством Сети: анонимностью, отсутствием общепринятых норм коммуникации. Сделан вывод о том, что позитивные изменения в ситуации, связанной с повышением социальной ответственности субъектов интернет-коммуникаций за свое поведение в Сети, возможны только при условии, что это станет осознанной необходимостью всех участников интернет-сообщества, а отношения с Сетью будут выстраиваться на принципах диджитал-экологии.

Ключевые слова: социальная ответственность, этика журналиста, этика интернет-сообщества, правила поведения в Интернете, диджитал-экология.

SOCIALLY RESPONSIBLE BEHAVIOR IN INTERNET: SEARCH OF MODELS

The article discusses new aspects of the social responsibility of journalists to promote their online presence. It is presented traditional and new models of regulation of professional ethics: selected three categories of regulated entities — external, corporate and individual; described the legal, economic and ethical methods of regulation. It is analyzed the legal and ethical control mechanisms for the behavior of professionals and amateurs in the Internet space. It is showed the risk values associated with excessive passion for Internet communications, due to the peculiarities of communication through the Network: anonymity, by the absence of generally accepted norms of communication. The conclusion is that the positive changes in the situation

connected with greater social responsibility of the participants of Internet communications for their behavior in the Network, is possible only under the condition that social responsibility will become perceived need for all members of the Internet community, and relationships with the Network will be built on the principles of digital ecology.

Keywords: social responsibility, ethics of journalist, ethics of the Internet community, the rules of conduct on the Internet, digital-ecology.

В 2011 г. в электронном журнале «Медиаскоп» была размещена статья «Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов», в которой были приведены выделенные студентами факультета журналистики МГУ претензии, которые можно предъявить современным СМИ. Среди них: вторжение в частную жизнь, уничтожение репутации (нанесение урона репутации), разрушение моральных устоев, разжигание социальной агрессии и нетерпимости, засорение и отравление умов детей и подростков и др.[4].

Формулируя причины, по которым в СМИ появляются материалы, способствующие распространению не самых лучших образцов жизни и профессиональной деятельности, сами журналисты достаточно часто фиксируют тот факт, что наиболее сильным стимулом в пользу подготовки таких публикаций являются деньги. Того же мнения придерживаются и студенты — участники опроса, объясняя сложившуюся ситуацию, прежде всего, продажностью, ангажированностью российских масс-медиа. Кроме того, по мнению студентов, журналисты совершают вышеназванные «грехи» и по вполне банальным причинам: плохая профессиональная подготовка, безграмотность, незнание законов. Да и сами журналисты иногда признаются в том, что не очень отчетливо представляют последствия своей деятельности, и в таком случае их можно обвинять не в сознательном нарушении человеческих и/или профессиональных заповедей, а в неведении, которое ни в коей мере не является оправданием и, как известно, не освобождает от от-

ветственности... Более того, можно утверждать, что отсутствие личностно осознанного стремления быть социально ответственным не заменит никакого внешнего регулирования. И этот тезис можно распространить на деятельность не только профессиональных журналистов, но и всех, кто размещает информацию в общественном или публичном сегментах медиапространства.

Социальная ответственность — это сложная, собирательная нравственно-правовая, философская и этико-психологическая категория. Различают моральную, политическую, юридическую, общественную, гражданскую, профессиональную и другие виды ответственности, которые в совокупности составляют родовое понятие «социальная ответственность».

В узком смысле под социальной ответственностью понимается объективная необходимость соблюдения индивидом основных правил, требований, принципов, устоев совместного общежития, отвечать за нарушение социальных норм. Она выражает характер взаимоотношений личности с обществом, государством, коллективом, другими социальными группами и образованиями — со всеми окружающими ее людьми. В основе социальной ответственности лежит общественная природа поведения человека.

Социальные нормы, взаимные права и обязанности призваны обеспечивать порядок и спокойствие в обществе, поэтому те, кто их не придерживается, могут нести в той или иной форме социальную ответственность в виде определенных неблагоприятных последствий

(осуждение окружающих, давление общественного мнения, порицание, выговор, исключение из той или иной группы, организации, отказ в доверии, товарищеский суд и т.д.). Именно такого рода мерами поддерживается соблюдение социальных норм и правил.

Любая социальная ответственность может наступить лишь при наличии двух условий: 1) свободы воли индивида; 2) возможности выбора варианта поведения [10].

Говоря о социальной ответственности работника СМИ, можно вспомнить известное высказывание Габриеля Гарсиа Маркеса о том, что в журналистике профессионализм и этика неразделимы так же, как жужжание и муха. То есть между правом аудитории знать и долгом журналиста сообщать и показывать возникает ситуация профессионального выбора, а значит, необходимости принимать этические решения. Иными словами, там, где существует свобода выбора, существует и ответственность за свои решения. В отношении журналиста это означает ответственность: перед обществом в целом; перед аудиторией; перед героями материалов; перед профессиональным сообществом; перед редакционным коллективом СМИ, от имени которого он обращается к аудитории; перед самим собой.

В Международных принципах журналистской этики есть «Принцип III. Социальная ответственность журналиста». Он звучит следующим образом: «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления. Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответственен не только перед теми, кто контролирует средства массовой информации, но, прежде всего, перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы. Социальная ответственность журналиста требует, чтобы во всех обстоятель-

ствах он действовал в соответствии со своим нравственным сознанием» [12].

И в этой связи следует отметить, что при отсутствии должной внутрикорпоративной и личностной мотивации журналистов в соблюдении профессиональной этики актуализируется мотивация внешняя, чаще всего усиливается регулятивный контроль со стороны власти.

Системы регулятивных механизмов формируется и существует для того, чтобы упорядочивать, подчинять определенным правилам, определенному порядку, применять правила и нормы, стабилизирующие характеристики объекта, а также обеспечивать целенаправленное изменение характеристик объекта регулирования на нормативной основе. Основными характеристиками регулирования являются преднамеренность, целенаправленность, прогнозируемость желаемых последствий воздействия на объект регулирования.

Можно выделить три категории субъектов регулирования: **внешние** (власть, бизнес, общественные организации, церковь); **корпоративные** (профессиональное журналистское сообщество, редакционные коллективы, в случае интернет-коммуникаций — сетевое сообщество); **индивидуальные** (саморегулирование).

Основные методы, которыми пользуются субъекты регулирования, следующие.

Правовые — опираются на нормы, правила поведения, устанавливаемые и охраняемые государством. Применительно к медиасфере это федеральные законы «О СМИ» (от 27.12.1991), «О противодействии экстремистской деятельности» (от 25.07.2002), «О персональных данных» (от 08.07.2006), «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (от 29.12.2010), «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (от 27.07.2006) и некоторые другие.

Экономические — выражаются в прямой или косвенной финансовой поддержке какой-либо группой, корпорацией или самим государством тех или иных средств массовой информации.

Этические. В журналистской практике существует большое количество областей, нуждающихся не в законодательном, а в этическом регулировании, не в государственном контроле, а в самоконтроле журналистского сообщества. В связи с этим появились документы, нормирующие внутриредакционную жизнь, отношения между журналистами, правила поведения журналиста в самых разнообразных ситуациях профессиональной деятельности. Обычно эти документы называют этическими кодексами. В них фиксируется большая совокупность принципов, норм и правил поведения, составляющая этическую базу деятельности в сфере СМИ. Эти нормы действуют не столь строго, как законодательные, не только потому, что не подкреплены угрозой судебного преследования, но также и потому, что возможны неидентичные интерпретации одних и тех же или сходных ситуаций морально-этического порядка, подлежащих этическому «разбирательству».

Выход медийных профессионалов в Интернет усугубил обозначенные выше проблемы, так как к названным причинам «греховности» журналистов добавилась еще одна — отсутствие каких-либо внятных нормативных регуляторов. Ситуацию усложняет размещение на сайтах традиционных СМИ площадок для общения и дискуссионных клубов, постепенное «разбавление» материалов, подготовленных профессиональными журналистами, контентом, созданным самими пользователями и присланным в редакцию: фотографии, сделанные мобильным телефоном, любительское видео и пр. — все это реалии сегодняшней журналистики.

Более того, Андрей Мирошниченко обозначил феномен «вирусного

редактора», который, по его мнению, создает партизанскую, или гражданскую, журналистику. «Блогеры есть везде, они распределены по поверхности планеты. Любое значимое событие случайно, но неизбежно оказывается описано блогерами — собкорами вирусного редактора. Если оно значимо, оно попадает в механизм возгонки значимости и достигает масштабов всеобщей новости. Вирусный редактор убивает профессию репортера, потому что блогер всегда оказывается на месте событий раньше репортера. Уже сегодня даже сами СМИ используют сообщения блогеров вместо собственных запаздывающих репортажей. Если авторитетный блогер начинает анализировать некое событие, и этот анализ важен, вызывает отклик, то вирусный редактор собирает всех заинтересованных. В результате организуется такая коллективная экспертиза, которая немыслима в СМИ. Вирусный редактор обладает очевидцами и экспертами любой компетенции по любой теме. Они вскладчину добавляют знания, тут же разносят информацию об итогах своей экспертизы. При этом производится много шума, но множество фильтров все-таки отбирает главное. Именно так вирусный редактор рождает альтернативную журналистику» [13].

Эта ситуация заставляет журналистов либо смириться с тем, что текст, созданный профессионалами, но циркулирующий в сети интернета, перестает быть «индивидуально-авторским» в традиционном смысле этого слова, а становится «коллективно-соавторским», поскольку допускает как минимум комментирование (которое нередко бывает не менее информативным, чем основной текст) и как максимум — вмешательство в собственно содержание первоначального текста. Либо приспособиться к новой информационной ситуации, как об этом говорит Иван Засурский: «Мы просто

делаем медиа, которое специально приготовлено для того, чтобы вирусный редактор с ним работал... Мое отношение к вирусному редактору сводится к тому, что я знаю, что если делать правильную адаптацию, писать правильные тексты и правильные анонсы, то абсолютно самотеком люди ставят «лайки», и материал распространяется как лесной пожар. Это дает мне аудиторию абсолютно бесплатно — некое ядро постоянных читателей, которые с помощью email-рассылок, чтения фейсбук-историй и ведения диалогов в Twitter распространяют информацию. Это и есть инфраструктура нового информационного общества, где информация имеет смысл, если она создает резонанс, попадая в правильный контекст. А это обеспечивают социальные сети» [3].

Стремительное развитие социальных сетей привело к тому, что ими сейчас пользуется 99,7 % среднесуточной аудитории Рунета, или 30,9 млн чел. [17]. В социальных сетях осуществляется целый конгломерат человеческих деятельностей: от общения до покупок, причем нередко эти деятельности осуществляются анонимно или от лица другого человека. Среди причин обращения к Интернету выделяется и возможность реализации различных качеств личности, проигрывания ролей, переживания эмоций, по тем или иным причинам ограниченных в реальной жизни. У человека появляется возможность выбрать любой комфортный для себя внешний образ, включая пол, имущественно-социальный статус и биографические особенности. (Ограничения возникают только в отношении тех коммуникационных партнеров, с которыми имеются реальные «очные» коммуникации.) Подобная возможность обусловлена особенностями общения посредством сети: анонимностью, нежесткой нормативностью, своеобразием процесса восприятия человека человеком [6].

Анонимность коммуникации в виртуальном пространстве, возможность «игры» с ролями и построением множественного «Я» требуют от человека постоянных переключений на различные социальные ситуации и ведут к утрате человеком своей определенности и устойчивости. Единственная реальность личности в виртуальности — реальность самопрезентации. Социально необходимой становится лишь инсценировка своей индивидуальности, в результате личность проявляет себя лишь через «фасад» своего «Я», то есть через самопрезентацию. Можно утверждать, что речь идет о потере идентичности, целостности личности как таковой, о нашем сознании, заблудившемся в бесконечном потоке недостоверных копий и не менее бесконечных попытках цифрового самовоспроизводства [6].

Имеются случаи весьма неприятных последствий знакомств в Интернете, связанных с анонимностью. Например, молодой человек подвергся нападению и был жестоко избит парнем, познакомившимся в социальной сети с его девушкой, за фотографиями и ником которой на самом деле скрывалась ее подруга. Известен случай, когда квартирные воры, зарегистрировавшись в сети в качестве подростков, выясняли у своих «друзей» все подробности про имеющиеся в доме ценности и периоды времени, в которые в квартире никого не бывает, а потом беспрепятственно грабили эти квартиры.

В среднем российский пользователь проводит в социальных сетях 12,8 ч в месяц. Это самый высокий показатель в мире. Российские пользователи находятся в зоне риска интернет-зависимости. Вследствие этого человек утрачивает способность к реальному общению, у него возникают эмоциональные расстройства, депрессия и стресс, повышается уровень агрессии, фиксируется рост количества антиобщественных поступков.

Так, например, 31 марта 2013 г. в Петербурге на станции «Парк Победы» произошла драка, явившаяся следствием ссоры двух молодых людей в социальной сети. Решив выяснить отношения, подростки назначили встречу на станции метро. Каждый из участников ссоры привел с собой нескольких друзей: всего в драке участвовали 17 подростков в возрасте от 14 до 17 лет.

По всей видимости, пришло время достаточно жестко поставить вопрос о необходимости социально ответственного поведения в интернет-пространстве. Можно выделить следующие направления управления информационными потоками в Интернете:

- законодательные ограничения на доступ к сайтам определенной категории и к определенному контенту;

- локализация потенциально враждебных сообществ и блокирование (при определенных условиях) их коммуникационной активности;

- временное или постоянное исключение коммуникационных платформ или их сегментов их сферы доступности;

- ограничение возможностей ретрансляции (копирования) определенного контента.

1 февраля 2014 г. вступил в силу закон о досудебной блокировке сайтов по подозрению в экстремизме, который позволяет Роскомнадзору блокировать сайты по запросу Генпрокуратуры и без санкции суда. Любой сайт можно будет заблокировать всего за час, если его контент носит экстремистский, по мнению прокуратуры, характер. Согласно закону, к экстремистским материалам относятся призывы к массовым беспорядкам, разжиганию межнациональной и межконфессиональной розни, к участию в террористической деятельности и к участию в публичных массовых мероприятиях, проводимых с нарушением установленного порядка. Доступ к сайту может быть восстановлен лишь по-

сле того, как Роскомнадзор получит от владельца сайта или хостинг-провайдера сообщение о том, что информация удалена, и удостоверится в этом.

«...Такой порядок действует больше года в отношении детской порнографии, наркотиков, суицидов, и он доказал свою эффективность. Это сдерживающий фактор для владельцев других интернет-ресурсов, в том числе, с контентом, который производят сами пользователи, и это стимул внимательнее относиться к тому, что размещают пользователи и проверять группы, публичные странички на предмет соответствия законодательству», — прокомментировал этот закон директор Лиги безопасного Интернета Денис Давыдов [9].

И уже есть примеры такого саморегулирования. Так, на сайте <http://www.forbes.ru> появилось сообщение от редакции: «В связи с обострением общественно-политической обстановки в России и резким увеличением попыток оставить на сайте *Forbes.ru* комментарии, которые могут быть расценены как экстремистские, редакция *Forbes* приняла решение временно закрыть пользователям возможность комментировать редакционные материалы на сайте *Forbes.ru* и скрыть все уже опубликованные комментарии. Эти функции будут восстановлены после нормализации обстановки. Редакция *Forbes* приносит читателям свои извинения».

Еще один пример приведен на рисунке.

22 апреля 2014 г. депутаты приняли закон о выполнении популярными блогерами требований, предъявляемых к СМИ. Согласно документу, все блогеры, у которых страницы посещают больше 3 тысяч пользователей в день, должны выполнять требования, предъявляемые к СМИ. Их обяжут публиковать на своих страницах личные данные и воздерживаться от нецензурной лекси-

ки. Вводится понятие «организатор распространения информации», которое разработчики трактуют предельно широко — от персонального или коммерческого сайта до группы в социальной сети. От организаторов потребуются тесная кооперация со спецслужбами и хранение в течение полугода метаданных о деятельности в Сети. Нарушителям грозят штрафы и блокирование на месяц [15].

Сообщество отреагировало и на это. На некоторых ресурсах появились такие просьбы-предупреждения: «Пожалуйста, относитесь к собеседникам уважительно, не используйте нецензурные слова, не злоупотребляйте заглавными буквами, не публикуйте рекламу и объявления о купле/продаже, а также материалы, нарушающие сетевой этикет или законы РФ. Ваш IP-адрес записывается».

Из всего сказанного выше можно сделать вывод, что с учетом особенностей интернет-коммуникаций управление информационными процессами может вестись преимущественно косвенными методами, с использованием неочевидных методик. Фактически речь

идет об управлении степенью свободы доступа индивида к информации, а идеальным вариантом этого управления становится ситуация, когда индивид самостоятельно и без внешнего принуждения принимает решения об ограничении собственного доступа к тем или иным сегментам информации и степени своего участия в коммуникационных процессах. Речь идет о создании таких рамок (правил и обычаев) присутствия в информационном потоке, при которых пользователь не столько не сможет, сколько не захочет использовать все свои информационные возможности [6].

Представляется, что реальный выход из сложившейся ситуации следует искать в изменении того, что можно назвать «информационным сознанием». И прежде всего — в осознании и повышении социальной ответственности за свое поведение в интернет-пространстве, и в социальных сетях — в частности.

О формировании такого сознания говорят сторонники как теории и практики медиаэкологии (медиаобразовании, медиаграмотности), так и экологии медиaprостранства. В первом случае речь идет о необходимости

Ресурс по данному IP-адресу заблокирован по решению органов государственной власти

Access to the requested resource has been blocked
by the decision of public authorities.

[Посмотреть причину блокировки](#)

Заблокированные ресурсы

В соответствии с действующим законодательством Оператор связи ограничивает доступ к информации, запрещенной к распространению по решению суда или уполномоченного государственного органа. В этом разделе можно проверить доступность ресурса из сети «Билайн».

[Проверить](#)

• Заблокирован url: *coollib.net/* *coollib.net/b/246497/read* *coollib.net/b/226341/*
(ip: 5.79.86.208)
Основание: Запись № 553 Федерального списка экстремистских материалов Запись № 1881
Федерального списка экстремистских материалов Федеральный список экстремистских
материалов номер 2261

Указанные блокировки найдены по ip: 5.79.86.208.

Пример регулирования интернет-пространства

адаптировать человека к информационной среде: уменьшить негативное влияние факторов среды и помочь овладеть медиатехнологиями, благодаря знанию которых человек станет защищенным от пагубного влияния как традиционных, так и — особенно — новых средств коммуникации [1; 2; 7; 11]. Второй подход предполагает выстраивание грамотных, рациональных, ответственных взаимоотношений между медиапространством, понимаемым как сложная самоорганизующаяся и саморазвивающаяся система, и людьми, использующими медиапространство для реализации своих целей [5].

Существующей ситуацией озабочены и сами «жители Сети». В частности, они отмечают, что неграмотная работа в Сети понижает уровень концентрации человека (ему постоянно хочется переключаться между вкладками, письмами, сообщениями, он утрачивает способность работать сосредоточенно) и затрудняет завершение намеченных дел, растягивает период работы над задачей, создает стрессовое состояние, которое не позволяет сделать работу качественно.

Для комфортного пребывания людей в социальных сетях уже создан Нетикет — свод правил поведения в Интернете [14]. Все чаще в социальных сетях люди делятся желанием устроить себе «цифровое воздержание». Появляется много статей на тему: «Как я перестал пользоваться Фейсбуком и жить стало легче», «Как 30 дней без социальных сетей изменили мою жизнь» и т.д. На Западе эти инициативы носят названия «*Digital Asceticism*», «*Digital Diet*», «*Digital Addiction*» [17].

В интернет-сообществе разрабатывают принципы диджитал-экологии, среди которых можно выделить следующие:

1. Принцип важности. Можно оптимизировать свою работу и повысить ее эффективность до максимума, начав с избавления от лишних дел.

2. Принцип осознанности. Решать в Сети поставленную задачу максимально эффективно и с минимальными затратами личных ресурсов.

3. Принцип информационной тишины. Большинство «жителей Сети» работает в условиях информационного шума: шум в закладках, во вкладках браузера, в папках. Надо учиться работать в условиях информационной тишины, так как в тишине можно делать все в 2–3 раза быстрее.

В качестве примеров следования принципам диджитал-экологии можно привести появившиеся в Сети движение диджитал-детокс [16], смысл которого заключается в том, что пользователи «чищают» свои новостные ленты, избавляясь от всего лишнего; любая информация, которую они планируют выложить в Сеть, проходит процедуру внутреннего рецензирования: если это не горячие новости, то можно подождать с их размещением или и вовсе не «замусоривать» ими Интернет, а если принимается решение о размещении новости, надо думать о последствиях.

Кроме того, предлагается следовать диджитал-календарю, который естественным образом делится на будни и выходные дни. В будни работают одни алгоритмы, в выходные — другие. Так, например, в алгоритм осмысленного диджитал-дня включены следующие действия: расставить приоритеты и вычеркнуть дела, которые не важны; ограничит количество задач, которые планируется выполнить, чтобы в списке осталось ровно столько дел, сколько реально сделать в комфортном режиме; разметить свой день от одного завершенного дела к другому, помня, что многозадачности не существует, есть только переключение между задачами; каждые 40–60 мин делать активные паузы (отдыхать вдали от компьютера) и т.д.

В выходные дни можно соблюдать диджитал-шаббат — отключение

от Сети с вечера пятницы до вечера субботы(при этом чтобы от скуки не полезть в Интернет, надо заранее составить список развлечений на ближайшие выходные). Рекомендуются также диджитал-аскеза — отъезд на выходные в специальные лагеря, где нет доступа к Сети. В этих лагерях организаторы планируют мероприятия для проведения времени без выхода в Интернет.

Свидетельством важности данных аспектов пользования Интернетом может служить объявленный в 2014 г. интерактивный конкурс пользователей социальных сетей ЭКОМЕДИА [8]. Организаторами конкурса выступили Международное Агентство Коммуникативных компетенций и Ассоциация специалистов медиаобразования при поддержке NOVOPRO «Первый

Подмосковный Портал Событий» и Компании ПИП МИР — официальный представитель КРИЗАЛ в России. Цель конкурса — формирование экологического отношения интернет-пользователей к медиaproстранству, развитие осознанного медиаповедения жителей Сети. А задачи: разработка креативных информационных продуктов на тему экологии в Интернете; создание Диджитал-кодекса поведения в Сети; разработка свода правил эффективной работы в Интернете и др.

Очевидно, что пока само интернет-сообщество не придет к убеждению, что надо следить за своим поведением в Сети, выстраивать свои отношения с Сетью на принципах диджитал-экологии, никакие законы и призывы не смогут изменить ситуацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондаренко Е.А. Медиаобразование как фактор реализации стандартов в образовательной области «Обществознание» / Е.А. Бондаренко // На пути к 12-летней школе. — М., 2000. С. 188–194.
2. Бондаренко Е.А. Творческая реабилитация средствами медиакультуры / Е.А. Бондаренко. — Омск, 2001.
3. Вирусный редактор: опыт приручения существа Интернета. — URL: <http://newreporter.org/2011/09/27/virusnyj-redaktor-opyt-pri-rucheniya-sushhestva-interneta/>.
4. Дзялошинская М.И. Десять «смертных грехов» журналистики глазами будущих журналистов / М.И. Дзялошинская, И.М. Дзялошинский // Медиаскоп. — 2011. — № 4. — URL: <http://www.mediascope.ru/node/952>.
5. Дзялошинский И.М. Медиaproстранство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. / И.М. Дзялошинский. — М., 2013.
6. Евстафьев Д. Интегрированные коммуникации как глобальная реальность XXI века / Д. Евстафьев. — М., 2013.
7. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории / И.В. Жилавская. — Томск, 2009.
8. Интерактивный конкурс пользователей социальных сетей ЭКОМЕДИА. — URL: <http://novopro1.ru/index.php/pip-dom/74-gde-kupit/212-konkurs-ekomedia>.
9. Любой сайт могут заблокировать всего за час. — URL: <http://www.bfm.ru/news/245757>.
10. Матузов Н.И. Теория государства и права. / Н.И. Матузов, А.В. Малько. — URL: <http://all-books.biz/teoriya-gosudarstva-prava-uchebnik/sotsialnaya-otvetstvennost-ponyatie.html>.
11. Медиаобразование — от теории к практике : материалы II Всерос. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». — Томск, 2008.
12. Международные принципы профессиональной этики журналиста. — URL: <http://journal-port.ru/publ/141-1-0-134>
13. Мирошниченко А. Вирусный редактор Интернета и смерть газет. / А. Мирошниченко. — URL: <http://www.aka-media.ru/foresight/185/>

14. Правила поведения в Интернете. — URL: <http://softuhitel.com/pravila-povedeniya-v-internete/>
15. РБК. — URL: <http://top.rbc.ru/politics/22/04/2014/919742.shtml>.
16. Соловьев Д. 10 правил Digital Detox. / Д. Соловьев. — URL: <http://www.slideshare.net/soloveev/10-rules-of-digital-detox>
17. Соловьев Д. Медиаскетизм / Д. Соловьев. — URL: <http://www.adme.ru/svobodapsihologiya/mediasketizm-469905/>

REFERENCES

1. Bondarenko Ye.A. Media education as a factor in the implementation of standards in the field of education «Social Studies». *Na puti k 12-letney shkole* [On the way to the 12-year-old school]. Moscow, 2000, pp. 188–194. (In Russian).
2. Bondarenko Ye.A. *Tvorcheskaya rehabilitatsiya sredstvami mediakul'tury*. [Creative rehabilitation means of media culture]. Omsk, 2001.
3. *Editor: experience taming the current Internet*. Available at: <http://newreporter.org/2011/09/27/virusnyj-redaktor-opyt-prirucheniya-sushhestva-interneta/>. (In Russian).
4. Dzyaloshinskaya M.I., Dzyaloshinskiy I.M. Ten «deadly sins» of journalism through the eyes of future journalists. *Mediaskop = Mediascope*, 2011, no. 4. Available at: <http://www.mediascope.ru/node/952>. (In Russian).
5. Dzyaloshinskiy I.M. *Mediaprostranstvo Rossii: kommunikatsionnyye strategii sotsial'nykh institutov* [Russian media space: communication strategies of social institutions]. Moscow, 2013.
6. Yevstaf'yev D. *Integrirovannyye kommunikatsii kak global'naya real'nost' XXI veka* [Integrated communications as the global reality of the XXI century]. Moscow, 2013.
7. Zhilavskaya I.V. *Mediaobrazovaniye molodezhnoy auditorii* [Media education youth audience]. Tomsk, 2009.
8. *Interactive competition social network users Ekomed*. Available at: <http://novopro1.ru/index.php/pip-dom/74-gde-kupit/212-konkurs-ekomedia>. (In Russian).
9. *Any site can block just over an hour*. Available at: <http://www.bfm.ru/news/245757>. (In Russian).
10. Matuzov N.I., Mal'ko A.V. *Teoriya gosudarstva i prava* [The theory of state and law]. Available at: <http://all-books.biz/teoriya-gosudarstva-prava-uchebnik/sotsialnaya-otvetstvennost-ponyatie.html>.
11. *Media education — from theory to practice. Collection of materials II Russian scientific-practical conference «Media Education in the development of science, culture, education and mass media»*. Tomsk, 2008. (In Russian).
12. *International Principles of Professional Ethics of Journalists*. Available at: <http://journalport.ru/publ/141-1-0-134>. (In Russian).
13. Miroshnichenko A. *Virusnyy redaktor Interneta i smert' gazet* [A viral editor of the Internet and the death of newspapers]. Available at: <http://www.aka-media.ru/foresight/185/>.
14. *Rules of conduct on the Internet*. Available at: <http://softuhitel.com/pravila-povedeniya-v-internete/>. (In Russian).
15. Available at: <http://top.rbc.ru/politics/22/04/2014/919742.shtml>.
16. Solov'yev D. *10 pravil Digital Defox* [10 rules of Digital Detox]. Available at: <http://www.slideshare.net/soloveev/10-rules-of-digital-detox>.
17. Solov'yev D. *Mediasketizm* [Mediasketizm]. Available at: <http://www.adme.ru/svobodapsihologiya/mediasketizm-469905/>.