

УДК 070+172.3.

Павенков Олег Владимирович

кандидат философских наук,
доцент кафедры журналистики и медиакоммуникационных технологий, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления,
доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
pavenkov@yandex.ru

Рубцова Мария Владимировна

доктор социологических наук, доцент кафедры медиакоммуникационных технологий, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
Abc33@yandex.ru

Павенков Владимир Григорьевич

кандидат исторических наук, доцент кафедры отечественной истории, политологии и социологии, Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова
pavenkov@yandex.ru

Oleg V. Pavenkov

PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Journalism and Media Communication Technologies
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-West Institute of Management,
Associate Professor of the Department of Media Communication Technologies, St. Petersburg State University of Cinema and Television
pavenkov@yandex.ru

Mariia V. Rubtcova

Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Media Communication Technologies, St. Petersburg State University of Cinema and Television
Abc33@yandex.ru

Vladimir G. Pavenkov

PhD in Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Patriotic History, Political Science and Sociology
Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping.
pavenkov@yandex.ru

Ценности журналистской этики: философский подход

Values of Journalism Ethics: Philosophical Approach

Аннотация. Статья посвящена проблеме ценностей журналистской этики с точки зрения философского подхода. Авторы статьи на основе анализа научной литературы по данной теме, обращают внимание на возможность разработки универсальных этических императивов и их применение в национальных стандартах журналистской этики. Были предложены четыре принципа универсальной журналистской этики: гуманность; принцип альтруистической любви; правдивость; профессиональная ответственность. В результате проведенного анализа авторы пришли к выводу о том, что данные принципы могут рассматриваться как моральная опора для деятельности современных журналистов.

Ключевые слова: ценности, журналистская этика, универсальный этический императив, принципы универсальной журналистской этики, современная журналистика.

Abstract. The article is devoted to the problem of values of journalistic ethics from the point of view of a philosophical approach. Based on the analysis of scientific literature on this topic, the authors of the article draw attention to the possibility of developing universal ethical imperatives and their application in national standards of journalistic ethics. Four principles of universal journalistic ethics have been proposed: humanity; The principle of altruistic love; truthfulness; Professional responsibility. As a result of the analysis, the authors came to the conclusion that these principles can be considered as a moral foundation for the activities of modern journalists.

Keywords: values, journalistic ethics, universal ethical imperative, principles of universal journalistic ethics, modern journalism.

Начинать анализ журналистской этики, тем более, в глобальной перспективе невозможно без изучения ее философских оснований. Основной идеей данной статьи является развитие философского подхода к определению и лучшему пониманию ценностей журналистской этики.

Современные тенденции в журналистике, к которым относятся роботизация, усиленная конвергенция СМИ, глобализация журналистики[4, p.32] и новостных СМИ[6, p.11], заставляют нас переосмыслить наш взгляд на журналистскую этику. Например, можно ли осмысливать в категория этики журналистскую деятельность робота или возможно ли применять национальные

этические стандарты по отношению к космополитической работе международных журналистов? Для того, чтобы разобраться в данных дискуссионных проблемах, необходима разработка универсальных этических императивов.

Адаптируя философский подход к журналистской этике [2; 3; 5; 7; 8], мы предлагаем несколько принципов универсальной журналистской этики:

1. Гуманность (Г).
2. Принцип альтруистической любви (А).
3. Правдивость (П).
4. Профессиональная ответственность (О).

За каждый из них стоит определённая этическая максима, которой руководствуется в своей повседневной работе журналист. Представим данную концепцию в виде схемы:

Г	А
«Не навреди»	«Цени других больше, чем себя»
П	О
«Не доноси ложной информации»	«Готов отвечать за последствия своих действий»

Рис. 1 Этические принципы универсальной журналистской этики.

Используя философский подход, мы начали создание универсальной журналистской этики на основании нескольких фундаментальных принципов, которые

1. Отражают наиболее универсальные этические стандарты и соответствуют важнейшим ценностям человечества: любви, правде, свободе и пользе.

2. Позволяют упорядочить другие ценности журналистике в целостную систему.

3. Позволяют решить глобальные проблемы журналистики.

Опора на данные принципы предполагает заключение общественного договора, все участники которого опираются на одни и те же этические принципы. Если медиа-группы и холдинги не опираются на данные принципы, общественность имеет право потребовать от данных структур их соблюдения.

Первый принцип «Не навреди» означает, что журналист как врач для общества не должен своей информацией принести вред обществу. Общественное благо, как и общественная польза, является

не просто абстрактным принципом, а критерием отбора тех или иных материалов для публикации. Журналисту важно задумываться о моральных последствиях своих действий и слов.

Этическое изречение врачей «прежде всего, не навреди, вдохновляет, но на практике врачи должны причинять вред (например, ампутировать ногу, чтобы спасти жизнь). Точно так же журналисты регулярно публикуют сообщения о коррумпированных чиновниках, некомпетентных профессионалах и опасной продукции. Эти истории вредят кому-то или группе. Во многих случаях, польза перевешивает вред. В других случаях, отказ от публикации принесет больший вред, равносильный цензуре или не информированию общественности.

Второй принцип «Цени других больше, чем себя» выходит за рамки лишь журналистской этики, а охватывает, в целом, сферу человеческих взаимоотношений. Безусловно, в нашем глобальном обществе, основанном на псевдо-ценностях гедонизма и маммонизма, данный принцип звучит как недостижимая цель. Однако это не означает, что подобный принцип утрачивает силу морального императива, способного регулировать поведение журналиста. Для журналиста как этически ответственного человека ценность других людей стоит выше, чем его личное благо. Он выбирает информацию не по критерию «мне интересно» или «мне полезно», а по критерию «это будет интересно обществу» или «это будет полезной данной социальной группе». Именно выбор данных критериев отбора информации означает реализацию принципа «Цени других больше, чем себя» на практике.

Третий принцип - утверждение достоверности: все журналисты (и новостных организациях) несут этическую обязанность предоставлять общественности достоверные новости и аналитические материалы в рамках ограничений, связанных с сбором новостей. Судить о том, что журналист, новостная организация или новости СМИ, в целом, заслуживают доверия, означает возможность судить о том, что на них можно положиться в плане предоставления точной и надежной информации. Доверие к СМИ означает, что средства массовой информации использовали лучшие методы сбора и проверки фактов для достижения максимально правдивой информации, учитывая ограничения сроков, противоречивые взгляды и неполную информацию. Без доверия, общественное доверие к журналистике подрывается. Доверие относится к кругу нормативных терминов «социально значимы», «правдивый», «надежный», которые применяются к ситуациям доверия, когда кто-то зависит от другого человека или учреждения. Сказать, что объект «достоверный» - значит приписать склонность

объекта предоставлять достоверную информацию при определенных условиях.

Обычный контекст для обсуждения достоверности - эпистемологический. Вопросы достоверности - это вопросы о доказательствах для научного утверждения, методах и опыте профессионала или о точности свидетельских показаний. Доверие - это социальная добродетель. Естественное состояние - это мир, в котором нет доверия. Наша потребность в надежных СМИ является частью нашей потребности в надежных учреждениях. Наше заявление о достоверности содержит подпункт, который мы называем активным доверием: общественность имеет право активно проверять утверждения средств массовой информации о достоверности, в целом, и в отношении конкретных материалов, в частности. Общественность не должна ограничиваться пассивным принятием заверений в достоверности. Она должна иметь возможность подвергать сомнению процедуры, чтобы прийти к «обоснованному доверию» к истории[1, р.64]. Новостные СМИ обязаны способствовать доступу общественности к информации о развитии информационных сюжетов, природе и разнообразии источников, а также – о возможных конфликтах интересов.

Четвертый принцип «Готов отвечать за последствия своих действий» представляет собой требование о последствиях тех или иных актов поведения журналиста. Данный принцип означает, что журналисты должны обдумывать возможные значительные последствия своих действий и найти аргументы в пользу обоснованности своего поведения. Одним из таких аргументов является общественная полезность. Например, принцип невмешательства в частную жизнь граждан может быть нарушен в случае, если речь идет о общественно полезной информации. Данный принцип предъявляет также требование к журналистам, что они должны внимательно рассматривать возможный ущерб, который может причинить данная публикация или программа. К сожалению, в современном мире часто журналисты наносят чрезмерный вред своими публикациями заведомо ложной информации либо серьезно искаженной информации. Заявление об оправданных последствиях состоит в том, что этичные журналисты заявляют, что последствия их действий могут быть оправданы тремя способами:

1. Последствия неважны или этически нейтральны.
2. Последствия преследуют выгоду определенным группам населения или конкретным личностям.
3. Если последствия вредны, то они необходимы с учетом социальных функций журналистики.

Почти в каждой профессии, в каждой этической и правовой системе предотвращение неоправданного вреда является основным обязательством.

Требование об обоснованных последствиях признает требование о профессиональной ответственности. Почти в каждой профессии, в каждой этической и правовой системе предотвращение неоправданного вреда является основным обязательством. Все профессии наносят определенный вред в рамках своей нормальной деятельности. Таким образом, в заявлении об оправданных последствиях не говорится о том, что журналисты должны избегать сообщений, которые причиняют вред. Осознавая, что вреда невозможно избежать, международные кодексы журналистской этики подчеркивают принцип минимизации вреда, например, сочувственно сообщая о семьях, скорбящих в результате трагедии. Причиняет ли журналист оправданный вред, в значительной степени зависит от того, как он или она строит историю. Например, сообщение об уголовном процессе вредит репутации подсудимого. Репортажи, если они основаны на фактах и сбалансированы, этически оправданы из-за роли журналистов в информировании общественности о системе правосудия. С другой стороны, опрометчивый, неточный рассказ о судебном процессе неоправдан. Вопросы изложения сюжета и обоснованных последствий вырисовываются в большой степени в журналистских расследованиях, потому что расследования, как правило, приводят к чрезвычайно порочным историям, часто из-за использования таких обманных приемов, как скрытые камеры.

Рассмотренные в статье принципы журналистской этики можно подвести под более общее этическое понятие «человечность». Журналисту, прежде всего, важно оставаться человеком, то есть, сохранять и совершенствовать свой нравственный облик. Образ журналиста должен ассоциироваться не с аморальными «создателями» желтой прессы или папарацци как квази-фотожурналистов, которые вечно ищут сенсационные и часто скандальные материалы. Образ журналиста должен ассоциироваться с врачом или помощником врача, который помогает «лечить» важные социальные заболевания через «вскрытие» гнойников социальной жизни, про которые мало кто до публикации знал.

В условиях пандемии коронавирусной инфекции формирование этического образа журналиста как социального врача нам представляется наиболее актуальным и продуктивным. Для этого и важно придерживаться тех принципов, которые были рассмотрены в данной статье. Изложенные в ней четыре принципа обеспечивают этической платформу, с которой можно начать решение глобальных

социальных проблем и болезней современной социальной жизни. Поэтому опора на данные принципы нам представляется надежной для этической составляющей деятельности современного российского журналиста.

Литература/ References

1. Neill, O. (2002). *A question of trust*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
2. Beitz, C. (Ed.). (1985). *International ethics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
3. Burger, R., Brezovszky, P., & Pelinka, P. (Eds.). (2000). *Global ethics: Illusion or reality?* Vienna, Austria: Czernin Verlag.
4. Callahan, S. (2003). *New challenges of globalization for journalism*. *Journal of Mass Media Ethics*, 18(1), 3–15.
5. Christians, C., & Traber, M. (Eds.). (1997). *Communication ethics and universal values*. Thousand Oaks, CA: Sage
6. Pavlik, J. V. (2001). *Journalism and the new media*. New York: Columbia University Press
7. Rawls, J. (2003). *Kantian constructivism in moral theory*. In S. Darwall (Ed.), *Contractarianism/contractualism* (pp. 190–218). Oxford, England: Blackwell. (Reprinted from *Journal of Philosophy*, 77(9), 515–572)
8. Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. Cambridge, MA: Cambridge University Press