

...І ЗНОВУ ПРО СОЦІАЛЬНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЖУРНАЛІСТА

Фінклер Ю. Е.

*доктор філологічних наук,
кандидат соціологічних наук, професор,
професор кафедри видавничої справи та медіакомунікацій
Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола
м. Тернопіль, Україна*

1. У травні цього року на II Всеукраїнській науковій онлайн-конференції «Сучасні проблеми україністики та журналістики», яка відбулась на кафедрі журналістики та українознавства НУВГП – дружнього для МЕРУ університету, – я вже презентував власні міркування щодо соціальної відповідальності журналіста. Проте тоді я говорив про правду, напівправду і пана Арестовича – тобто, йшлося про воєнні нюанси журналістської етики. Але війна закінчиться. Як бути із соціальною відповідальністю журналіста після нашої Перемоги, як тлумачити цей цілком неоднозначний феномен журналістської практики?

2. Питання соціальної відповідальності видається чимось освяченим у журналістському середовищі. Вираз, який має силу та вплив, зазвичай використовується як крилата фраза в інституційних медійних кампаніях. Таке освячення впливає з історичної ролі медій як платформи для дебатів і інструменту для рішучих рухів, які мали б завершитись значними досягненнями для суспільства. Повага до цієї історичної ролі медій робить соціальну відповідальність журналіста помітною для професіоналів преси в деяких ключових актах – зокрема, таких як Міжнародні принципи професійної етики в журналістиці. Текст, узгоджений у ході дебатів ЮНЕСКО у 1980-х роках, був підтриманий декількома міжнародними журналістськими організаціями і затверджений на четвертій Консультативній зустрічі міжнародних і регіональних журналістських організацій, яка відбулась у 1983 році спочатку в Празі, а згодом – у Парижі [3].

Текст Міжнародних принципів журналістської етики у формулюванні принципу III стверджує, що на журналіста покладається соціальна відповідальність, а, отже, інформація в журналістиці розуміється як соціальне благо, а не як товар; це означає, що журналісти не звільняються від відповідальності за інформацію, яка передається медіями. Але це стосується не лише тих, хто контролює ці медії, але й широкої громадськості, включаючи різні соціальні кластери. Соціальна відповідальність журналіста вимагає, щоб

журналісти діяли за будь-яких обставин відповідно до особистого етичного сумління.

3. Можливо, поява Міжнародних принципів професійної етики в журналістиці була викликана повагою до однієї із чотирьох моделей функціонування журналістики (лібертаріанська, авторитарна, тоталітарна (радянська комуністична), соціальної відповідальності) як інституціональної практики, відомої більше як «чотири теорії преси» – на справедливую думку Людмили Риженко, ці призабуті теорії “затребувані сьогоднішнім” [4, с. 1]. 1956 року американські вчені Фред Сіберт, Теодор Петерсен і Вільбур Шрамм, пропонуючи свою ідею [6], відкрили скриньку Пандори, так і не розтлумачивши до кінця сам дух ось цього принципу соціальної відповідальності. Ключові питання: а) чи несе аудиторії соціальна відповідальність журналіста модерністське натхнення, яке мало б наділяти пресу, здатну принести “світло” в кожен куточок планети, соціальною функцією культурного піднесення – адже, за твердженням Володимира Різуна, “існування багатьох мас і є відносно демократичною основою життя суспільства та людини” [5, с. 21]; б) за яких умов ось це суспільство делегує пресі повноваження наглядати за інституціями від свого імені? Багато з інтерпретацій соціальної відповідальності стосуються романтичних концепцій журналістики. Сумно відомим можна вважати процес соціально-комунікаційних трансформацій, через який пройшла журналістська діяльність – від кустарної фази та знаряддя боротьби до промислової та ринкової журналістики (дивимось у Вікторії Золяк [1]). Волтер Ліппманн (наприклад, [7]) та Майкл Шудсон (наприклад, [9]), дискусії у форматі Ліппманн – Шудсон (наприклад, [10]) актуалізують еволюцію ідентичності журналіста, яка формується з подвійного дискурсу – гуманістичного контенту та технологічно-методичного мовлення.

4. Прихильність до соціальної трансформації журналіста має ще більше шансів на розуміння того, що, незалежно від професії журналіста в принципі чи професійної категорії окремого журналіста конкретно, особливостей застосування журналістської технології та/або їх деонтологізації фактологічних кодів, обов’язки журналіста як професіонала не можуть бути відокремленими від первісних зобов’язань журналіста як людини. Отже, кожен журналіст несе моральну відповідальність за свої дії, чудово усвідомлюючи, є ці дії свідомими чи примушеними.

5. Вибір людей щодо їх прагнень до свободи та добробуту впливає з системи відліку, визначеної історично-соціальними умовами. Правильне чи неправильне, добро чи зло, – все це визначається спільнотою з приписуванням цінностей, відповідно до ідеології,

концепцій похвали чи звинувачення, встановлення критерію “совість”, який (критерій) керує діями особистості. Правильна дія – це та, яка найкраще відповідає інтересам етично домінантної групи і є бажаною для групи. Таким чином, систему відліку можна розширити та/або переформулювати відповідно до досвіду, дискусій, рефлексій особистості та групи. Це – етична забава, адже дебати і безперервні роздуми про те, *що* є бажаним для себе та для інших, може відобразитися у підвищенні рівня свідомості, який керує діями індивідів, їхніми цілями та намірами. Завдяки етичним вправам та підвищенню рівня свідомості журналіст може краще думати, висловлюватись, розуміти та керувати розумінням аудиторії, здійснюючи моральну відповідальність за власні дії та зобов’язання. З постійним розширенням власної системи орієнтації – рівня своєї свідомості – журналістська практика може ставати набагато більш ціннісною.

6. Подібна практика співпрацює з рефлексією інших людей – аудиторією, з розширенням світогляду та підвищенням рівня розуміння проблеми. Якщо це зобов’язання становить мету, обов’язок і бажання журналіста, воно сприятиме поширенню на свою громадськість згадуваних вже етичних забав, здатних трансформуватися, і саме ця здатність діяти та перетворювати дійсність відповідно до цілей, запропонованих журналістом, пов’язана із здатністю журналіста до рефлексії. Тому журналістська практика і рефлексія є нерозривними чинниками медійно-суспільного існування, а існувати – це вже щось глибше, ніж людська уява. Взаємозв’язок на рівні журналіст – дійсність передбачає перетворення дійсності через журналістську уяву, продукт якої, своєю чергою, зумовлюється як дією, так і рефлексією.

Прийняття журналістом зобов’язань перед суспільством і вимагає процесу гуманізації, і є результатом процесу гуманізації. Мабуть, саме гуманізація журналістської практики, заснована на правдивості інтерпретації будь-якого контенту (дивимось у Марії Комової [2]), насправді може розглядатись і як стандарт, і як необхідність, і як химера диванних експертів. Все залежить від того, в якій з чотирьох моделей функціонування журналістики працює журналіст.

Література:

1. Золяк В. Контентна конвергенція у системі сучасних засобів масової комунікації : монографія. Рівне : О. Зень. 2020. 192 с.
2. Комова М. В. Інтерпретаційна природа комунікаційної взаємодії. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2017. № 1. С. 28–32.

3. Професійна етика журналіста. Зasadничі принципи. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://mediaunion.eu/ua/journalism-ethics/>
4. Риженко Л. М. Соціально-комунікаційні та жанрові особливості консервативного контенту суспільно-політичних мас-медіа : автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій. 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Запоріжжя. 2000. 23 с.
5. Різун В. Маси. К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. 118 с.
6. Four theories of the press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of what the Press Should be and Do, F.Siebert, W. Schramm, University of Illinois Press, 1956. 168 p.
7. Lippmann, Walter ([1922] 1965). Public Opinion. New York. Free Press. 233 p.
8. Revolutionary agent? -- The Roar of the Crowd: How Television and People Power Are Changing the World by Michael O’Neill. Shudson, Michael. Columbia Journalism Review. New York. Vol. 32, Iss. 4 (Nov 1993). 59 p.
9. Schudson, Michael (2008). The “Lippmann-Dewey Debate” and the invention of Walter Lippmann as an anti-democrat 1986–1996. *International Journal of Communication*, 2, pp. 1–20.
10. Whipple Mark. The Dewey-Lippmann Debate Today: Communication Distortions, Reflective Agency, and Participatory Democracy. *Sociological Theory*. Vol. 23, No. 2 (Jun., 2005), pp. 156–178.