

**«...ПРИКЛАДНАЯ ЭТИКА ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ
КОММУНИКАЦИЮ НЕ ТОЛЬКО ВНУТРИ СООБЩЕСТВА
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ, НО И С ТЕМИ, КТО ТАКУЮ ЭТИКУ
ОСВАИВАЕТ»**

Прежде, чем отвечать на поставленные инициаторами дискуссии вопросы, хотел бы изложить некоторые методологические соображения, которые послужили основанием для формулирования моих ответов. Эти соображения возникли на базе осмысления относительно небольшого опыта чтения курса «Профессиональная этика журналиста» на факультете журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова. Поэтому они могут рассматриваться лишь в качестве материала для дальнейших размышлений.

Прикладная этика в системе профессиональной культуры

Для начала констатируем, что понятие «профессиональная этика» выступает в качестве синонима понятия «прикладная этика» применительно к определенной профессиональной группе. В данном конкретном случае применительно к людям, которые реализуют себя в качестве журналистов. При этом следует отметить, что журналистика – одна из немногих профессий, в которой подвизается огромное количество людей, не имеющих специального журналистского образования, пришедших в профессию из других профессиональных сообществ.

Затем укажем, что «профессиональная этика», какой бы смысл мы ни вкладывали в это понятие, является компонентом определенной профессиональной культуры, направляющей и регулирующей деятельность профессионала. Так понимаемая профессиональная культура обладает многослойной структурой. Можно выделить, по крайней мере, три уровня:

- 1-й уровень – технология деятельности;
- 2-й уровень – идеология (включая профессиональную этику) деятельности;

- 3-й уровень – философия деятельности.

Технология деятельности.

«Технология» - слово греческого происхождения, которое в оригинале обозначает знание о мастерстве. Сегодня под технологией понимают, с одной стороны, совокупность приемов и способов обработки, изменения состояния и свойств объекта, а с другой стороны, - науку о таких способах. Та или иная степень владения технологией обозначается понятием «технологическая культура». Технологическая культура - это интегральное личностное образование, соединяющее в себе профессиональные ценности, определяющие личностную направленность операционального состава профессиональной деятельности; совокупность профессиональных умений; индивидуально-творческий стиль профессиональной деятельности, раскрывающий специфику личности профессионала и реализующий эту специфику посредством творческого воплощения существующих стратегий и тактик достижения целей.

На технологическом уровне согласие между профессионалами обычно достигается довольно быстро и главное слово принадлежит практикам. Большое количество книг, статей, семинаров посвящены передаче практических навыков решения различных профессиональных задач.

Идеология деятельности.

Обратившись к идеологическому уровню профессиональной культуры, следует сказать, что осмысление профессиональных действий и отношений, профессиональный самоанализ возможны только в том случае, если существует некий понятийно-оценочный комплекс, задающий язык, на котором может быть осуществлена рефлексия, и система координат, определяющих направленность рефлексивных процессов. Этот понятийно-оценочный комплекс идей и представлений о роли, функциях, принципах журналистской деятельности мы и обозначаем понятием «профессиональная идеология».

Существует много различных определений понятия «идеология». Однако, чтобы не вдаваться в анализ огромного количества литературы по проблемам

идеологии, которую накопило обществоведение, ограничимся указанием на то, что идеология есть более или менее связная система идей и представлений, с помощью которых индивид объясняет себе и другим, как устроено и как должно быть устроено общество, и оправдывает - в своих и чужих глазах - направленность, формы и способы своей общественной жизнедеятельности. Другими словами, исходная функция идеологии заключается в том, чтобы обеспечивать человеку возможность думать, будто он находится в гармонии с человеческим и мировым порядком. В этом смысле идеология по своим целям противоположна совести, задача которой постоянно указывать индивиду на несовпадение реальной жизненной практики с фундаментальными законами человеческого и мирового порядка.

«Идеология - это она дает искомое оправдание злодейству и нужную долгую твердость злодею. Та общественная теория, которая помогает ему перед собой и другими обелять свои поступки, и слышать не укоры, не проклятья, а хвалы и почет. Так инквизиторы укрепляли себя христианством, завоеватели - возвеличением родины, колонизаторы - цивилизацией, нацисты - расой, якобинцы и большевики - равенством, братством, счастьем будущих поколений!»¹

Насколько нам известно, впервые понятие «профессиональная идеология» использовал Е.А. Климов. «"Профессиональная идеология" - это система утверждений, находящихся вне категорий истины и направленных на обоснование общественного положения, статуса, профессиональной, или внутрипрофессиональной группировки, или даже отдельного лица».²

А. Менегетти описывает близкое к профессиональной идеологии явление – «стереотип профессионального объединения», который «конфигурирует и предписывает поведение и отношения в рамках какого-либо общественного института, закона, религии, любой общественной группы и который касается в основном представителей "свободных профессий"».³

При этом отмечается, что «величие» или «ничтожество» человека часто определяется тем, насколько «велика» или «ничтожна» социально-профессиональная группа или партия, с которой он себя соотносит, и что «наша

¹ Солженицын А. Архипелаг ГУЛАГ. Собрание сочинений. - Вермонт-Париж, 1980, т. 5, с. 172.

² Климов Е.А. Введение в психологию труда. - М.: Изд-во МГУ, 1988. С. 119.

³ Менегетти А. Система и личность. - М.: Серебряные нити, 1996. С. 43.

изначальная сила, способность структурировать власть самозащиты, самоопределения безвозвратно уничтожается, когда мы связаны рамками стереотипа, образующего вокруг нас своего рода клетку».⁴

Все это близко и к другому понятию – «социально-профессиональная идентификация» (*от лат. identificacio - отождествление*). В психоанализе - это «процесс, в результате которого индивид бессознательно или частично бессознательно, благодаря эмоциональным связям ведет себя (или воображает себя ведущим) так, как если бы он был тем человеком, с которым данная связь существует»; в социальной психологии - это «отождествление индивидом себя с другим человеком, непосредственное переживание субъектом той или иной степени своей тождественности с объектом».⁵

Примерами так понимаемой идеологии являются различные этические и профессиональные кодексы. Так, Декларация «Ваши обязанности как журналиста» была принята Международной федерацией журналистов как кодекс принципов, которым должны следовать работники средств массовой информации, занимающиеся сбором, передачей, распространением, комментированием новостей и описанием событий. Вот как сформулированы некоторые из зафиксированных в ней положений:

«1. Уважение правды и права общества знать правду - первая заповедь журналиста.

2. Во исполнение этой обязанности журналист должен отстаивать принципы свободы. Это касается сбора и публикации новостей, а также комментирования и критики.

3. Журналист обязан передавать лишь выверенные факты, в достоверности которых он убедился. Он не должен утаивать общественно важную информацию, фальсифицировать, искажать документы.»⁶

Профессиональная идеология имеет две взаимосвязанные функции: внешнюю и внутреннюю⁷.

⁴ Там же. С. 44.

⁵ Психологический словарь, 1983. С. 122.

⁶ «Журналист», 1993, № 1. С. 77.

⁷ Кравец А.С. Идеология науки. / <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2005/01/25/0000202893/12-Kravets.pdf>.

Внешняя функция журналистской идеологии обусловлена необходимостью защиты корпоративных интересов журналистского сообщества, сопряжена с обоснованием общественной пользы журналистской деятельности, прав и претензий журналистов. Эта функция проистекает из потребностей легитимации журналистской деятельности, взаимодействия журналистики с другими социальными институтами, из необходимости материального, экономического и правового обеспечения занятий журналистским трудом.

Внутренняя функция направлена на регулирование отношений в самом журналистском сообществе. Этот порядок, или система норм, идеалов, ценностей призваны обеспечивать воспроизводство журналистского сообщества, преемственность в традициях, задавать общепринятое в журналистском сообществе ранжирование ценностей, поддерживать и укреплять профессиональную этику.

Понятно, что в условиях сложноорганизованной деятельности и наличия множества профессиональных субкультур внутри профессиональной культуры сосуществует большое количество идеологий, которые формируют и разрабатывают для себя и под себя практически все действующие в пространстве этой профессии субъекты. Различные идеологии конкурируют друг с другом в борьбе за сознание тех профессионалов, которые обеспечивают, в конечном итоге, выигрыш удачной идеологии с соответствующими дивидендами.

Также очевидно, что в условиях существования множества профессионально-идеологических парадигм, конфликтующих друг с другом, влияние корпоративных кодексов поведения не очень велика. Зато значительно возрастает личностная ответственность профессионала за профессиональное и этическое самоопределение, требующая от него постоянной рефлексии над процессом и результатами своей деятельности. Но сознательное отношение к своей деятельности предполагает выделение себя из профессиональной среды как относительно самостоятельного субъекта профессиональной деятельности, способного оценить собственную деятельность и деятельность других субъектов сквозь призму собственных профессиональных критериев. Без преувеличения можно сказать, что в нынешних условиях

профессиональное самосознание является одним из основных показателей профессиональной зрелости журналиста, PR-специалиста, рекламиста.

Степень профессионального самопонимания определяется глубиной проникновения профессионала в свою профессиональную сущность, полнотой охвата многообразных проявлений профессиональной деятельности, упорядоченностью знаний о собственной профессиональной деятельности и эффективностью применения этих знаний для саморегуляции профессиональных действий. Чем полнее профессионал улавливает в себе закономерные черты профессии, тем достовернее профессиональный автопортрет, в котором отражается не только уникальный мир профессиональных ориентаций индивида, но и мир профессиональных исканий всего профессионального сообщества.

Рефлексия, то есть осознание профессионалом законов своей деятельности, предполагает прежде всего определенный уровень развития личности и, что очень важно подчеркнуть, развития самой деятельности. Выявление и осмысление объективных оснований деятельности невозможно до тех пор, пока она выступает для человека в отчужденной от него форме, не как личностно значимое творчество, а как процесс функционирования.

Философия деятельности.

Обратимся к самому глубокому уровню профессиональной культуры, который связан с архетипами, алгоритмами, языковыми дискурсами, «археологией» и историей профессионального знания и действия – всем тем, что можно назвать философией профессии⁸.

Анализ существующих определений позволяет выявить три основных подхода к пониманию философии:

- философия как деятельность,
- философия как наука,
- философия как мировоззрение, то есть система наиболее общих взглядов на мир и место человека в нем, на отношение человека к окружающей его действительности и самому себе, а также обусловленные этими взглядами основные жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы

⁸ См.: Мальковская И. Знак коммуникации. - М., 2004.

познания и деятельности, ценностные ориентации и т.д. (Именно это имеют в виду, когда говорят о философии профессии.)

Что касается журналистики, то некоторые профессионалы⁹ считают возможным использовать понятие «философия журналистики», другие утверждают, что у журналистики нет, и не может быть никакой философии¹⁰.

Я исхожу из предположения, что философия профессии, в данном случае журналистской, представляет собой комплекс фундаментальных матриц, определяющих пространство (или веер) возможных вариантов профессионального поведения и способов этической оценки этих вариантов.

Введение в аналитический арсенал специалистов, исследующих проблемы профессиональной культуры, понятия матрицы, позволяет увязать профессионально-этические и иные аспекты профессиональной деятельности с глубинными факторами общественного развития.

Речь идет об идеях Карла Полаanyi¹¹ и Дугласа Норта¹², которые высказали предположения о том, что система институтов каждого конкретного общества образует своеобразную институциональную матрицу, которая определяет спектр возможных траекторий его дальнейшего развития. Полаanyi полагал, что институциональная матрица направляет экономические отношения между людьми и определяет место экономики в обществе, она задает социальные источники прав и обязанностей, которые санкционируют движение благ и индивидуумов при входе в экономический процесс, внутри него и на выходе. По определению Норта, институциональная матрица общества представляет собой свойственную ему базисную структуру прав собственности и политическую систему. Норт считал, что экономические и политические институты в институциональной матрице взаимозависимы, политические правила формируют правила экономические, и наоборот. При этом и Полаanyi, и Норт полагают, что каждое общество имеет конкретную, свойственную только ему институциональную матрицу.

⁹ Например, глава издательского дома Axel Springer Матиас Депфнер использует понятие «философия журналистики» в качестве синонима понятия «социальная ответственность журналиста». См.: <http://www.media-online.ru/index.php3?id=301318>. В книге «ВИЧ/СПИД И СМИ. Рекомендации для журналистов» (Киев, 2006) есть специальный раздел, названный «Кухонная философия» для журналистов».

¹⁰ «Философия журналистики!» Бог мой, да какая в журналистике философия! (Рубинов А. ПРОДАЕТСЯ ЖУРНАЛИСТИКА. - Журналист, 2006, № 5. С. 57. / <http://www.journalist-virt.ru/mag.php?s=200605571>).

¹¹ Полаanyi К. Великая трансформация: Политические и экономические истоки нашего времени. - СПб.: Алетей, 2002.

¹² Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. - М.: Начала, 1997.

Развивая эти идеи, С.Г. Кирдина сформулировала положение о том, что «институциональная матрица – своеобразный генотип общества – складывается в момент образования государств и на протяжении их развития сохраняет свою природу»¹³. По мнению С. Кирдиной, человечество знает две базовые матрицы, которые во многом определяют образ жизни и социальной деятельности людей: X-матрица и Y-матрица. Каждая из этих матриц опирается на специфические именно для нее экономические, политические и идеологические институты. В интерпретации Кирдиной, с которой в данном вопросе трудно спорить, это выглядит следующим образом¹⁴:

X-матрица	Y- матрица
<i>Экономические институты</i>	
Верховная условная собственность	Частная собственность
Редистрибуция (аккумуляция-согласование-распределение)	Обмен (купля-продажа)
Кооперация	Конкуренция
Служебный труд	Наемный труд
Снижение издержек (X-эффективность)	Возрастание прибыли (Y-эффективность)
<i>Политические институты</i>	
Административное деление	Федерация
Иерархическая вертикаль во главе с центром	Самоуправление и субсидиарность
Назначения	Выборы
Общее собрание и единогласие	Многopартийность и демократическое большинство
Обращения по инстанциям	Судебные иски
<i>Идеологические институты</i>	
Коллективизм	Индивидуализм
Эгалитаризм	Стратификация
Порядок	Свобода

С. Кирдина предложила еще один важный критерий для классификации общественных институтов. По ее мнению, все институты, регулирующие действия людей и организаций, делятся на базовые и комплементарные. Базовые институты – исторически устойчивые социальные отношения, складывающиеся в ходе взаимодействия социальных групп, позволяющие им совместно выживать и развиваться в данных условиях. Комплементарными являются институты,

¹³ Кирдина С. Институциональные матрицы и развитие России. // <http://kirdina.ru/doc/31oct06/1.ppt>.

¹⁴ Там же.

действующие одновременно с базовыми институтами для выполнения аналогичных функций, то есть институты X-матрицы, действующие в обществах с доминированием Y-матрицы, и наоборот. Комплементарные институты всегда имеют менее распространенный характер, их действие опосредовано рамками базовых институтов, выражающих природу свойственной обществу институциональной матрицы.

Комплементарные институты носят вспомогательный, дополнительный характер, обеспечивая устойчивость институциональной среды в той или иной сфере общества. Но, как в генетике доминантный ген, «подавляя» рецессивный, задает проявляющиеся признаки живого организма, так и базовые институты определяют характер складывающейся в обществе институциональной среды, задают рамки и ограничения для действия дополнительных, вспомогательных институтов.

Три культуры – три этики

О том, что СМИ как общественный институт и журналистика как тип социальной деятельности функционируют в соответствии с нормами и правилами, вытекающими из специфики общественного устройства, специалисты узнали из давней работы американских социологов Сиберта, Шрамма и Питерсона «Четыре теории прессы», опубликованной в Америке в 1956 г.¹⁵ Назвав эти нормы и правила «теориями прессы», авторы выделили четыре таких теории:

- 1) авторитарную,
- 2) тоталитарную (советскую),
- 3) либертарианскую,
- 4) теорию социальной ответственности.

К этим теориям прессы Макуэйл¹⁶ прибавил еще две:

- модель развивающихся стран,
- модель демократического участия.

¹⁵ Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. - М.: Национальный институт прессы и изд-во Вагриус, 1998.

¹⁶ McQuail D. Mass Communication theory. 2nd edition. London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publications. 1987. P. 111–123.; МакКуэйл Д. Массовая коммуникация и общественный интерес: к вопросу о социальной теории структуры и функционирования медиа. / В кн.: Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. / Хрестоматия. – М.: Едиториал УРСС, 2003. С. 179 -188.

Согласно концепции Раймонда Уильямса¹⁷, система СМИ может быть:

- авторитарной,
- патерналистской,
- коммерческой
- демократической.

Мой подход к анализу типов СМИ и журналистики был впервые сформулирован в 1988 году в статье, опубликованной в ныне забытом журнале «Слово лектора». Затем он излагался в некоторых других моих публикациях перестроечной эпохи¹⁸.

Позднее эти идеи были более или менее отчетливо выражены в книге «Российский журналист в посттоталитарную эпоху» и других публикациях.¹⁹

Суть подхода заключалась в утверждении, что в рамках российской профессиональной журналистской культуры сосуществуют несколько альтернативных парадигм профессиональной деятельности, отличающихся друг от друга всеми компонентами, включая и нравственно-этический. Все они располагаются в своеобразном «пространстве», образуемом тремя векторами, в качестве которых выступают фундаментальные социально-профессиональные установки, определяющие общий характер отношения журналиста к аудитории.

¹⁷См.: Sparks C., Reading A., *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London, Thousand Oaks, New Delhi. SAGE Publications. 1998. P. 52.

¹⁸ Дзялошинский И. Еще раз о технократическом подходе. // Журнал «Слово лектора», 1988 № 4; Дзялошинский И. Журналистское мышление: особенности структуры и функционирования на современном этапе. - В кн.: Средства массовой информации в формировании нового мышления. - Л., 1989; Дзялошинский И. Советская журналистика: три парадигмы творчества. - В кн.: Журналист. Пресса. Аудитория. - Л., 1991; Дзялошинский И. Категории и парадигмы журналистской деятельности. - В кн.: Основные понятия теории журналистики. - М.: Изд-во МГУ, 1993.

¹⁹ Дзялошинский И. Российские СМИ в избирательной кампании: уроки эффективности. - М.: Викон, 1996; Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. - М., 1996; Дзялошинский И. Как создаются «герои» и «дьяволы». // Журнал «Советник», 1997, № 1; Дзялошинский И. В плену манипулятивных технологий. // Журнал «Советник», 1997, № 7; СМИ и структуры гражданского общества: проблемы взаимодействия. - М., 1999; Дзялошинский И. Редакционная политика как фактор успешной деятельности СМИ. - М., 2000; Дзялошинский И. Три типа профессионального поведения журналиста. // Журнал «Профессия Журналист», 2001, № 4; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. - М.: Пульс, 2002; Дзялошинский И. Какая журналистика может считаться социальной? - В кн.: НКО и СМИ: мостик через пропасть. - М., 2002; Дзялошинский И. Политические технологии в пространстве масс-медиа. // Журнал «Эффективное антикризисное управление», 2003, № 5-6; Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в поисках баланса интересов. - В кн.: Региональные СМИ и демократия в России. - М., 2003; Дзялошинский И. Russia: Cultural Transformations, Tolerance, and the Media. *South Atlantic Quarterly* 105(3): 617-636 (2006); Дзялошинский И. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. - М.: Престиж, 2006; Дзялошинский И. Роль СМИ в организации диалога власти и общества. - В кн.: Роль СМИ в формировании гражданского общества. - М.: Хроникер, 2006; Дзялошинский И. СМИ как субъект публичной политики. Публичная политика в современной России. - М.: ТЕИС, 2006; Дзялошинский И. Инновационная журналистика: модное словосочетание или путь развития СМИ. // Журнал «Телецентр», 2007, № 1(21); Дзялошинский И. Гражданские коммуникации в негражданском обществе. - В кн.: Медиаобразование: от теории к практике. - Томск, 2007.

Первая из таких установок ставит журналиста над аудиторией, определяя его право рассматривать своих читателей как объект управления (воспитания, формирования), а себя – как носителя или транслятора управленческих программ разного типа и уровня. Если попытаться одним словом охватить конечный смысл деятельности журналиста, исповедующего этот подход, то этим словом будет «воздействие».

Подобного рода журналистская практика получила свое достаточно фундаментальное обоснование в работах многих теоретиков и исследователей, создавших комплекс стройных и по-своему совершенных концепций управляющего воздействия, опирающихся на представление об активной роли средств массовой информации, выступающих в качестве субъекта пропаганды, и пассивной (несмотря на многочисленные оговорки) роли аудитории, рассматривавшейся в качестве объекта идеологического, пропагандистского воздействия.

Вторая установка размещает журналиста рядом с аудиторией и ориентирует его на отношения информирования. В этом случае журналист считает своей основной профессиональной обязанностью поставлять аудитории разнообразные интересующие ее сведения, данные, материалы, оказывать помощь в выражении мнений.

Обе эти установки, несмотря на существенные различия между ними, приводят к отчуждению аудитории от СМИ.

Третья фундаментальная установка требует от журналиста находиться внутри определенного человеческого сообщества, рассматривать себя как заинтересованного участника совместного с аудиторией поиска решений сложных жизненных проблем. Главная идея такой журналистики заключается в том, что журналистам следует рассматривать читателей, зрителей, слушателей не как фон или пассивных наблюдателей, не как жертв различных обстоятельств, а как участников решения важных вопросов. Эта журналистика самоопределяется в таких терминах, как «гуманитарная», «личностная», «коммунитарная», журналистика соучастия и т.п.²⁰.

²⁰ В Америке примерно такая же идея была реализована в концепции гражданской (общественной) журналистики. Гражданская журналистика на первый план ставит не права журналистов, а их обязанности перед обществом. Другими словами, такая журналистика требует от редакторов и руководителей служб

Сказанное выше делает очевидным вывод, который не нравится специалистам в области профессиональной этики журналиста. Этот вывод заключается в утверждении, что есть не одна нормативная этика, записанная в различных кодексах, а три этики, являющиеся органичной частью разных профессиональных культур²¹.

Влияние глубинной матрицы, определяющей тип профессиональной культуры, на этические воззрения работников СМИ легко прослеживается в их высказываниях по поводу различных профессионально-этических проблем. Вот как звучит ответ известного профессионала на вопрос студента о социальной ответственности журналиста: *«Я считаю, что сегодня фраза насчет профессиональных обязанностей журналиста перед обществом по большей части из области теории. По-моему, сегодня журналист профессионально выполняет чей-то заказ. Не более и не менее. Делает качественный, покупаемый продукт. Актуальный, и в срок. А рассуждать о судьбах страны и с пафосом думать, что таким образом можешь что-то реально изменить, пустое дело».*

новостей выполнять журналистскую работу так, чтобы она помогала людям преодолевать чувство апатии, бессилия и отчужденности, побуждала их к действию, превращая их из пассивных зрителей в активных участников гражданских акций. Американский опыт функционирования гражданской журналистики изложен в книге: Эдвард Д. Миллер. Шарлоттский проект. Как помочь гражданам взять демократию в свои руки. – М., 1998.

²¹ Выступая в качестве эксперта на заседании Общественной коллегии по жалобам на прессу, которая рассматривала заявление журналистки Зои Световой по поводу статьи Владимира Перекреста «Маркелов и Бабурова оказались вместе не случайно», опубликованной 13 февраля 2009 г. в газете «Известия», я высказался в том смысле, что автор статьи, нарушивший все мыслимые нормы официальной журналистской этики, виновным себя не ощущает и не будет ощущать по той простой причине, что в рамках исповедуемого им лично и защищающим его редактором газеты понимания журналистики соблюдение этих общепризнанных этических норм не является обязательным. Цитирую сам себя: «Виноват ли тигр в том, что привык питаться свежим сырым мясом? Виноват ли слон в том, что предпочитает мясу свежую зелень? Это иллюзия, будто З. Светова и В. Перекрест оба состоят в одной профессиональной корпорации. Сегодня в России, как, впрочем, и в остальном мире, существуют, как уже говорилось выше, по крайней мере, три разных подхода к пониманию журналистики. Я совершенно убежден в том, что ни г-н Перекрест, ни г-н Мамонтов не чувствуют за собой никакой вины и рассматривают данное разбирательство как потешную забаву, затеянную по заявлению не совсем уравновешенной коллеги (выразив свое недоумение по поводу обращения Световой, Мамонтов назвал это «свойством ее характера»). И это не потому, что они лично являются безнравственными людьми. Просто они живут в такой, пользуясь выражением Ю.В. Казакова, паражурналистике, где все, что они делают, это и есть, по их представлениям, журналистика. А то, о чем пишут специалисты по журналистской этике – выдумки далеких от настоящей журналистики людей». В ответ на эту мою реплику председатель Палаты медиа-сообщества, сопредседатель Общественной коллегии по жалобам на прессу М.А Федотова заявил, что все журналисты, независимо от характера профессиональной деятельности и особенностей издания, в котором они работают, должны соблюдать нормы профессиональной этики. Более того, в решение Общественной коллегии «О жалобе З.Ф.Световой на газету «Известия» в связи с публикацией В.Н. Перекреста «Маркелов и Бабурова оказались вместе не случайно» (13.02.2009) включен специальный пункт: «Признавая принципиальное различие между так называемой «журналистикой влияния», медиа-бизнесом и социально ответственной журналистикой, члены Общественной коллегии высказались за то, чтобы любые публикации, становящиеся предметом спора, оценивать с позиций общепризнанных норм профессионального поведения журналистов, абстрагируясь от соображений прибыльности, политической целесообразности или лояльности».

А вот что пишет по этому поводу в своем эссе, посвященном проблемам журналистской этики, студентка 6 курса заочного отделения факультета журналистики МГУ, работающая в одном из городов Центральной России: *«Кто идет работать на телевидение в моем городе? Как ни парадоксально, в основном, это молодые девушки притягательной внешности. И по случайному (или нет?) стечению обстоятельств подавляющее большинство из них – жены крупных функционеров, солидных бизнесменов или те, кто активно планируют ими стать. Как известно, работа для этих девушек – способ «выгуливать» наряды, получать свежие сплетни и ответная реакция на известную формулировку «ну что ты сидишь дома, займись там чем-нибудь». Как вы думаете, можно ли стать профессиональным и этичным журналистом с такой мотивацией? Ответ напрашивается сам собой.*

Что касается коллективов местных газет, то в редакциях чаще всего можно встретить людей старшего поколения, вышедших из любительских кружков областного радио или школ юных журналистов при районном Доме культуры. Ясно, что о профессиональном образовании речи не идет вообще. Эти милые и добрые люди трудятся во благо провинциальных проправительственных «Ведомостей» (такие «ведомости» найдутся в каждом уважающем себя регионе) или вкладок к ТВ-панорамам/антеннам/неделям и т.д. И, к сожалению, чудовищно мало получают. А жить как-то надо. И отсюда появляются те самые проблемы с продажностью, подкупом и коррумпированностью журналистов».

Таким образом, если проанализировать обозначенные выше типы журналистики в терминах теории матриц, можно сделать вывод о зависимости доминирующего типа журналистики от доминирующей в обществе матрицы. Так, СМИ типа X-матрицы - это средства государственной информации и пропаганды, главной задачей которых является обеспечение государственного влияния на общественное мнение и стереотипы поведения населения (журналистика влияния). СМИ типа Y-матрицы - это реализованная идея гражданской журналистики. Коммерческие СМИ (журналистика медиабизнеса), ориентированные на извлечение прибыли, представляют собой медиапредприятия, которые пытаются в

своей деятельности совместить принципы, нормы, правила, характерные как для X-матрицы, так и Y-матрицы.

Исходя из этого, можно констатировать, что, поскольку на сегодняшний день в России доминирует X-матрица при возрастающей роли общественных институтов, характерных для Y-матрицы, то и в коммуникативной сфере мы наблюдаем соответствующее соотношение трех типов СМИ и трех типов журналистики.

Доминируют государственные и прогосударственные СМИ, выполняющие пропагандистскую роль проводника интересов власти. Относительно успешно развиваются так называемые коммерческие СМИ, главной задачей которых является извлечение прибыли. Однако коммерциализация СМИ в условиях, когда другие общественные институты действуют в режиме X-матрицы, привела к тому, что многие из них перестали не только соответствовать своему информационному назначению, но и выполнять присущие им культурные, просветительские и другие функции. Отсутствие традиций гражданского общества, выключенность населения из политического процесса привели к тому, что коммерческие СМИ вынуждены удовлетворять весьма узкие, по большей части бытовые и развлекательные, интересы своей аудитории, да к тому же весьма вольно интерпретируемые менеджерами медиапредприятий.

Что касается так называемых независимых качественных изданий, то их судьба незавидна.

Теперь, опираясь на изложенные выше соображения, я отвечу на вопросы инициаторов дискуссии.

Вопрос А: Разделяете ли вы диагноз-прогноз о двух сценариях развития прикладной этики – инерционном и инновационном?

В целом разделяю. Однако с одной существенной оговоркой: динамика взаимоотношений между этими сценариями будет определяться не внутренней борьбой различных групп специалистов в области прикладной этики, а взаимодействием социальных институтов, определяющих взаимоотношения между базовой и комплементарной институциональными матрицами. Вернее, так:

внутренняя борьба между группами специалистов, исповедующих разные подходы к пониманию прикладной этики, будет определяться невидимой рукой социального процесса.

Вопрос Б: Считаете ли вы адекватной для характеристики ситуации в этико-прикладном знании предложенную классификацию парадигм?

Если исходить из установки инициаторов дискуссии на эмпирический анализ подходов, складывающихся в практике изучения и преподавания прикладной этики, то эта классификация ничем не хуже и не лучше множества других. Однако я не уловил в ней какого-то основания, позволяющего обосновать классификацию не личными предпочтениями тех или иных специалистов, а какой-то глубинной матрицей. Ни в коем образом не отрицая правомерности и креативности предложенной классификации, считал бы необходимым продолжить поиск в различных направлениях.

Вопрос В: Считаете ли вы необходимым отредактировать трактовку этих парадигм? Предложите, пожалуйста, свои редакции. Возможно, у вас есть иная классификация? Или вы просто добавите другие парадигмы?

Еще одна причина, по которой я считаю необходимым продолжение работы по поиску адекватной классификации парадигм, заключается в том, что в предложенной классификации рассматриваются взаимоотношения между группами специалистов в области прикладной этики и только. Между тем, прикладная этика отличается от теоретической или нормативной тем, что она представляет собой коммуникацию не только внутри профессионального сообщества специалистов по прикладной этике, но и коммуникацию между преподавателями (экспертами) и теми, кто эту этику осваивает. Причем среди осваивающих есть не только студенты, но люди, много лет работающие в определенной сфере.

Не вдаваясь в детали, приведу лишь одну из множества классификаций, в рамках которой выделяются следующие группы работников:

1) *дилетанты* - люди, которые умеют выполнять различные несложные виды деятельности;

2) **специалисты** - люди, в совершенстве знающие определенные технологии и практически беспомощные за пределами освоенных умений;

3) **профессионалы** – люди, обладающие достаточным творческим потенциалом для решения неординарных задач или предложения неординарных решений для рутинных задач;

4) **транспрофессионалы** - люди, обладающие очень широкими знаниями и умениями в разных областях, способные эффективно работать в команде²².

Понятно, что если прикладную этику рассматривать как сферу взаимоотношений между экспертами разного типа и работниками разного типа, то могут быть сформулированы совсем иные классификации.

Вопрос Г: Как, по-вашему, в какой парадигме прикладной этики работаете вы (как исследователь, разработчик, преподаватель, практик ...)? Опишите технологию приложения в разделяемой вами парадигме. С каким ноу-хау она связана? Чем оно отличается от традиционных способов связи философской этики с практикой? Или вы полагаете рефлексию на тему ноу-хау излишней?

Если исходить из предложенной авторами классификации, то я как преподаватель работаю в той парадигме, которую авторы называют проектно-ориентированной. Никакая другая парадигма не может быть эффективной при взаимодействии с журналистской аудиторией. Главный вывод, который я сделал на основании опыта преподавания профессиональной этики журналистам, заключается в том, что любые теоретизирования по поводу высокой миссии журналиста, любые цитирования каких-либо этических кодексов вызывают у слушателей либо зевоту, либо резкое желание возразить. И юные, и вполне зрелые коллеги с энтузиазмом цитируют высказывание американского журналиста Д. Рендалла: *«На тему этики написано и сказано больше чепухи, чем на любую другую тему в журналистике. Это излюбленный предмет всех теоретиков от журналистики - главным образом потому, что дает прекрасную возможность для нападок на журналистов-практиков. Кроме того, этикой высоколобые журналисты вечно попрекают беспутных грешников, топчущих ту же ниву.*

²² См.: Малиновский П.В. Транспрофессионализм как критерий эффективности управления человеческим потенциалом. / <http://www.shkr.ru/lib/actions/ss/malinovsky/publications/1>.

Шансов на успех у них не больше, чем у человека, пытающегося проповедовать целомудрие матросам, прибывшим в порт после полугода плавания.

Помимо них, существуют организации, вбившие себе в голову, что во всяком зарождающемся демократическом обществе журналисты прежде всего нуждаются не в печатных машинках, дешевых полиграфических услугах, компьютерах или осветительных приборах, а в лекциях по этике. Мотивируется это так: обучите этике тех, кто постиг только азы демократии, и очень скоро они станут точными копиями репортеров из "Washington Post". Подобным вздором мы обязаны почти всеобщему непониманию проблемы. Повседневная этика и этика вообще - две совершенно разные вещи»²³.

И дальше: «При определении этики и при решении вопроса, следуете вы ей или нет, ключевыми факторами являются: зарплата, конкуренция и культура в вашей газете. Первый фактор - очевидный. Платите штатному журналисту 3000 долларов в год, и он (или она) волей-неволей пойдет на выполнение любых скользких поручений на стороне, чтобы обеспечить себе нормальное существование; платите ему 100 000 долларов в год, и он сможет позволить себе быть принципиальным почти по любому моральному пункту. Бывают, конечно, и исключения - например, если высокооплачиваемый репортер до смерти боится потерять прибыльное место в штате, он будет готов пойти на все, чтобы удержаться там. Однако, в основном, чем выше зарплата, тем больше принципов журналист может себе позволить.

Важен также вопрос конкуренции. Ожесточенная борьба за читателей между газетами может подтолкнуть редакторов к соблазну: нажать на сотрудников, чтобы те огибали острые этические углы. А конкуренция между журналистами, бесспорно, подталкивает некоторых из них на поступки, которых они не совершили бы при других обстоятельствах. И когда доходит до этого, если подходить к этике как к вопросу морали, - вы как журналист можете быть моральны лишь настолько, насколько вам позволяют ваша газета и ее культура.

Так что такая журналистская этика - это либо кодификация доминирующих правил поведения и культуры, либо не имеющие отношения к делу

²³ Рендалл Д. Универсальный журналист. СПб, 1998. / http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=202&c_id=1770.

призывы следовать стандартам поведения, обреченные на полное невнимание к себе. И в том, и в другом случае толку в ней немного»²⁴.

Правда, при этом оппоненты предпочитают не говорить о том, что вся восьмая глава книги Д. Рендалла, начинающаяся с этого эпатирующего заявления, посвящена как раз довольно подробному изложению так называемой Новой этики, которая на самом деле представляет собой пересказ общеизвестных этических стандартов.

Что касается использования инновационных технологий, то они заключаются в подготовке студентами этических экспертиз сложных профессиональных ситуаций и коллективном обсуждении как самих ситуаций, так и предложенных экспертиз.

Подводя итог всему вышесказанному, можно констатировать, что любые рассуждения о прикладной этике без анализа взаимоотношений между базовыми и комплементарными институциональными матрицами, порождающими всю гамму этических противоречий и столкновений, чаще всего будут вырождаться в абстрактное неубедительное теоретизирование.

Только в том случае, если дискуссии по поводу этических кодексов будут увязываться с анализом их взаимосвязи с конкретными моделями общественного развития, можно будет построить достаточно убедительные коммуникации между экспертным сообществом и адресатами этического консультирования.

²⁴ Там же.