

## **Вступ**

### **Ставка для суспільства**

Сьогодні питання етики пронизують численні сфери людської діяльності.<sup>1</sup> Серед них засоби інформації та журналістика, важливість яких у житті сучасного суспільства не треба доводити: медіа для сучасної людини за частістю користування стоять на третьому місці після роботи та сну. І це не пасивне користування, бо хоч питання етики інформаційних засобів насамперед цікавлять її головних учасників — журналістів і керівників медійних структур, проте стосуються також і громадськості. Саме громадськість занепокоєна порушеннями, розходженнями, відхиленнями від норми, помилками, котрі їй здаються несумісними з розумінням ролі засобів масової інформації, яку ті можуть відігравати в суспільстві.

#### **I. Етика інформаційних засобів**

Сфера діяльності інформаційних засобів надзвичайно різноманітна щодо їх змісту та соціальних функцій. Розглядати етику інформаційних засобів — це не лише враховувати аспекти журналістської діяльності. Останні досить складні, щоб виправдати специфічні етичні розмисли.

Що таке інформувати? Це належно впорядковувати відомості, для того щоб повідати їх іншій особі чи багатьом людям. Інформація сьогодні вимагає єдності форми та змісту при її передаванні та повідомленні.

---

<sup>1</sup> Alain Etchegoyen, *La Valse des éthiques*, Paris, François Bourin, 1991.

Що слід розуміти під етикою? Багато авторів подають терміни моралі й етики як взаємозамінні. Не без підстав, оскільки ті, хоча й різні за походженням — латинським і грецьким, відбивають звичаї та суспільну мораль. У сучасних дискусіях про мораль та етику, проте, виділяють розходження між цими двома поняттями. Ці розходження відповідають двом моделям, вибір яких, найчастіше, визначається простою домовленістю.

Перша з цих моделей посилається на класичне визначення. Мораль — це первісна інстанція, співвідносна з сукупністю правил, оснований на людській діяльності та взаєминах, які індивідуум приймає, щоб жити в суспільстві. Вона претендує на абсолютність і всеосяжність. Етика ж розуміється як особисте втілення в життя сукупності цінностей, що їх добровільно приймає індивідуум, аби вважати себе корисним. Вона видається допоміжною. Ця концепція підтверджує різницю, яку встановив філософ Поль Рікер (Paul Ricœur) між тим, “що вважається правильним” (етика), і тим, “що визнається обов’язковим” (мораль).<sup>2</sup>

За цією моделлю, відмінність між мораллю й етикою можна також розуміти як вираження різниці між загальними правилами та приписами, притаманними певній сфері діяльності. Професійна етика, що визначає обов’язки, таким чином окреслила порядок свого застосування “у властивій їй сфері”. Вона поширюється на групу, професію в медійній галузі та власне журналістів.<sup>3</sup>

Наділена інструментальною функцією, етика, можливо, й втратила в нормативній силі, довговічності, універсальності, які характеризують мораль, проте вона виграла в гнучкості, в здат-

---

<sup>2</sup> Paul Ricœur, *Soi-même comme un autre*, Paris, Seuil, 1990, p. 200. Це протиставлення відсилає до доробку Арістотеля, де ця етика характеризується з її *теологічного* боку (ціль діяльності), та до доробку Канта, де мораль визначається через обов’язковий характер норми (основа діяльності), Поль Рікер розглядає *деонтологічну* позицію (основану на понятті обов’язку).

<sup>3</sup> Denis Huisman, *L’Age du faire. Pour une morale de la communication*, Paris, Hachette “Plurier”, 1994, p. 12 – 13.

ності пристосовуватися та давати відповіді на конкретні ситуації, в стратегічній силі дії.

Друга модель взаємозв'язку між мораллю й етикою пропонує розглядати першу відносно. Мораль — це “сукупність правил, прийнятих у певному суспільстві та в певний проміжок часу, зусилля на відповідність цим правилам, заклик їх дотримуватися”. Етика ж визначена як “наука, завдання якої — висловлювати судження про те, що добре, а що погане.”<sup>4</sup> Етика тут вирізняється потребою систематизації через критичний підхід. Вона зосереджується на основах.<sup>5</sup> Цей підхід збігається з концепцією, яку обстоюють численні сучасні автори, зокрема ті, хто посилається на англосаксонську традицію, розрізняючи нормативну етику та метаетику. В цьому сенсі різниця — у функціях регулювання (мораль) і легітимності (етика).

Отже, етику можна вважати за вищу інстанцію відносно моралі, оскільки вона узаконює самі моральні основи. Професійна етика розуміється як сукупність обов'язків, що забезпечує регулювання практичної діяльності. Згідно з цією другою моделлю, вона може лише впливати з моралі, котра встановлює їй певне обмежене застосування.

---

<sup>4</sup> André Lalande (éd.), *Vocabulaire technique et critique de la philosophie*, Paris, PUF, 8-е вид., 1960, р. 305 – 306.

<sup>5</sup> Цю думку поділяє Жаклін Рус (Jacqueline Russ): “Етика прагне проаналізувати структуру правил поведінки, які формують мораль, судження про хороше й погане, котрі поєднуються в останній (...), цим вона руйнує створені структури й аналізує їх створення, щоб дійти прихованих основ обов'язку” (*La Pensée éthique contemporaine*, Paris, PUF, “Que sais-je?”, 1994, р. 5).

## II. Сфера застосування етики інформаційних засобів

Етика інформаційних засобів, за своїм визначенням, припускає невживання терміна моралі та може ефективно використовуватися в окремому контексті. Це прийнятно тільки за двох умов. Перша — зберегти те, що охоплює мораль, знати первинні основи добрих вчинків у їх класичному значенні та сукупність правил, відомих як норми в їх сучасному сенсі. Друга — це застосування етики на таких різних рівнях: характеристика навичок, стратегічне застосування норм поведінки в особливих ситуаціях, формулювання норм, обґрунтування й надання їм законної сили, регулювання практичної діяльності.

Згідно з англосаксонською традицією, сприйняття етики можна представити трьома рівнями аналізу.<sup>6</sup> Перший рівень — описовий, він дає соціографічний та історичний аналіз правил моралі в їх сукупності та прояві від одного суспільства до іншого, від однієї епохи до іншої. Другий рівень — нормативний, належний до філософії моралі, він прагне дати визначення тому, що стосується Добра і Зла, Справедливості та Несправедливості, спрямований на те, щоб сформулювати обов'язки та права. Третій рівень — метаетичний, він постає з рефлексивної етики, яка, з одного боку, вивчає гносеологічні, логічні або семантичні питання, що стосуються двох перших рівнів і, з іншого боку, виходячи за межі формальної критики системи морального дискурсу, розглядає легітимність практикованих у суспільстві норм.

До цих трьох рівнів слід додати стратегічне значення етики. Щоб визначити йому місце, треба стисло згадати про відмінність двох класичних підходів до етики. Згідно з підходом, оснований на морально-етичному обов'язкові в стилі кантівських міркувань, етика встановлює правила поведінки, за своєю суттю добрі та справедливі. Згідно з теологічним підходом, орієнтованим на кін-

---

<sup>6</sup> Andre Gosselin, *Le champ éthique de la pratique du journalisme et du droit à l'information*, *Communication*, 13 № 1, printemps 1992, Université Laval, Québec.

цеві цілі, моральність поведінки людини оцінюється залежно від наслідків. В останньому разі це означає, що маломоральні за своєю суттю вчинки можуть привести до бажаних результатів і сприяти, наприклад, згідно з утилітаризмом Бентама (Bentham) та Міля (Mill), цілі, добре зрозумілій у суспільстві. Що стосується засобів інформації, стратегічна етика спирається на цей другий підхід: вона прагне заспокоїти людей та втримати політичну владу від втручання, заявляючи про внутрішню саморегуляцію професійної діяльності. При цьому вона посилається на поширену, добре зрозумілу ідею ліберальної перспективи як найбільшої свободи, наданої інформаційним засобам у суспільстві. Стратегічна етика допускає неминучі відхилення від норми ЗМІ задля забезпечення цієї основної свободи. Алексіс де Токєвіль (Alexis de Tocqueville) підтвердив: “Щоб отримати безцінні блага, забезпечувані свободою преси, треба вміти змиритися з неминучими мінусами, які вона породжує”.<sup>7</sup>

Отже, ми можемо дозволити собі говорити про етику ЗМІ, не посилаючись уже на мораль, у тому разі, коли уточнимо означення різних її рівнів:<sup>8</sup>

- *описова* етика полягає в дослідженні й описанні *практичної діяльності* інформаційних засобів у майже етимологічному сенсі: звичок, моральності журналістів і ЗМІ, а також цінностей, які явно чи ні пов’язані з професійною діяльністю; цей опис містить перелік *обмежень*, яким підпорядковується журналіст;
- *стратегічна* етика виникла в ході дискусій про регулювання медіями; як на етику, вона часто набуває надмірних форм, коли спрямована протистояти намірам зовнішнього втручання, повідомляючи про добру *репута-*

---

<sup>7</sup> Alexis de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, Paris, UGE, 1963, p. 117.

<sup>8</sup> Ці відмінності повторюються Boris Libois, *Éthique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1994.

цію; це професійна етика, яка саморекламується, двозначно натякаючи, що “етика виправдовує себе”;

- *нормативна* етика формулює обов’язки та права; зокрема, стосовно журналістики вона відповідає етичним кодексам та контролю за їх дотриманням такими органами, як рада преси, медіатор чи омбудсмен; нормативна етика забезпечує *регулювання* практичної діяльності;
- *рефлексивна* етика, або метаетика, вирізняється серед інших форм етики, вона *узаконює* практичну діяльність, норми поведінки, а також піддає випробуванню імідж.

Без сумніву, є багато прикладів порушень у роботі інформаційних засобів. Теоретично їх можна пояснити плутанням різних рівнів етики. Практично вони відбуваються тому, що нині в сучасних інформаційних засобах існують власні сили, які прагнуть протистояти етичним вчинкам індивідумів. Саме тому етика інформаційних засобів описує діяльність не лише її найочевидніших агентів: журналістів, фоторепортерів, телережисерів та операторів. Вона також стосується висвітлення роботи їхніх керівників і ЗМІ як організації.

Ці дві чисельні категорії дійових осіб об’єднуються в процесі діяльності інформаційних засобів. Робота журналістів є складником діяльності ЗМІ, а вони, в свою чергу, неминуче звертаються до журналістів, бо саме ті займаються інформацією. Це поєднання, яке добре засвідчує системний підхід, проявляється в розгляді двозначності терміна “преса”. Не говоритимемо навіть про друкарську машину, праматір слова, а розглянемо пресу з іншого боку: професійний корпус журналістів, журнали й періодичні видання, медійні організації загалом і навіть сукупність обраної в суспільстві системи інформування та думок. Щодо терміна “журналістика”, то він характеризує практичну діяльність, навички журналістів, а також функціонування й ефективні методи роботи ЗМІ.

У міркуваннях про етику прагнуть до загальності. Водночас у своєму розвитку вона переростає в окрему культуру, яка, в цьому

разі, впливатиме на практичну діяльність ЗМІ в певному суспільстві, зокрема ліберального типу. В книзі етика ЗМІ переважно стосуватиметься роботи журналістів, ролі ЗМІ та їх взаємовідносин із громадськістю за умов демократії Західної Європи та Північної Америки.

Сфера її застосування досить широка, ми спробуємо скласти попередній перелік уразливих місць:

- крихка незалежність журналістів у їхніх стосунках з органами влади;
- порушення при перевірці достовірності інформації, пов'язані з впливом ринкових законів, швидкістю опрацювання інформації, ефективністю роботи професійних авторів повідомлень;
- плутання понять “свобода слова”, що належить усім, і “свобода преси”, контрольована обмеженим колом осіб;
- подання пріоритетної інформації, що характеризує певні аспекти дійсності, щоб тримати в курсі подій слухачів або читачів;
- кривди, завдані людям через застосування насильницьких дій, втручання в особисте життя, нехтування презумпцією невинності.

Ці вразливі місця стосуються різних аспектів діяльності всіх партнерів, зайнятих у суспільних зв'язках. Що ж до самої громадськості, то треба запитати себе, чи не несе й вона, хоча б частково, відповідальність за ту інформацію, яку отримує? Етика інформаційних засобів є, власне, ставкою для суспільства.