

Олена Кузнецова

СКЛАДОВІ ВДОСКОНАЛЕННЯ МОРАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ

Здійснено теоретичний аналіз моральної соціальної відповідальності журналістів; показано її суспільну роль, значення, дано визначення поняття моральної соціальної відповідальності журналіста, названо складові її формування: освіта, самоосвіта журналістів, індивідуальне, редакційне, корпоративне саморегулювання, медіаосвіта аудиторії ЗМІ.

Ключові слова: моральна соціальна відповідальність журналістів, журналістська етика, саморегулювання, медіаосвіта.

Сделан теоретический анализ моральной социальной ответственности журналистов; показаны её общественная роль, значение, дано определение понятия моральной социальной ответственности журналиста; названы составляющие её формирования: образование, самообразование журналистов, индивидуальное, редакционное корпоративное саморегулирование, медиаобразование аудитории СМИ.

Ключевые слова: моральная социальная ответственность журналистов, журналистская этика, саморегулирование, медиаобразование.

The theoretical analysis of the moral social responsibility of journalists has been made; its social role, significance has been shown; definition of the concept of moral social responsibility of a journalist has been given; components of its formation: education, self-education of journalists, individual, editorial, corporate self-regulation, media literacy of media audiences have been named.

Key words: moral social responsibility of journalists, journalist ethics, self-regulation, media literacy.

Постановка проблеми. Роль ЗМІ як важливого інструменту соціалізації особи, розвитку демократії зумовлює важливість і значення порушеної теми. «Професія журналіста є соціально відповідальною, тобто журналіст відповідає за своє слово насамперед перед аудиторією, адже він реально впливає на зміни в суспільних настроях і на життя суспільства», — підкреслюють автори підручника «Журналістська етика» В. Іванов та В. Сердюк [2, с. 23].

Для багатьох журналістів соціальна відповідальність, вірність професійним етичним принципам — правдивості, об'єктивності,

соціальної відповідальності, чесності, поваги до приватного життя, громадських інтересів, загальних цінностей — важать набагато більше, ніж матеріальний зиск, комфорт і добробут. Однак є багато сучасних журналістів, які порушують етичні вимоги, деструктивно впливають на соціум, не виконуючи загальні соціальні функції ЗМІ: інформаційну, освітню, просвітницьку, виховну, контролю за розвитком демократії, дискредитують журналістську професію, суспільну роль журналістів своїм аморальним, агресивним, девіантним контентом.

Об'єктом дослідження є моральна соціальна відповідальність журналістів України, праці журналістикознавців щодо соціальної відповідальності, матеріали українських ЗМІ з відхиленнями від журналістських етичних вимог, міжнародні, українські, литовські національні документи з журналістської етики.

Предмет дослідження: моральна соціальна відповідальність журналістів України та складові її вдосконалення.

Мета статті: вдосконалення системи саморегулювання моральних проблем ЗМІ, підвищення професійної моральної культури журналістів та сприяння демократичному розвитку України.

Завдання статті: 1) уточнити зміст, дати визначення терміна «моральна соціальна відповідальність журналіста»; 2) порівняти наявність у міжнародних документах з журналістської етики, чинних в Україні, і в Кодексі етики українського журналіста фіксації принципу соціальної відповідальності; 3) виявити об'єкти впливу контенту журналістського матеріалу в аспекті моральної соціальної відповідальності журналістів; 4) дати визначення терміна «моральна соціальна відповідальність журналістів»; 5) виявити рівні саморегулювання, що сприяють формуванню моральної соціальної відповідальності журналістів.

Гіпотеза дослідження. Багато українських журналістів порушують свободу ЗМІ, а саме її складову — соціальну відповідальність журналістів через неповне розуміння своєї суспільно важливої професійної місії, недостатнє знання журналістських етичних вимог міжнародних та національних документів з журналістської етики, а також через відсутність безперервної професійної журналістської освіти, самоосвіти, саморегулювання. Ефективність формування моральної соціальної відповідальності журналістів залежить від комплексу дієвості її складових.

Аналіз досліджень і публікацій. Сьогодні доктрина соціальної відповідальності журналістів, яку розробила Комісія зі свободи преси ще 1947 р., продовжує залишатися актуальною. «Теорія соціальної відповідальності виходить із такої головної думки: свобода несе з собою супутні зобов'язання, і преса, яка при нашій системі правління знаходиться у привілейованому стані, зобов'язана нести відповідальність перед суспільством, виконуючи певні важливі функції масової комунікації в сучасному суспільстві», — наголошують Т. Пітерсон, Ф. Сіберт, В. Шрамм у книзі «Чотири теорії преси» [7, с. 113], в якій автори запропонували два шляхи посилення соціальної відповідальності журналістів: 1) створення незалежних громадських інститутів управління ЗМІ для їх саморегулювання; 2) подальше вдосконалення професіоналізму журналістів на основі кодексів журналістської етики, стандартів журналістики.

В. Литвин у статті «Етичні засади діяльності журналістів у нормативно-правових документах України» [3] пише про правову соціальну відповідальність журналістів. У публікації «Мас-медіа як суб'єкт соціальної відповідальності» К. Трегуб досліджує соціальну відповідальність загалом і соціальну відповідальність ЗМІ як окремого соціального інституту, уточнює термін «соціальна відповідальність ЗМІ», розрізняє такі види соціальної відповідальності: правову, політичну, економічну, моральну [8].

У розділі «Поняття та види соціальної відповідальності» підручника «Теорія держави і права» О. В. Зайчук та Н. М. Оніщенко стверджують: «Досить обґрунтованою вважаємо класифікацію соціальної відповідальності на неправову та правову. Неправова соціальна відповідальність не має юридичного характеру та виступає у формі моральної, політичної, корпоративної, релігійної, етичної та ін.» [1].

Жоден із науковців не досліджує ні предмет — вдосконалення моральної соціальної відповідальності журналістів, ні об'єкт — моральну соціальну відповідальність журналістів, що визначає **новизну теми, предмета, об'єкта.**

Методологічну й теоретичну основу дослідження вдосконалення моральної соціальної відповідальності журналістів складають: системний підхід, за яким соціальна відповідальність журна-

лістів є результатом взаємодії різних взаємозалежних і взаємозумовлених факторів. Для аналізу вдосконалення моральної соціальної відповідальності журналістів використано функціональний, структурний, інституціональний підходи. Оскільки журналістика в демократичному суспільстві є сферою культури, а журналістська діяльність і творчість є соціальною діяльністю, то методологічною основою дослідження є соціокультурний підхід.

Про соціальну відповідальність як про принцип журналістської етики, ціннісний орієнтир йдеться у наших монографії «Журналістська етика та етикет» та навчальному посібнику «Журналістська професійна етика», де стверджується, що соціальна відповідальність разом із доступом журналістів до інформації, свободою вираження думки в ЗМІ, свободою оцінки в ЗМІ, забороною цензури ЗМІ, свободою доступу до ЗМІ є **складовою свободи ЗМІ**. Оскільки всі складові свободи ЗМІ є взаємозумовлені і взаємозалежні, порушення журналістами принципу соціальної відповідальності на рівні етичних вимог чи законів викликає порушення свободи ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Принцип соціальної відповідальності є третім принципом «Міжнародних принципів професійної етики в журналістиці» ЮНЕСКО (1983 р.). Членом цієї організації є Україна, тож цей принцип має бути чинним і для українських журналістів.

Варто уточнити: соціальна відповідальність журналістів — загальний термін, що складається із **правової соціальної відповідальності** за законами держави та **моральної соціальної відповідальності** за міжнародними, чинними в Україні, і національними документами з журналістської етики.

Моральна соціальна відповідальність журналіста — це дотримання журналістом у своїй діяльності й творчості міжнародних і національних етичних вимог (етичних принципів, етичних норм, обов'язків, заборон, правил), саморегулювання порушень чинних в Україні міжнародних і національних документів із журналістської етики, а також адекватне покарання.

На нашу думку, моральна соціальна відповідальність журналіста є індивідуальним проявом, але, з огляду на численність аудиторії ЗМІ, їх вплив на реципієнтів, суспільну місію сторожа гро-

мадських інтересів, контролера демократичної розбудови держави — **це обов'язок перед людьми, суспільством, державою**. Від наявності чи відсутності моральної соціальної відповідальності журналістів залежать перспективи розвитку держави.

Моральна соціальна відповідальність журналіста — це його моральний обов'язок перед суспільством. За Вікіпедією, «обов'язок — сукупність моральних зобов'язань людини перед іншими. Він виступає як нормативна категорія, що регламентує соціальні обов'язки, котрі повинен виконувати індивід з огляду на суспільну необхідність. Проблема обов'язку є проблемою співвідношення особистого і суспільного інтересу» [5].

Моральну соціальну відповідальність журналіста можна розглядати, оцінювати залежно від того, як його професійна діяльність, творчість відповідає загальним функціям демократичної журналістики і є соціально корисною чи соціально шкідливою.

Моральна соціальна відповідальність журналістів — це виконання ними своїх обов'язків відповідно до чинних міжнародних, національних, редакційних етичних вимог, загальноприйнятих у суспільстві моральних норм і формування в аудиторії ЗМІ морально відповідального ставлення до міжособових, групових, колективних стосунків чи суспільних відносин.

В умовах гібридної війни журналістський контент якісних ЗМІ щодо моральної соціальної відповідальності виконує за впливом на аудиторію такі функції: 1) соціально позитивні (інформування, освіти, просвіти, контролю за розвитком демократії, інтеграційну, морально-виховну, рекреативну, рекламну, гедоністичну); контент бульварної, жовтої преси: 2) соціально негативні (дезінформування, зниження інтелектуального рівня, ідеологічну, пропагандистську, дезінтеграційну, ксенофобії, аморально виховну, психотероризму); 3) соціально нейтральні (інформаційного шуму).

Об'єктами моральної соціальної відповідальності журналіста є не вся аудиторія ЗМІ, а реципієнти, які сприйняли матеріал; люди як джерела інформації (з якими журналіст бесідував, брав інтерв'ю, перевіряв інформацію); герої матеріалів, колеги в редакції, професійне журналістське середовище (з яким журналіст спілкується на прес-конференціях, брифінгах та ін.).

В ідеалі моральна соціальна відповідальність журналіста — це знання, усвідомлення важливої суспільної ролі журналістики, її завдань, наслідків впливу на людей, суспільство, розвиток держави, дотримання чинних етичних вимог, критична оцінка своєї творчості, діяльності ЗМІ щодо їх дотримання згідно з міжнародними і національними документами з журналістської етики, адекватне покарання за їх порушення, передбачене в редакційних, корпоративних, національних кодексах і закріплене в законах.

Моральна соціальна відповідальність журналістів України — це проблема вдосконалення ефективної системи саморегулювання в ЗМІ. Моральна соціальна відповідальність журналістів неможлива без ефективної системи саморегулювання на індивідуальному, редакційному, корпоративному, державному рівнях, без самоосвіти, безперервної освіти журналістів й медіаосвіти аудиторії ЗМІ.

Сучасний американський дослідник Д. Мак-Квейл у теорії соціальної відповідальності виокремлює шість її основних принципів:

Має існувати обов'язок медіа перед суспільством.

- Необхідно дотримуватися високих професійних медіа-стандартів.
- Медіа повинні саморегулюватися в рамках законів.
- Медіа мають уникати інформації й засобів, які можуть призвести до злочинів, насилля, образ тощо.
- Медіа мають подавати різні точки зору, передавати різноманітність у суспільстві.
- Медіапрацівники повинні звітуватися перед суспільством [4].

Якщо накласти як матрицю принципи соціальної відповідальності журналістів Д. Мак-Квейла на українську систему саморегулювання, щоб виявити, чого їй бракує для підвищення моральної соціальної відповідальності журналістів, то можна побачити резерви для її вдосконалення. Варто звернути увагу на останні слова третього принципу: «Медіа повинні саморегулюватися **в рамках законів**».

Заслугує уваги досвід Литовської Республіки щодо **узако-нення діяльності** чотирьох органів саморегулювання ЗМІ: Комісії з етики журналістів і видавців, Комісії з етики радіо та телебачен-

ня, Ради Литовського національного радіо й телебачення, Фонду підтримки преси, радіо, телебачення, що діють у країні як ефективна система саморегулювання засобів масової інформації. До їх складу входять представники неполітичних творчих, професійних, релігійних, освітніх організацій та об'єднань. Закон Литовської Республіки «Про суспільну інформацію» та Кодекс етики журналістів і видавців регулює діяльність цих чотирьох організацій, а також інспектора з етики журналістів, що є державною посадовою особою, призначеною Сеймом за пропозицією Комісії з етики журналістів і видавців відповідно до ст. 25 Закону Литовської Республіки «Про суспільну інформацію».

Варто за литовським досвідом створити **підкомісії експертів для газет, журналів, радіо, телебачення, інтернет-ЗМІ**, що за дорученням Комісії з журналістської етики здійснювали б експертизу, давали рекомендації про розв'язання моральних проблем у ЗМІ. Проте вирішальний голос у розв'язанні моральних проблем усе-таки має належати Комісії з журналістської етики.

У Литовській Республіці окрема Комісія з етики радіо і телебачення регулює діяльність усіх приватних і громадських радіо-, телевізійних станцій. У складі цієї комісії — 11 членів, тільки трьох з них призначає Сейм, решта — представники творчих об'єднань журналістів, видавців.

Доречно за литовським досвідом створити українські фонди підтримки преси, радіо, телебачення. Литовський фонд підтримки преси, радіо та телебачення складається із членів творчої організації журналістів, видавців, творчих об'єднань і відповідно до Закону «Про суспільну інформацію» розподіляє державні субсидії для преси, радіо та телебачення тільки для підтримки культури та освіти.

Позбавлення Карти журналіста для аморальних журналістів — не завжди є покаранням. Тому для науковців першочерговим завданням є дослідження проблем безкарності й покарання журналістів за наслідки для ЗМІ через порушення етичних принципів міжнародних документів ООН, Ради Європи, МФЖ, етичних норм Кодексу етики українського журналіста, редакційного кодексу журналістської етики, враховуючи досвід європейських країн. Зауважимо, що в тих країнах, де Ради з преси накладають штрафи, вони

значно нижчі, ніж штрафи за рішеннями суду, тому й привабливіші для журналістів і редакцій.

«Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод» поряд зі свободами ЗМІ передбачає їх відповідальність перед окремими особами і суспільством загалом. Т. Приступенко зазначає, що обмеження свободи діяльності мас-медіа можуть бути пов'язані лише з шістьма моментами, «а саме: 1) захист інтересів національної безпеки, територіальної цілісності чи громадського спокою; 2) запобігання злочинності; 3) захист здоров'я та моральності; 4) захист репутації чи прав інших осіб; 5) запобігання розголошенню інформації, яка отримана конфіденційно; 6) забезпечення авторитету та неупередженості правосуддя. Важливо наголосити, що запроваджувати обмеження, штрафи можна лише за двох додаткових умов: 1) вони повинні бути передбачені національним законодавством; 2) бути необхідними в демократичному суспільстві»[6].

Таким чином, перед запровадженням штрафів журналістів треба відповідну статтю включити в закони України щодо ЗМІ. Інакше штрафів за аморальні порушення є незаконним.

Висновки. Журналісти мають нести моральну соціальну відповідальність за вплив контенту ЗМІ не тільки перед своїм керівництвом, а й перед героями своїх матеріалів, джерелами інформації, своїми колегами-журналістами, суспільством, державою.

Щоб інтенсифікувати вдосконалення моральної соціальної відповідальності журналістів України, необхідно в кожній редакції створити редакційну комісію з журналістської етики або призначити контролера за дотриманням журналістських етичних вимог, що мають контролювати відповідність матеріалів ЗМІ Міжнародним принципам журналістської етики, Кодексу етики українського журналіста, редакційному кодексу етики. Для цього укласти й схвалити творчим колективом редакції Редакційний кодекс етики (не плутати зі статутом редакції), де обов'язково передбачити розділ «Відповідальність», і штатним та позаштатним журналістам підписувати його разом з контрактом та неухильно дотримуватися.

Окрім того, потрібно впровадити моральну соціальну відповідальність журналістів у редакційну політику, постійно дбати про підвищення кваліфікації журналістів, зокрема щодо підвищення їх моральної соціальної відповідальності, виховання обов'язку як

найвищого морального зобов'язання, внутрішньої якості журналіста.

Удосконалення моральної соціальної відповідальності журналістів як «вічна» проблема демократичної журналістики вирішується через безперервну професійну журналістську освіту, самоосвіту, моральне виховання, самовиховання журналістів, що триває, допоки журналіст є штатним, позаштатним працівником редакції чи фрілансером, а також саморегулювання на індивідуальному, редакційному й корпоративному рівні, зокрема Комісією з журналістської етики, а також за допомогою медіаосвіти: пілотні курси з медіаграмотності в університетах та середніх школах, забезпечення зворотного зв'язку для громадян щодо неякісних матеріалів, підвищення прозорості медіабізнесу, включаючи редакційну політику.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості: використання запропонованих рекомендацій для вдосконалення, уточнення норм журналістської етики в Кодексі етики українського журналіста, редакційних кодексах етики, рішеннях Комісії з журналістської етики, створення редакційних кодексів, для роботи етичних комісій у редакціях, поліпшення саморегулювання, запровадження штрафних санкцій за грубі аморальні порушення й узаконення діяльності Комісії з журналістської етики за досвідом Литовської Республіки з урахуванням національних особливостей і за законом, що матиме позитивні результати, сприятиме підвищенню соціальної відповідальності журналістів України, демократичному розвитку ЗМІ та держави.

1. *Зайчук О. В.* Теорія держави і права : підручник [Електронний ресурс] / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко. — Київ: Юрінком Інтер, 2006. — 688 с. — Режим доступу: http://www.ebk.net.ua/Book/law/zaychuk_tdp/part3/2401.htm.
2. *Іванов В.* Журналістська етика : підручник / В. Іванов, В. Сердюк. — Київ: Вища школа, 2006. — 232 с.
3. *Литвин В. Є.* Етичні засади діяльності журналістів у нормативно-правових документах України [Електронний ресурс] / В. Є. Литвин. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2322>.
4. *Мак-Квейл Д.* Теорія масової комунікації [Електронний ресурс] / Д. Мак-Квейл ; пер. з англ.: О. Возьна, Г. Сташків. — Львів : Літопис,

2010. — 538 с.; Мак-Квейл Деніс [Електронний ресурс] // Вікіпедія. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Квейл>.
5. Обов'язок [Електронний ресурс] // Вікіпедія. — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D0%BE%D0%B2%27%D1%8F%D0%B7%D0%BE%D0%BA>.
 6. *Приступенко Т. О.* Взаємовідносини засобів масової інформації та судової гілки влади в контексті права на інформацію [Електронний ресурс] / Т. О. Приступенко. — Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1374>.
 7. *Сиберт Ф.* Четыре теории прессы [Електронний ресурс] / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. — Москва : Вагриус, 1998. — 223 с. — Режим доступу: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnack516.pdf.
 8. *Трегуб К. С.* Мас-медіа як суб'єкт соціальної відповідальності / К. С. Трегуб // Актуальні проблеми філософії та соціології : наук.-практ. журн. — 2015. — № 4. — С. 136—140.

Володимир Брадов

ПРОБЛЕМАТИКА ДОСЛІДЖЕНЬ МЕДІАРИНКУ УКРАЇНИ В РАКУРСІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Розглянуто проблематику функціонування мас-медіа в ринкових умовах; виділені актуальні аспекти дослідження медіаринку України; зроблено спробу прогнозу можливих результатів наукових розробок проблем, позначених у статті.

Ключові слова: соціальні комунікації, медіаринок, подвійність місії, ризики, саморегуляція, системний підхід.

Рассмотрена проблематика функционирования масс-медиа в рыночных условиях; выделены актуальные аспекты исследования медиарынка Украины; сделана попытка прогноза возможных результатов научных разработок проблем, обозначенных в статье.

Ключевые слова: социальные коммуникации, медиарынок, двойственность миссии, риски, саморегуляция, системный подход.

There was considered special aspects of functioning of the mass media in market environment; relevant aspects of studying the media market of Ukraine have been highlighted; an attempt to forecast probable scientific results of the problems denoted in the article has been made.

Key words: social communications, media market, duality of mission, risks, self-regulation, system approach.