

«МЕДІАЕТИКА»: ПРО УНІКАЛЬНІСТЬ ТА УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ ПРОФЕСІЙНОГО ДОСВІДУ

К. Г. Крістіанс, М. Факлер, К. Б. Річардсон та ін. *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування* / пер. з англ. Олег Король; наук. ред. Ніна Зражевська. Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2014. 592 с.

Професійна етика – це, мабуть, один із найчастіше обговорюваних аспектів зі сфери журналістських стандартів. Значно гіршою є ситуація із її застосуванням на практиці. Українська журналістика в силу певних обставин у питанні дотримання етичних норм виглядає особливо непривабливо, якщо її порівнювати з ситуацією у країнах західного світу, до зближення з яким Україна докладає чимало зусиль.

Дискусії про журналістську етику в Україні – не новина, вони точаться з перемінним успіхом упродовж усього періоду державної незалежності. Загострюючись у передвиборчі періоди й затихаючи у проміжки умовної стабільності політично-суспільного життя. Проблема в тому, що разом зі свободою в українську журналістику прийшли також не знані раніше спокуси і загрози. Спокуси у вигляді легальних чи нелегальних високих гонорарів, отримання вигоди від обслуговування інтересів бізнесових чи політичних груп тощо. Загрози ж – це і втрата робочого місця через неояльність до власника ЗМІ, і ризик для життя чи здоров'я, пов'язаний із виконанням професійних обов'язків.

Часто ці загрози та спокуси стають неподоланим бар'єром на шляху українського журналіста до реалізації вимог етичного кодексу. Такий кодекс в українській журналістиці, звісно ж, є. Але, як висловився ще в 2010 році голова Комісії журналістської етики Володимир Мостовий: «Якщо в журналіста є совість, він не потребуватиме ніяких кодексів, а якщо немає – ніякий кодекс не допоможе».

Світоглядні та суспільно-політичні поділи в українському суспільстві, відсутність цивілізованого медіаринку та олігархізація ЗМІ не сприяли виробленню консолідованої позиції у цьому питанні головними структурами саморегуляції мас-медіа. Лише восени 2013 року вдалося узгодити єдиний Кодекс українського журналіста в результаті тривалих дебатів між членами трьох найважливіших українських журналістських організацій: Комісії журналістської етики, Національної спілки журналістів України та Незалежної асоціації телерадіомовників.

Однак до реалізації засад, викладених в ухваленому Кодексі етики українського журналіста, на практиці так і не дійшло. З одного боку, через те, що журналістські організації в Україні не мають жодних засобів

впливу на ЗМІ чи журналістів, які грубо порушують професійну етику. Багатолітні розмови про потребу запровадити єдину прес-карту досі не дали результату. З іншого ж боку, тому що Україна загалом, а українські журналісти зокрема, опинилися у новій, ще незнаній для себе ситуації – громадянської війни на Донбасі та зовнішньої агресії з боку Росії, що призвело до окупації Кримського півострова. Практично вся українська журналістика опинилася в ситуації інформаційної війни, а багато журналістів на практиці дізналися, що таке робота в зоні військових дій, в умовах безпосередньої загрози життю. Зрештою, українська журналістика вперше зазнала поділу на своїх та чужих, а лінія поділу пройшла по «лінії фронту».

Нова ситуація поставила перед українськими журналістами непрості виклики і в етичній сфері, починаючи вже з окреслень у статтях чи телевізійних і радійних повідомленнях. Приміром: «терористи» чи «ополченці», або – «українці проти сепаратистів». Українські ЗМІ і журналісти ставлять собі ще складніші запитання: чи можна описувати злочини українських військових у зоні АТО? Чи можна давати слово лідерам незаконних ДНР та ЛНР? Як свідчить досвід, за весь період тривання антитерористичної операції – в інформаційній війні страждають не тільки принципи правди, збалансованості та об'єктивності, але й журналістської етики.

Тут варто навести слова французького історика і публіциста Антуана Аржаковського, які, хоч і були сказані кілька років тому, добре ілюструють нинішню українську ситуацію: «Страх став основою для інформації: катастрофи, жахи, насильство. А ще, відділивши істину від етичних цінностей, ми втратили незалежність. Рейтинги і реклама стали основою для інформації, а не подія». Українській журналістиці ще довго доведеться боротися з подоланням негативних тенденцій, які загострила воєнна кампанія на сході країни».

Тому поява навесні 2014 року українського видання колективної праці американських науковців «Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування» стала символічним актом «західної допомоги» українським медіаекспертам, журналістам та викладачам медіаетики. Ця безперебільшення фундаментальна праця всеохопно підходить до питання не лише журналістської етики, але й дає розуміння етичних засад у дотичних до професії галузях: рекламі, PR та сфері розваг. Кожна з відповідних частин книги – Новини, Переконавання в рекламі, Зв'язки з громадськістю і переконування, Розваги – підсумовується розділом «Суть справи в новинарській (до кожного розділу у відповідній – авт.) етиці».

Цінність цієї книги передовсім у тому, що вона дає приклади певних ситуацій у сфері журналістської етики з міжнародного досвіду, які переважно ще незнані українським медіа та журналістам. Кожен приклад не лише детально описано, але й супроводжено коментарем, який дає

змогу зрозуміти глибину етичної проблеми. Або, як пишуть самі автори: «Тут поставлено педагогічну мету – вивчити систему етичних міркувань і етичних понять у знайомому контексті. На цій основі можна додати інші структури й відповідним чином розглянути дилеми в різних культурних контекстах».

Приклади подано в основних проблемних категоріях: тиск інституцій, правдомовність, журналісти і джерела, соціальна справедливість, порушення недоторканності приватного життя. Окрему увагу приділено питанню етики у блогосфері й соціальних мережах, зокрема Facebook, що є дуже актуальним для України і мало ще вивченим та обґрунтованим.

На сторінках книжки читач натрапить на етичну інтерпретацію низки досить відомих і суперечливих випадків у світі мас-медіа, таких як сайт WikiLeaks чи суперечки про карикатури на Мугаммеда. Є й більш екзотичні для української практики теми, як-от висвітлення Близького Сходу, сексизм і кубок світу з футболу чи пошесть ожиріння.

У книзі також наведено приклади дилем, ще незаних українським ЗМІ, але таких, що можуть стати незабаром актуальними, якщо владі не вдасться втримати тероризму в рамках зони АТО. Маніфест Унабомбера – розповідь про те, чим аргументували знані американські видання публікацію на своїх сторінках відкритого листа терориста, званого Унабомбер. На українських журналістів також ще чекає непроста моральна проблема – як писати про наших героїв: тільки добре чи теж гірку правду? «Правдомовність у контексті піклування про ближнього – це одна з найбільших проблем, з якими може зіткнутися етичний журналіст», – попереджають автори книги.

Чи, наприклад, актуальна як ніколи проблема з оприлюдненням зображень людського страждання. Сьогодні сторінки українських видань, а особливо монітори та телеекрани, практично щодня демонструють чимось горе: родин, друзів, бойових побратимів та ін. У багатьох випадках журналісти переступають межу дозволеного, задля підвищення медійного ефекту вони грубо втручаються в зону приватності. Про цю межу в книжці йдеться у статті «Знімок потопельника».

Загалом варто зазначити, що хоч у книжці подано пояснення випадків та ґрунтовні коментарі, все ж і читачеві залишено місце для власних висновків та інтерпретацій. Адже як немає ідентичних особистостей, так немає й ідентичних ситуацій та обставин. Журналіст у кожному випадку повинен приймати власне рішення. «На кожному кроці прикладна етика уважно розглядає питання про те, хто повинен відповідати за рішення», – говориться в «Медіетиці».

Українським редакторам і журналістам також доведеться ухвалювати власні складні рішення і нести за них відповідальність. Упродовж

останньої декади ми спостерігаємо драстичне зменшення накладів друкованих видань, а в останніх роках і досить масову відмову від оглядання програм телебачення. Це, зрозуміло, тенденція світова, а не тільки українська. І пояснюють її переважно економічною кризою та розвитком нових медіа. Однак тут варто говорити ще й про таку проблему, як зниження професійного рівня журналістських матеріалів, переорієнтацію контенту популярних ЗМІ в бік збільшення елементів шоу і в новинних, і в публіцистичних програмах, що сталося саме внаслідок погіршення ситуації з дотриманням журналістських стандартів загалом, а журналістської етики зокрема, що й призвело значною мірою до втрати тією амбітнішою аудиторією зацікавлення і довіри як до окремих журналістських матеріалів, так і до мас-медіа загалом.

Очікуване зближення з Європейським Союзом поставить наших журналістів в умови жорсткішої конкуренції у сфері поширення інформації. Конкуренції, з якою неможливо буде справитись, якщо не підвищувати професійного рівня, базованого на журналістських стандартах. Щоб зберегти у перспективі за собою право першості і, сказати б, первісної довіри у сфері інформування української медіааудиторії, вітчизняним ЗМІ і журналістам доведеться повернутися до правила, сформульованого у пункті 2 Кодексу етики українського журналіста – служити інтересам суспільства, а не влади чи власника ЗМІ. В силу інтеграційних і взагалі глобалізаційних процесів перед українською журналістикою все гостріше буде стояти завдання освоєння нового контенту, пов'язаного з проблематикою інших релігій, інших рас, традицій, світоглядних чи й сексуальних орієнтацій, гендерних взаємин і так далі, з чим неможливо буде впоратися без знання стандартів професійної етики.

Володимир Павлів