

І. С. Бондаренко,
канд. філол. наук

УДК 316.774-057.4: 316.728(477)

До проблеми духовно-морального статусу сучасної української журналістики

У статті досліджуються основні тенденції розвитку професійної освіти журналістів, визначається роль духовно-морального концепту у формуванні професійних компетенцій майбутнього медіафахівця.

Ключові слова: журналістська етика, медіаосвіта, мораль, духовність, ціннісні орієнтації, професійні стандарти.

Останнім часом науковці наголошують на тому, що засоби масової інформації стали «універсальною лабораторією» (О. Полікарпова) для філософського вивчення неперервних процесів формування нових ціннісних орієнтацій суспільства. Мас-медіа, поряд із культурою, мистецтвом, релігією, – це один із важливих компонентів психосоціального середовища існування людства. За останні десятиліття у журналістиці суттєво змінилися можливості її взаємодії з аудиторією, способи та засоби збору і зберігання інформації, трансформувалися технології підготовки журналістських матеріалів. У ситуації постмодерну не змогло не змінитися і ставлення самого соціуму до мас-медіа, яке цілодобово занурене в активне (ба навіть, агресивне) інформаційне середовище. Поведінка людини, його ціннісні установки, ідеали безпосередньо детерміновані засобами масової інформації. Процеси моральної трансформації суспільства неодмінно проходять крізь «зону журналізму». Тому загальнолюдські цінності добра, любові, щастя, істини, сенсу життя набувають у щоденній журналістській практиці особливого звучання та змісту, окреслюючи моральну культуру та свідомість сучасного українського суспільства.

У сучасному медіапросторі по-новому складаються взаємовідносини всіх учасників процесу комунікації. Трансформуються традиційні ролі та стратегії, зміщуються вектори розвитку. На ці процеси особливо чутливо реагує дитяча та молодіжна аудиторія. Будучи найбільш мобільною та діяльною, вона швидко змінює свої медіауподобання й конструє свою медіареальність. Сьогодні ЗМІ втрачають виховну функцію, змінюючи її на функцію розважальну та віртуальне задоволення базових потреб.

Виняткова актуальність проблем етичного регулювання ЗМІ зумовлена величезною соціальною відповідальністю журналіста у глобалізованому світі. Сучасний інформаційний простір ви-

магає нових підходів до його досягнення та репрезентації. Змінюються й удосконалюються методи роботи журналіста, а з ними – трансформуються норми, принципи та стандарти діяльності професіонала у галузі мас-медіа. При цьому слід пам'ятати, нові ЗМК часто переносять реальність у площину віртуальної дійсності, продукуючи численні «симулякри» та «симуляції» (Ж. Бодріяр), що позбавляє людину критичного сприйняття, розуміння істинності події чи явища. Дослідники наголошують, віртуальна реальність конструє «штучні» цінності, позбавлені морального наповнення, а отже вони не можуть стати справжніми дороговказами, орієнтирами людського життя.

У площині питань журналістської етики лежить і проблема медіаосвіти українського суспільства. Зазначимо – сучасні концепції медіаосвіти (у якій журналістика виступає головним суб'єктом трансляції знань та виховання особистості) базуються на морально-демократичних підвалинах. Медіаосвіта – це процес розвитку людини за допомогою і на матеріалі ЗМК з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь адекватного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів, навчання різноманітним формам самовираження засобами медіатехніки. Прикро, але журналістикознавці констатують, «медіаосвіта = захист від ЗМІ + підготовка до аналізу ЗМІ + розуміння сутності та функцій ЗМІ + усвідомлена участь у медіакulturі» (О. Вартанова, Я. Засурський) [1]. Цілком зрозуміло, орієнтуючи діяльність майбутнього журналіста у морально-етичне русло, плекаючи у ньому шанобливе й коректне ставлення до своєї аудиторії, ми забезпечуємо сталість та духовність суспільства.

До проблеми духовно-морального статусу сучасної української журналістики та професійно-



етичної підготовки майбутнього медіафахівця неодноразово зверталися Т. Бондаренко, В. Іванов, О. Кузнецова, Т. Кузнецова, Г. Лазутіна, В. Лизанчук, Л. Пономаренко, І. Пенчук, Б. Потятиник, Т. Приступенко, В. Різун, В. Сердюк, Я. Ширченко та ін.

Трансформація ролі та значення інформації у функціонуванні й розвитку суспільства зумовлює нові вимоги до журналістів, для яких інформація є змістом професійної діяльності, а інформаційна продукція залежить від здатності приймати етично-професійні рішення на основі морального вибору й відповідальності за результат своєї праці. «Специфіка роботи журналіста зумовлена тим, що він постійно перебуває в професійному полі етичних дилем, у так званих «сірих зонах», вихід із яких підпорядкований нормам професійної етики, засадам власної моралі, суспільним цінностям, вимогам керівництва», – зауважує Т. Бондаренко [2, 68]. Зміна соціальних стандартів в країні виявила у сучасних мас-медіа низку етичних колізій та кризових ситуацій. Тому *мета* статті полягає у дослідженні проблеми духовно-морального статусу сучасних українських мас-медіа та питання формування професійних компетенцій майбутніх журналістів в умовах освітніх та соціокультурних трансформацій. Досягнення мети передбачає розв'язання таких *завдань*: проаналізувати значення морально-етичної моделі навчання у становленні професійної моральної свідомості; охарактеризувати кодифікаційну парадигму журналістської діяльності; визначити проблему рецепції найвищих моральних цінностей людства у творчості сучасного журналіста.

Добро і зло – найзагальніші поняття моральної свідомості, що служать максимально узагальненою формою розмежування й протиставлення оцінок (схвалення та осуду) людських дій та якостей. До сфери зла належать брехня, помилковість, недоречність, потворність. Зміст категорії «добро» іноді ототожнюють із сутністю моралі взагалі, хоча більшість учених розглядає добро як морально-позитивне начало; зло – як морально-негативне; а саму етику – як учення про добро і зло. «Добро є те, що оцінюється позитивно, розглядається як важливе і значиме для життя людини і суспільства. Добро є те, що дозволяє людині та суспільству жити, розвиватися, бути щасливою, досягати гармонії й досконалості», – зазначає М. Юрій [3, 32]. Добро передбачає моральний вибір *блага*, вільне утвердження орієнтації на нього. Слід зазначити, будучи однією із основних категорій аксіології, етики, агаєтології, економічної теорії, «благ» має надзвичайно широку сферу застосування – в етико-філософських працях воно розглядається як «найвища цінність», «смісл» і

«щастя» людського життя; як «суспільні блага» і «матеріальні блага» аналізується у наукових дослідженнях, що стосуються соціальної, економічної та політичної сфер життя суспільства; як «вище благо» отримує особливе потрактування у релігійних доктринах і, нарешті, як «загальне благо» постійно фігурує як найвища мета у різноманітних політичних концепціях. Цікаво, що у Міжнародних принципах професійної етики в журналістиці (ЮНЕСКО, 1983) *інформація мислиться як найвище соціальне благо*. Це означає, «що журналіст несе відповідальність за інформацію, що передається. Він відповідає не тільки перед тими, хто контролює засоби масової інформації, а й перед світовою спільнотою, враховуючи різноманітні соціальні інтереси. Суспільна відповідальність журналіста вимагає дотримуватися морально-етичних принципів своєї масово-інформаційної діяльності», – зазначено у документі.

Зло загалом можна охарактеризувати, як ціннісне уявлення, протилежне добру (благу); це те, що руйнує життя і благополуччя людини; воно деструктивне, веде до розпаду, до відчуження людей. А. Скрипник розрізняє дві комунікаційні «протоформи» морального зла: відмова від плідного діалогу, що має форму відкритого або прихованого зазіхання на інтереси інших (насилля, брехня) та байдужість до власної гідності, душевна нерозбірливість, відсутність прагнення до досконалості [4, 194].

У контексті категорії зла сучасні дослідники розглядають явище медіанасильства – засилля медіаматеріалів з домінантним концептом жорстокості та інших неетичних форм, який спричиняє аморальну та асоціальну поведінку реципієнтів, деструктивно впливає на психіку індивіда та його емоційний стан, має здатність маніпулятивно впливати на свідомість людини.

Цікаво, що категорія насильства та жорстокості набула в Україні юридичного статусу й розглядається виключно у площині мас-медійного дискурсу. Так, у Рекомендаціях щодо визначення ознак віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції, що пропагує культ насильства та жорстокості Національної експертної комісії з питань захисту суспільної моралі зазначено: «Жорстокість – це властивість особистості, яка полягає у байдужості до страждань людей або ж у прагненні до їх спричинення. Заклик до насильства та жорстокості – звертання до певної групи людей в усній, письмовій або іншій формі щодо здійснення актів насильства і жорстокості. Культ насильства та жорстокості – надмірне звеличення творів, у яких вихваляються,



видається за норму поведінки застосування грубої фізичної сили, розправа над потерпілим, катування і навіть заповідання смерті. Насильство – застосування (загроза застосування) сили як вияву своєї волі відносно інших. Насильство обмежує можливості дій на власний розсуд того, на кого спрямоване» [5].

До показових висновків приходить українська дослідниця О. Бугера: негативний вплив ЗМІ, зокрема телебачення, може формувати схильність особи до насильницьких еталонів статевої поведінки, намагання задовольнити потреби, в тому числі і матеріального плану тощо, за рахунок вчинення злочинів. Негативний вплив може сприйматись і підлітками, що позитивно характеризувалися в цілому. Однак постійне демонстрування вказаних негативних впливів через ЗМІ може породити у них бажання вчиняти злочини, тим більше що ЗМІ, в тому числі і телебачення, сприймаються неповнолітніми як загальносхвальні еталони поведінки. В перелічених вище випадках негативний вплив ЗМІ виступає в якості причини злочинів серед неповнолітніх. В одних випадках такий вплив є причиною формування негативних поглядів підлітків, а в інших – він виступає зовнішнім поштовхом до злочинної поведінки і взаємодіє з морально-психологічними особливостями неповнолітніх [6].

У філософсько-етичних концепціях сучасного глобалізованого медіапростору особливе місце займає проблема *духовності, милосердя, любові, гуманного ставлення* журналіста до своєї аудиторії. На думку В. Сердюка, «моральний розвиток – це пошук аутентичності в царині взаємовідносин, який полягає в усвідомленні людиною тих законів, які визначають *дію любові* та в подальшому використанні нею цього знання при побудові своїх відносин з іншими людьми. Тоді етичним слід називати такого журналіста, який оволодів здатністю до істинної любові та самозречення. Етичний журналіст виявляє цю здатність у дотриманні чистоти та відданості у своїх відносинах з іншими, за допомогою такого ставлення до читачів, слухачів, яке пронизане справжньою добротою, турботою і прагненням надавати їм підтримку, а також у служінні людям і наданні переваги їхнім потребам порівняно з власними потребами» [7].

Любов – моральна цінність високого порядку; індивідуальне відчуття, яке часто поєднується із усвідомленням щастя. Разом з тим любов як форма міжособистісного спілкування постає як одна із найважливіших етичних категорій. Любов фокусує етичний вимір людського існування і може стати каталізатором моральності. Зауважимо, ще давня культура розрізняла кілька різновидів любові. Так, антична ети-

ка класифікувала і диференціювала певні види любові: *ерос* (давньогре. ἔρως) – це чуттєва любов. В українській мові цей вид любові передається поняттям «кохання». Розвинув концепцію любові-еросу давньогрецький філософ Платон (звідси поняття – «платонічна любов»); *філія* (давньогре. φιλία) – це дружня любов, зумовлена соціальними зв'язками й особистим вибором людини; часто це любов до землі, Батьківщини. Такий вид любові покладено в основу концепції Арістотеля; справжня любов-філія ґрунтується на взаємності, доброзичливості, довірі, турботі, прагненні до доброчинності й досконалості; *сторге* (давньогре. στοργή) – це любов-прихильність, яка проявляється через симпатію та турботу в ставленні до рідних; властива сімейному характеру відносин; *агапе* (давньогре. ἀγάπη) – це любов-милосердя, тобто жертвна, смиренна й прощenna любов; це потреба у самовіддачі, милостива любов до ближнього. Концепція агапе набула розвитку в християнстві (згадаймо: «Люби свого ближнього, як самого себе» (Мт. 22,39).

Для журналістики, яка належить до соціокомунікативного типу професій під кодовою назвою «людина – людина», категорія любові набуває особливого статусу з-поміж інших категорій етики. З одного боку, вона стає професійним гуманістичним орієнтиром для журналістської творчості, з іншого – моделює систему взаємостосунків та почуттів між людьми. Яка ж «формула любові» знаходить найбільше втілення у сучасному медіадискурсі? Численні українські телепроекти («Холостяк», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Неймовірна правда про зірок», «Хата на тата» («СТБ»), «Міняю жінку», «Чотири весілля» («1+1») та ін.) нівелюють загальнолюдське ставлення до любові як найвищої моральної цінності. На жаль, сучасний медійний продукт уможливив ціннісні підміни моральної основи любові у масовій свідомості українців. Ці ґносеологічні та аксіологічні модифікації – своєрідні виклики культури, що неминуче прищеплюють ідеали успішного життя, атрибутом якого є сексуальність. Такі мотивації любові звужують її ціннісний зміст, обмежуючи етичний ареал любові форматом чуттєвих потреб й егоцентризму.

Не меншою силою стає для людини і любов до Батьківщини – *патріотизм*. Як засвідчує аналіз наукових джерел в основу усіх визначень поняття «патріотизм» покладено піднесення почуття любові до Батьківщини, до свого народу. Любов до Батьківщини є духовно-моральною категорією, яка може виражатися по-різному і залежить від якостей людини. Це почуття формується у процесі життя під впливом виховання. Його потрібно виховувати, оскільки моральні, естетичні та інтелектуальні почуття не закладені в людині від народження.



Цілком зрозуміло, що формування, виховання почуття патріотизму в інформаційному суспільстві – прерогатива засобів масової інформації. До цікавих висновків приходять І. Пенчук: «Доводиться констатувати, що молодь України залишилася без громадянсько-значущих орієнтирів, свідченням чого є відсутність дитячої телепродукції з українською ментальністю (брак власної міфотворчості, творів із історичної тематики, національних героїв). Сьогодні лідером дитячого телеекрана стала зарубіжна продукція, вплив якої призводить до забуття традицій і цінностей української культури, втрати високої суспільної моралі, до розриву тяглості поколінь» [8, 3].

Отже, в умовах розвитку інформаційного суспільства постійно зростає роль журналістики як соціального інституту й регулятора людських цінностей, що, як правило, зумовлює гуманізацію професійної підготовки журналістів. Та попри функціонування кодексів журналістської етики, численних нормативно-правових актів у галузі інформаційної діяльності, спроб створення наглядних рад за дотриманням норм журналістської праці, питання духовно-морального статусу й сутності української журналістики є вкрай болючими та невирішеними. Тому глибоке та всебічне вивчення журналістської етики є необхідною умовою формування професійної моральної свідомості та культури майбутнього журналіста, а також здатності до самостійного морального вибору медіафахівця у складних творчо-виробничих ситуаціях.

Bondarenko Iryna. To the problems of spiritual and moral status of the Ukrainian modern journalism.

The article deals with the main tendencies of the journalist's professional education. The role of moral and spiritual concept in formation of professional competence of the future specialist in media sphere is defined.

Keywords: journalistic ethics, media education, morality, spirituality, value orientations, professional standards.

Бондаренко И. С. К проблеме духовно-морального статуса современной украинской журналистики.

В статье рассматриваются основные тенденции развития профессионального образования журналистов, определяется роль духовно-морального концепта в формировании профессиональных компетенций будущего медиаработника.

Ключевые слова: журналистская этика, медиаобразование, мораль, духовность, ценностные ориентации, профессиональные стандарты.

1. *Вартанова Е. Л.* Российский модуль медиаобразования: концепции, принципы, модели [Електронний ресурс] / Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский. – URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/>.

2. *Бондаренко Т.* Етичні дилеми в площині соціокомунікаційної діади журналіст – аудиторія // Вісник Львів. ун-ту. Сер.: Журналістика. – 2011. – Вип. 34. – С. 66–72.

3. *Юрій М. Ф.* Етика : підручник / М. Ф. Юрій. – К. : Дакор, 2006. – 320 с.

4. *Скрипник А. П.* Этика / А. П. Скрипник. – М. : Проект, 2004. – 352 с.

5. *Рекомендації щодо визначення ознак віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції, що пропагує культ насильства та жорстокості Національної експертної комісії з питань захисту суспільної моралі [Електронний ресурс].* – URL: <http://www.moral.gov.ua/documents/41/>.

6. *Бугера О. І.* Проблеми використання засобів масової інформації для запобігання злочинів серед неповнолітніх : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08 [Електронний ресурс] / О. І. Бугера ; Акад. адвокатури України. – К., 2006. – URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/>.

7. *Сердюк В. Є.* Точка відліку – людина. Дещо про етику в сучасній журналістиці [Електронний ресурс] / В. Є. Сердюк. – URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/>.

8. *Пенчук І. Л.* Телебачення для дітей в Україні: інформаційно-емоційний і змістовно-тематичний потенціал : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : 27.00.04 / Пенчук Інна Леонідівна ; Класичний приватний університет. – К., 2012. – 43 с.

Подано до редакції 22. 04. 2013 р.