

В.А.Абилькенова

УДК 179.1

**Профессиональная этика журналиста
и корпоративная этика СМИ:
от дуализма к когнитивному диссонансу?**

Аннотация. Современная ситуация морального выбора, перед которой оказался журналист (следовать ценностям профессии либо противоречащим им правилам корпорации-организации, в которой он работает), обрела новые характеристики, значительно осложняющие давний кризис самоидентификации профессионала.

Ключевые слова: профессиональная этика журналиста, дуализм, корпоративная этика СМИ, профессиональные ценности.

Исследователи уже назвали результаты этого проекта «когнитивным диссонансом», единством противоположностей [7], а также противоречием между «сущим» и «должным». Определенный смысл эти оценки вносят и в исследование ситуации дуализма в журналистике [1] – когда журналист постоянно находится в острой ситуации выбора между необходимостью следовать нормативно-ценностным ориентирам профессии и одновременно требованиям корпорации-организации СМИ, в которой он работает.

Речь идет о проекте, посвященном социологическому изучению представлений журналистов о профессии и профессиональном сообществе, выполненном Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда медиаисследований и развития стандартов журналистики «Медиастандарт» в 2016 году [9]. Он позволяет выявить профессиональную идентичность, базовые ценности журналистов, их социальное, финансовое и профессиональное самочувствие, включая отношение к общественным и государственным институтам. И хотя в вопросах анкеты и в аналитическом отчете этого исследования употребляется термин «внутрикорпоративная этика», а не «дуализм» и «корпоративная этика СМИ», его основные выводы вполне соотносятся, на наш взгляд, с исследованием ситуации дуализма в отечественной журналистике. Сложный нравственный конфликт, в котором оказались журналисты, по данным социологического исследования, является в современной ситуации тупиковым для профессионалов. Это доказывают ответы респондентов (руководителей, корреспондентов, внештатных сотрудников федеральных и региональных СМИ, а также блогеров). Как отмечено в исследовании, «наиболее

активные и респонсивные представители профессионального сообщества журналистов, более склонные к рефлексии по поводу своей профессиональной деятельности, а также имеющие более явную профессиональную идентичность (т.е. определяющие себя как журналистов») на ряд основополагающих вопросов анкеты.

Один из них касался такой ценности журналистской профессии, как ответственность – «перед кем, прежде всего, журналист несет ответственность?» Ответы разделились на две группы: перед кем журналист *должен* нести ответственность с точки зрения норм профессии и перед кем – *в реальной практике*. О должном: перед собой (79%), перед обществом (79%), перед аудиторией (71%), перед профессиональным журналистским сообществом (19%). Ответы на вопрос о реальной ответственности: перед владельцем СМИ (72%), перед властью (67%), перед главным редактором (53%), перед аудиторией СМИ (25%). Несложно обнаружить определенный разрыв между «теорией» и «практикой», между «должным» и «сущим». С одной стороны, журналисты понимают и демонстрируют значимость такой ценности, как «ответственность», но, с другой стороны, как становится ясно, в практической деятельности эта ценность обретает иной смысл, то есть фактически обесценивается.

Еще более парадоксальной эта ситуация выглядит, если проанализировать ответы на ключевой вопрос исследования: респондентам предложили назвать «ограничители свободы, которые могут повлиять на деятельность журналиста, его профессиональную самостоятельность». Оказалось, что на первом месте (очень влиятельные – 63%) – «вышестоящая структура, к которой принадлежит владелец СМИ». Под «вышестоящей структурой» подразумевается «крупный бизнес, включая госкомпании, для которых СМИ — непрофильный актив». На втором месте (60%) – «владелец СМИ». На третьем – (38%) – законодательная база, регулирующая работу СМИ, на четвертом (36%) – «внутренний редактор», внутренние этические уставы. Давление «органов власти, курирующих медиасферу», отмечают 32% опрошенных журналистов. О давлении со стороны «руководителей редакций» говорят 21% опрошенных журналистов. К этому еще подключается «самоцензура», на силу которой указали 23%.

Соотнесение ответов на приведенные выше два вопроса существенно и порождает парадокс, который заключается в том, что в реальной практике журналисты несут ответственность перед теми, кто фактически ограничивает свободу их профессиональной деятельности, лишают их профессиональной самостоятельности. Вряд ли такую ситуацию можно считать здоровой. Особенно если вспомнить, что важным условием профессиональной деятельности журналиста

является свобода слова, ограниченная лишь ответственностью перед обществом и перед профессией. Кстати, эта целевая группа – аудитория и ее общественное мнение – по оценкам журналистов, практически никак не влияет на их деятельность (только 5% оценили ее как «очень влиятельную», в то время как баллы 1 и 2 поставили в сумме 50% респондентов). Различия встречаются только в ответах самостоятельных авторов, но и они в большинстве своем (74%) оценивают влияние аудитории на 1 и 2 балла, и лишь в 5% случаев дают 4-балльную оценку (оценки в 5 баллов отсутствуют). То есть даже для относительно самостоятельных и свободных от владельцев СМИ значимость ее аудитории не слишком велика.

Не менее интересны и другие детали ответов на вопрос об «ограничителях свобод». Например, владельцев СМИ как важных «ограничителей» чаще называли сотрудники государственных СМИ (69%), для фрилансеров они менее значимы (46%). Вышестоящие структуры реже оцениваются как важные представителями интернет-ресурсов (55% при среднем значении 63%) [9]. Из чего можно сделать вывод о том, что именно в государственных СМИ владельцы более всего влияют (или, скорее, формируют) редакционную политику. Именно журналисты федеральных СМИ чаще всего оценивают важными такие ограничители, как «формальные и неформальные правила СМИ». В целом же влиятельными их считают 47% респондентов (как очень влиятельный этот параметр оценили только 17% респондентов, еще 30% дали ему оценку в 4 балла).

При этом справедливости ради необходимо отметить, что «внутренние», «личные ограничители» (в том числе и этические установки – «внутренний редактор») являются для журналистов более жесткими, чем заданные извне правила СМИ, в которых они работают. Однако к этим «ограничителям» относятся и характеристики с отрицательной модальностью – такие как самоцензура, вызванная опасениями внешнего давления, а также риски судебного разбирательства, преследования, – которые отмечаются довольно значительной долей респондентов.

Ценностный разрыв обнаруживается и в ответах на другие вопросы. Например, говоря о предназначении журналистской профессии, респонденты склоняются к «миссии», а не «прагматике». При этом на вопрос о том, к какой сфере относятся СМИ – к деятельности, важной с социальной точки зрения, или бизнесу – однозначно придерживаются мнения о коммерческой основе деятельности СМИ почти половина участников опроса (47%).

Приверженность к профессиональной этике и адекватную самоидентификацию респонденты демонстрируют, обозначая и задачи

журналистики: информирование и просвещение, а не пропаганда. Как наиболее важные роли журналиста они называют обобщение фактов и формирование картины дня (66%), комментирование и анализ событий (65%), а также содействие обмену мнениями в обществе (58%). Формирование у людей определенных взглядов назвали ролью журналистики только 9% респондентов, побуждение к действиям для достижения общих (полезных для общества) целей – 23%. Такая же позиция и при перечислении основных характеристик журналиста: не формальный статус или образование, а знание и соблюдение этических норм, ценностей и правил поведения в сообществе (79% респондентов уверены, что нельзя назвать журналистом человека, пренебрегающего профессиональной этикой).

Знание этических норм – наиболее важная обязательная характеристика журналиста (так считает 71% респондентов), на втором месте – их соблюдение, наличие таланта и грамотное владение языком (66%). Наименее важные характеристики для идентификации журналиста – профильное образование (5%) и членство в профессиональных объединениях (3%). Однако эту идеальную картину разрушает тот факт, что две трети респондентов считают допустимым совмещать профессиональную журналистику с работой в PR, рекламе или на госслужбе.

Приведем примеры высказываний из экспертных интервью этого исследования [9]:

- «мой вывод очень простой – отечественная журналистика потеряла этический и общественный смысл, она стала профессиональной деятельностью по производству некоего контента, который заказан. Точка. В связи с этим надо разговаривать. О чем мы говорим? О том, что журналистика ушла и заместилась некой технологической работой... через дорогу у нас департамент медиакоммуникаций, там совершенно спокойно говорят, что произошло слияние рекламы, пиар и журналистики, что скрытая реклама это правильно и хорошо» (Э1);

- «речь идет о возрождении или реинкарнации смысла профессии. Но об этом сейчас никто не задумывается. Журналистика рассматривается как часть медиаиндустрии, есть медиаиндустрия, индустрия заточена на получение прибыли, следовательно журналист должен прибыль приносить» (Э1);

- «умение писать тексты – это то, что считается сегодня журналистикой» (Э4);

- «сегодня понимание журналистики связано с владением некими компетенциями, технологиями, а не смыслами. Я умею делать грамотный текст, лонгрид, сюжет – и все, и человек искренне полага-

ет, что он журналист, сдвиг в технологическую парадигму. Чего, конечно, не хотелось бы. Нормальные пролетарии умственного труда, продающие свои умственные услуги тому, кто больше заплатит» (Э1);

- «я сказал своим студентам, когда набирал их: “вы не будете журналистами, вы будете заниматься интересными проектами, которые, может быть, монетизируете и заработаете деньги, а может прогорите, но вы журналистикой заниматься не будете”» (Э1);

- «Алексей Волин – все время повторяет: журналистика – это бизнес... СМИ – это бизнес. Они живут продавая рекламу, они не торгуют чем-то, они живут по законам бизнеса, хотя тоже не совсем. А журналистика – это совсем не бизнес, это совсем другое. И часто настоящая журналистика – это убыточное дело, это затратное дело, это не продается широко. Поэтому, конечно, это миссия. А СМИ это бизнес, но чтобы это было бизнесом, туда надо добавлять развлекухи, вот оно противоречие, и оно фундаментально абсолютно» (Э3).

И еще один показательный пример когнитивного диссонанса – оценки собственной работы и ситуации в сообществе. Респонденты – 81% считают, что работа журналистов в России скорее несвободна и несамостоятельна; 77% отмечают, что в современной России профессия журналиста дискредитирована и недооценена, а журналисты не пользуются доверием общества. Но, говоря о своей работе (а не в целом о профессии), журналисты отмечают, что «в ней много самостоятельности и свободы» (73%), престижной (могут гордиться) свою работу уверенно называет 79% журналистов, для каждого из 87% журналистов его работа — так или иначе остается «очень интересной и творческой». Стыдятся говорить о своей работе» лишь 10%.

Сами авторы исследования находят несколько объяснений этому парадоксу [9]. Они предполагают, что «журналисты, в целом имея более критическую ориентацию, создают определенные «мифы» и о собственной профессии, которые затем сами же и транслируют в общественное пространство». Возможно, что «понятия свободы и самостоятельности, в случае журналистики «вообще» и деятельности респондентов в частности, могут пониматься по-разному – как некоторая гуманистическая ценность, «благо», или как ощущение защищенности персонального пространства – и эти два смысла могут оцениваться по-разному». И еще одно объяснение связано с особенностями выборки исследования: «смещением в сторону социально-активной части журналистского сообщества, представители которой могут быть более успешными и в связи с этим могут транслировать более позитивную точку зрения о состоянии дел “на личном

уровне», тогда как их общая оценка всей сферы может и не быть столь позитивной».

А если рассматривать выявленные в результате исследования противоречия между «сущим» и «должным» в контексте дуализма профессиональной этики и корпоративной этики СМИ?

Итог вполне закономерен. Авторы исследования описывают эти противоречия необходимостью журналистам «позиционировать себя в пространстве между “свободной и независимой работой” и “службой для удовлетворения конкретных интересов”, “работой на благо общества” и “работой, направленной на экономическую окупаемость”, – по сути, между двумя полюсами – “миссией” и “прагматической значимостью”».

Сложный нравственный конфликт, перед которым оказались современные журналисты, имеет несколько вариантов разрешения:

- сохранить приверженность профессиональным ценностям журналистики и уйти из корпорации-предприятия, требующей подчинения своим ценностям, противоречащим этике журналистской профессии;
- сохранить рабочее место, зарплату и прочие социальные блага, но при этом отдать предпочтение ценностям корпорации-предприятия;
- поиск компромиссов, когда журналист пытается «усидеть на двух стульях»: называться журналистом и пытаться следовать принципам и нормам профессии, но время от времени сдавать эти позиции, подчиняясь «правилам игры» корпорации-организации.

И эту ситуацию выбора сложно назвать новой. Отечественным журналистам она известна, по крайней мере, с конца 90-х – начало 2000-х годов. Когда только зарождались медиакорпорации и развивались частные формы СМИ, журналисты, оказавшиеся в роли наемных работников и вынужденные исполнять волю владельцев СМИ, в которых они работали, тоже оказались в ситуации морального выбора: служить профессии или работать на хозяина? И возможно ли совместить эти две ипостаси? Об этом, в частности, рассуждали эксперты, участники проектирования Тюменской этической медиаконвенции и экспертного опроса на тему «Журналист в ситуации морального выбора» в Тетрадах гуманитарной экспертизы [10]. Напомним выводы контент-анализа этих материалов.

Суждения участников опроса можно разделить на несколько позиций.

1. Большинство экспертов убеждены, что журналист, выбирающий роль наемного работника, делают осознанный шаг, понимая последствия своего решения. Так, например, В. Познер говорит: «Когда

ты работаешь у частного владельца и принимаешь его правила игры, это твой выбор. Люди, которые говорят, что у них нет выбора, либо не понимают ситуации, либо просто ищут для себя оправдание. И чаще всего – второе» [8,41].

Участники экспертного опроса фиксируют два исключения из этого тезиса.

По мнению М. Асламазян, «выбор зависит от того, насколько то, что журналисту предлагает хозяин СМИ, противоречит его убеждениям. Зачастую у многих просто нет убеждений, в этом большая проблема» [2,12].

С точки зрения Р.С. Гольдберга, на отсутствие выбора ссылаются непрофессионалы: «Широко распространенные ссылки на необходимость исполнять волю владельца СМИ» относятся прежде всего к непрофессионалам. Ибо профессионал, понимая, что комфорт журналистского труда заключен вовсе не в компьютере, мобильном телефоне и престижном автомобиле, а в согласии с самим собой, выбирает такое СМИ и такого владельца, с которым у него существует (увы! какой архаический термин) идеологическое взаимопонимание. ...Каждый может себе выбрать СМИ не только в соответствии с политическими взглядами либо с отсутствием таковых, но и в соответствии с более сложной ориентацией. Поэтому я лично воспринимаю «федоркины отговорки» как неуверенность в себе, как подчиненность может быть даже житейским обстоятельствам, как равнодушие, наконец. И самое главное – как недостаточный профессионализм» [3,21].

Связь свободы выбора с уровнем профессионализма отмечал и В.Н. Дымарский: «У журналиста – наемного работника – выбор есть. Получая приказ и чувствуя моральный дискомфорт, понимая, что так работать нельзя, он в идеале не должен сбрасывать с себя ответственность. Ему надо кормить семью? Но тогда можно и сменить профессию. Ничего больше делать не умеет? Значит, и в своей профессии слаб! Высокий профессионал не боится потерять работу, он знает, что будет востребован» [4,23].

2. В этой позиции один из экспертов предлагает взглянуть на проблему в ином ключе, исключив из сложной ситуации журналиста. В.Г. Лошак считает, что не все зависит от журналиста: «Я считаю, что сегодня гораздо моральнее обслуживать хозяина (когда это профессиональный человек, понимающий кодекс правильного владения бизнесом), чем государство. А уже внутри этой ситуации основное зависит не от журналиста, а от принципов хозяина, от того, определился ли он со своим кодексом при поступлении журналиста на службу, ощущает ли журналист давление хозяина» [5,26].

3. Данную позицию можно назвать «понимающей». Подтверждая в общем, что в сложной профессионально-нравственной ситуации за журналистом остается право выбора, эксперты актуализируют сложность этого выбора. И в отличие от своих коллег, позиции которых представлены выше, они считают заботу журналиста о благополучии семьи вполне актуальной и совместимой с требованиями профессии.

С.В.Новопрудский, например, считает, что в такой ситуации вполне уместен компромисс, нужно «отвоевывать сантиметры». Он говорит: «Что делать, если журналист чувствует моральный дискомфорт от исполнения воли владельца СМИ? Это дело индивидуально-го выбора. Наша профессия плющит журналиста, очень часто испытывает личность на прочность. Но прочные личности тем и отличаются, что даже в том случае, когда есть объективная предпосылка держаться за эту работу, но нет возможности договориться с хозяином полностью, по всем моментам, они пытаются «отвоевывать сантиметры».

«Хлопать дверью» тоже можно, не исключает эксперт еще одного варианта выбора: «И то, и другое – дело выбора каждого человека. ...Но при этом очень важно не покоряться безропотно. Если есть какой-то откровенно отвратительный заказ, покоряться ему – не достойно. Но вовсе не обязательно при этом тут же «хлопать дверью» и уходить в никуда, обрекая семью на голод» [6, 30].

Ради профессиональной и человеческой репутации можно хлопнуть дверью, считает Ю.И. Пахотин, но «такие поступки будут все реже и реже, поскольку и цена контракта высока, и хорошую работу найти человеку, особенно строптивому, громко хлопнувшему дверью именно по моральным соображениям, не так-то просто».

Можно предположить, что прогноз эксперта подтвердился. Именно позиция журналиста, когда он постоянно находится в поисках компромисса, пытаясь «усидеть на двух стульях», на наш взгляд, и приводит профессионала к когнитивному диссонансу. Кризис его самоидентификации, невозможность самоопределения ни к этике своей профессии, ни к требованиям организации, в которой он работает, в итоге приводит в тупик, серьезно осложняясь еще и глубоким противоречием между «сущим» и «должным». Но, оставляя профессиональные ценности «в уме», вспоминая о них лишь как о нормативно установленных, о нормативно должных, но не сущих, журналист, в конце концов, демонстрирует приверженность к ценностям совсем другой профессии: пропагандиста, пиарщика или сотрудника коммерческой службы (копирайтера, например, которому достаточно знать

правила ремесла журналистской профессии и не обременять себя мировоззренческими вопросами и трудностями морального выбора).

Более того, результаты данного социологического исследования подтвердили именно конфликтность ситуации дуализма в отечественной журналистике. И этот конфликт не только внешний – между общественным интересом и редакционной политикой, которую зачастую диктуют владельцы СМИ, между профессиональной этикой журналиста и корпоративной этикой СМИ, в котором работает журналист. Но и внутренний, личностный конфликт, когда журналист знает об этических требованиях профессии, он понимает их значимость и смысл, но в повседневной рабочей практике вынужден поступать в соответствии с правилами организации, в которой он работает. Именно тогда возникают противоречия между «самооценкой собственного поведения и положения во всей сфере в целом». И это противоречие доказывает наш тезис о том, что конфликтный дуализм – не просто параллельное и одновременное существование двух нормативно-ценностных систем (журналистики и корпорации-организации). Доминирование в СМИ-индустрии требований корпоративной этики существенно трансформирует профессиональные ценности журналистики (например, когда респонденты говорят о первоочередной ответственности перед владельцами СМИ и т.п.).

Конфликтный дуализм и даже «когнитивный диссонанс» требуют не «согласования» ценностей, а разрешения сложившейся ситуации.

Список литературы

1. *Абилькенова В.А.* Самоопределение журналиста: профессиональная этика versus корпоративная этика: монография / Под ред. В.И. Бакштановского. – Тюмень: ТИУ. 2018.

2. *Асламазян М.* Степень свободы журналиста определяется степенью его экономической зависимости, уровнем профессионализма и мерой внутренней свободы // Тетради гуманитарной экспертизы (5). Медиа этос. Журналист в ситуации морального выбора / Отв. ред. В. И. Бакштановский. Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век». 2001.

3. *Гольдберг Р.С.* Чтобы добиться права писать, что хочу и как хочу, мне пришлось основать новую газету. Теперь у меня нет разногласий с редакторами и владельцами газеты // Там же. С. 18-21.

4. *Дымарский В.Н.* Нет ни абсолютного добра, ни абсолютного зла, иначе бы выбор был очень прост // Там же. С. 22-24.

5. *Лошак В.Г.* «Эта тема даже более многогранна, чем пока вам представляется» // Там же. С. 25-27.

6. *Новопрудский С.В.* Самый первый моральный выбор начинается с того, стремиться ли к успеху или не стремиться к нему // Там же. С. 28-32.

7. *Панкеев И.А.* Журналист и журналистика: единство противоположностей? <http://vestnik.journ.msu.ru/books/2017/5/zhurnalistizhurnalistikaedinstvo-protivopolozhnostey/>; (дата обращения 7.09.2018).

8. *Познер В.В.* Без нахождения абсолютно морального баланса между принципами и умением идти на компромисс журналистика превращается либо в проституцию, либо в экстремизм // Тетради гуманитарной экспертизы (5). МЕДИА ЭТОС. Журналист в ситуации морального выбора / Отв. ред. В.И. Бакштановский. Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век. 2001. С. 39-41.

9. Представление журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. Комитет гражданских инициатив, 2017 // http://www.msindex.ru/wpcontent/uploads/2017/01/ZHurnalisty_Analiticheskiy-otchet_dlya-SMI.pdf; (дата обращения 10.09.2018).

10. Тетради гуманитарной экспертизы (5). Медиа этос. Журналист в ситуации морального выбора / Отв. ред. В. И. Бакштановский. Тюмень: Центр прикладной этики: XXI век. 2001.