

Г.Л. Тульчинский

УДК 17, 378

Прикладная этика как распределенная дисциплина*

Аннотация. В работе рассматривается опыт преподавания тематики, связанной с прикладной этикой. Речь идет о бакалаврских и магистерских программах по направлениям: административно-государственное управление, искусства и гуманитарные науки. Опыт показывает, что в самых разных образовательных треках ключевую роль играют тематика комплексной гуманитарной экспертизы как разработки проектов, процесса реализации и результатов.

Ключевые слова: гуманитарная экспертиза, образование, прикладная этика, социальный аудит.

Этос конкретных видов деятельности является важнейшей частью освоения как конкретных профессий, социальных ролей, так и социализации в целом. Поэтому необходимой составляющей любой профессиональной подготовки выступает позиционирование специалиста в профессиональной среде, способность к ответственному позиционированию самой профессии в современном обществе. Однако в качестве отдельной самостоятельной дисциплины прикладная этика фигурирует в образовательных программах крайне редко. Поэтому в данной работе хотелось поделиться личным опытом «распределенного» преподавания тематики прикладной этики.

Речь идет о двух образовательных площадках для бакалавров и магистрантов – НИУ «Высшая школа экономики» и Санкт-Петербургского государственного университета.

Так, для всего петербургского кампуса НИУ ВШЭ уже на протяжении нескольких лет в формате межпрограммного майнора для бакалавров второго года обучения читается курс «Бизнес-стратегии и корпоративные коммуникации». Для магистрантов – межкампусный курс НИУ ВШЭ «Публичная коммуникация: организация и оценка эффективности». В этих курсах на материале конкретных кейсов и ситуаций, взятых из реального практического опыта разного уровня, детально рассматриваются проблемы этики корпоративной культуры, проявляющейся в коммуникации при подборе и расстановке ра-

* Работа выполнена при поддержке гранта РНФ № 22-18-00591 «Прагматика как интерфейс и операциональная система смыслообразования».

ботников, создании команды, формировании и реализации стиля руководства, стимулирования, учета и развития мотивации сотрудников, расставания с уходящими из коллектива работниками, поведения в кризисных и скандальных ситуациях – как в коллективе, так и во внешней среде организации. Не менее важна прикладная этика и в контексте формирования и продвижения товарных, корпоративных и персональных брендов как обещания представителям целевой аудитории реализации ожидаемых переживаний. На конкретных примерах из бизнеса, публичной политики показывается отличие полноценных PR от пропаганды, когда неполная информация и даже отсутствие её оказывается лучше информации ложной, поспешной и непроверенной. Специальное внимание уделяется такой практически значимой, этической проблеме, как фейки, их порождение, трансляция и последствия.

Еще более специализированно выстраивается рассмотрение этических проблем в курсах «PR и брендинг в культурных индустриях», «Организация и экономика в сфере культуры», которые читаются на факультете свободных искусств и наук в СПбГУ. Оба курса строятся на особенности сферы культуры (культурных индустрий) как публичной и социально-значимой сферы деятельности, в которой тематика прикладной этики на сводится к корпоративной культуре, выстраиванию этоса корпоративных коммуникаций, поведения и взаимоотношений руководителя и подчиненных, между работниками и работы с клиентами. Результатом кино-видео-процесса, театральной и музыкальной жизни, музейного, галерейного и библиотечного дела, организации отдыха и развлечений, конкурсов, фестивалей и праздников, поддержки любительства является оказание специфических услуг – создание условий для саморазвития личности, расширения его опыта, переживаний и со-переживаний. В этом контексте вопросы прикладной этики и морали обретают нетривиальный масштаб и множество измерений: от реализации государственной культурной политики до самоорганизации культурной жизни и самоопределения личности и ее культурной идентичности.

В этой связи нельзя не упомянуть курс «Территориальный брендинг» в НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург для магистрантов образовательной программы «Городское развитие и управление». Дело в том, что в региональном брендинге прикладная этика играет особую роль – в силу специфики этой технологии. В отличие от товарного, корпоративного, персонального бренда, у регионального – нет и не может быть единственного собственника, не только региональной администрации без участия бизнеса, но и бизнеса без участия власти и общественности не может быть. Полноценный региональный

бренд может быть только продуктом межсекторного партнерства при координирующей роли администрации и активном участии населения и трудовых коллективов. В конечном счете региональный брендинг – эффективная технология консолидации власти, бизнеса и общества, формирования региональной идентичности, что предполагает интерактивные методы разработки и продвижения бренда региона. Обеспечение такой конструктивной интерактивности – поиска, отбора, символизации общих ценностей, их воплощение в мифодизайне региона – задача прикладной этики регионального масштаба.

Нетривиальное значение тематика прикладной этики обретает в курсе «Философия поступка: самоопределение и позиционирование личности в современном обществе», также читаемом в СПбГУ в формате поискового семинара, каждый раз корректируя его содержание в контексте проблем, важных для его участников. В рамках этого курса, с одной стороны, находят обобщение проблемы соотношения свободы и ответственности в процессе формирования самосознания, личностного самоопределения. А с другой, при обсуждении тематики курса с неизбежностью, возникают сюжеты, связанные с особенностями современного образа жизни, пронизанного коммуникативными технологиями в цифровых форматах, определяющих реализацию деловой активности, творчество, политическую жизнь, образование, науку, личную жизнь. Это выводит на первый план не только проблему вменяемого актора поступка в условиях цифровизации, требования к личности в цифровом социуме, но и трансформацию личности из пользователя технологическими опциями – в опцию этих технологий, возникновение сетевой и экзистенциальной ренты, когда человек своим существованием в обществе массового потребления в его цифровом изводе становится поставщиком Больших Данных, открывающих как невиданные возможности контроля и манипулирования, так и монетизируемых владельцами платформ и экосистем.

Современные коммуникативные технологии породили не только невиданные ранее масштабы, скорости обмена и доступности информации. Они радикально изменили содержание коммуникации [6]. Если ранее медиа транслировали преимущественно близкие нормативным социальные значения, которые трансформировались реципиентами в их личностные смыслы, то новые технологии позволили перейти к непосредственной презентации личностных смыслов: эмоционально окрашенных оценок и переживаний. Что породило существенный дисбаланс между правами человека, свободой слова и – ответственностью. Бизнес, политика, индустрия развлечений, наука дают множество реальных примеров, когда презентация личного

мнения, оценки, эмоции (отнюдь не всегда ради хайпа, буллинга и мобинга) оборачивалась серьезной угрозой репутации, здоровью, имуществу, а то и жизни.

У этой проблемы два решения, причем оба имеют явно выраженное практическое этическое значение. Первое – связано с усилением контроля, колоссальные возможности которого открывают цифровые технологии, что, конечно же, требует тщательного и глубокого этического осмысления, конкретно-проработанных формализованных ценностно-регулятивных систем коммуникации, привязанных к конкретным социально-культурным практикам, исключая, по возможности, их наложение друг на друга, порождающее иногда не только этические, но и правовые коллизии.

Второе решение – этическая саморегуляция. Прежде всего, это бурно плодящиеся в последнее время этические кодексы разработчиков, владельцев, пользователей... И, конечно же, все более остро проявляющийся запрос на персональное этическое самоопределение, запрос на парресию – ответственность не только за публично сказанное, но и за сам факт взятия слова. Или – за молчание... И такая этика не менее конкретна и зависима от практических контекстов и социально-культурных практик, чем разработка ценностно-регулятивных систем и кодексов.

Так или иначе, но в обоих случаях возникает запрос на гуманитарную экспертизу разработки технологий, хода их реализации и – последствий реализации. Именно этому, собственно, посвящен курс «Социальный аудит и гуманитарная экспертиза», читавшийся ранее бакалаврам, а теперь – магистрантам в НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург.

Курс посвящен теории и практике социального аудита (общественных слушаний, отчетов по корпоративной социальной ответственности) [3, 4, 5, 7] и гуманитарной экспертизы [1, 2]. Он знакомит слушателей с узловыми проблемами реализации экспертного знания, включая экспертное исследование, а также соответствующие способы решения этих проблем. К ним относятся, прежде всего, теоретические основы (понятия объекта, предмета гуманитарной экспертизы, проблема специальных знаний участников такой экспертизы – междисциплинарной и комплексной по своей природе), методологические проблемы (структура экспертного исследования, применяемые методы), организационно-правовые вопросы (назначение экспертизы, выбор экспертов, статус эксперта, требования к эксперту, его права и обязанности, форма заключения экспертизы и т.п.) и, конечно же, этические принципы производства гуманитарной экспертизы.

В преподавании дисциплины по данной программе используются различные образовательные технологии: лекции, в том числе с использованием технических средств; активные и интерактивные формы проведения занятий – семинары, дискуссии, рассмотрение кейсов (включая региональные и отраслевые проекты и программы, подзаконные и нормативные акты), разбор ситуаций; самостоятельная работа, поиск необходимых материалов, изучение предлагаемых электронных материалов, рекомендуемой литературы, подготовка докладов и сообщений, подготовка и написание эссе; самостоятельный поиск студентами информации в сети Интернет. По возможности проводятся мастер-классы отечественных и зарубежных экспертов и специалистов. Занятия проводятся в смешанной лекционно-семинарской форме и включают различные формы интерактивной работы в аудитории, в т.ч. дискуссии, доклады, работу в малых группах, коллоквиумы, творческие задания и др. Общий объем интерактивных форм учебных занятий составляет не менее 70% аудиторной работы.

Даже такой беглый обзор приведенных курсов показывает распределенную представленность тематики прикладной этики в приложении к конкретным сферам профессиональной деятельности. И эта тематика оказывается не менее важной для подготовки профессионала, чем знания и умения владения конкретными технологиями.

Список литературы

1. *Бакштановский В.И.* Гуманитарная экспертиза. Тюмень, 1990.
2. *Леонтьев Д.А., Иванченко Г.В.* Комплексная гуманитарная экспертиза: методология и смысл. М.: Смысл, 2008.
3. *Общественная экспертиза и общественный контроль. Методическое пособие.* Ленингр. обл.: Комитет по печати и связям с общественностью. 2012.
4. *Социальный аудит.* М.: АТИСО, 2008.
5. *Тульчинский Г.Л.* Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности. М.: Юрайт, 2014.
6. *Тульчинский Г.Л.* Прагмасемантика цифровых коммуникаций: смысловые картины мира, ценностно-регулятивные системы и ответственность. // Государство и граждане в электронной среде. Вып. 6. СПб.: ИТМО, 2022.
7. *Общественная экспертиза. Технология независимого анализа социальных проблем.* СПб.: ЦРНО, 2004.