

**Брагін Юрій Анатолійович,**

*кандидат культурології, доцент,*

*доцент кафедри ЮНЕСКО*

*Державний біотехнологічний університет*

**Брагіна Тетяна Михайлівна,**

*кандидат філософських наук, доцент,*

*доцент кафедри народної хореографії*

*Харківська державна академія культури*

## **МОРАЛЬНІ РЕГУЛЯТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІА-ЕЛІТИ: ПОСТВЕБЕРІАНСЬКА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ**

*Стаття присвячена аналізу способів філософського обґрунтування принципів комунікації, якими має послуговуватися медіа-еліта. З точки зору поствеберіанської критики розглядається транспарентність як центральна умова роботи засобів масової комунікації.*

***Ключові слова:** медіа-еліта, цінності, транспарентність*

**Постановка проблеми.** Сучасний етап розвитку медіа-культури формує нові вимоги до діяльності медіа-еліти. Медіа-еліта справляє суттєвий вплив на формування суспільної свідомості. У її структуру включені провідні журналісти, продюсери телебачення, головні редактори газет, радіо, телевізійних програм, менеджери, особи, які володіють ЗМІ, представники медіа-холдингів, інтернет-видань.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблемі визначення цінностей, які фундують роботу журналіста, присвячений ряд публікацій в «Журналі етики мас-медіа» («Journal of media ethics»). Такі автори, як Ст. Уорд і Г. Вассерман дотримуються «контрактualістичної точки зору на діяльність журналіста». На їхню думку, «журналістська діяльність та її сутнісні цінності є наслідком явної

та неявної згоди між журналістом або новинною агенцією та публікою» [2, с. 280]. При цьому критерієм приналежності до професії журналіста є самий зміст створеного новинного продукту: «Філософія моральних цінностей, що формується журналістськими або новинними організаціями, має сприйматися їх аудиторією як внесок у публічний дискурс, який може забезпечувати... надійну і значущу інформацію» [2, с. 282].

**Мета статті** – здійснити поствеберіанську інтерпретацію філософського обґрунтування принципів комунікації у полі інституційної діяльності медіа-еліти.

**Виклад основного матеріалу.** Проблема ідентифікації журналіста вирішується авторами (Ст. Уорд і Г. Вассерман) в руслі моделі «інституціональної автентичності». Журналіст перетворюється на частину інформаційної торгової марки, успадковує від неї довіру аудиторії до себе як до джерела достовірної інформації.

Контрактualістична точка зору та модель «інституціональної автентичності», якої дотримуються автори, наслідують одну й ту саму об'єктивістську логіку. В обох випадках індивід визначається, а, точніше, класифікується за зовнішніми ознаками: за його роллю у публічному дискурсі або його приналежністю місцю роботи. Слід зазначити, що визначення чиєї-небудь ролі у публічному дискурсі не є об'єктивним, оскільки являє собою результат суб'єктивної діяльності одного з авторів-учасників дискурсу. В обох випадках відсутнє характерне для етичного вибору індивідуальне рішення. Журналісту певне рішення наказується ззовні, і він як особистість не може нести за нього відповідальності.

При цьому інституціоналістський підхід передбачає наївно-речове визначення цінності. Воно розуміється як дещо наявне поряд з іншими присутніми речами (як комп'ютери і телефони у приміщенні редакції). Однак, на відміну від звичайних речей, цінності можуть обиратися як мотив дій. Виникає питання про критерій обрання цінності як мотиву. Очевидно, що роль критерія може відігравати лише інстанція інакша, принципово відмінна від за

родом свого існування від наявних речей. Критерій має бути не наявний, а значущий. За своєю суттю критерій і є дійсною цінністю, адже саме він визначає обрання способу дії. Тоді точка зору, що вміщує цінності в ряд наявних речей, суперечить сама собі, оскільки передбачає існування двох світів цінностей, подвоюючи кількість сутностей.

На відокремлення цінностей від наявних речей указував М. Вебер. Саме у нього можна віднайти рецепт пошуку наукової відповіді на проблему вибору цінності: «Науки, як нормативні, так і емпіричні, можуть надати... одну неоціненну послугу, а саме: 1) вказати, які «останні» позиції мислимі для вирішення даної практичної проблеми, і 2) охарактеризувати фактичний стан справ, з яким доводиться рахуватися при виборі між різними позиціями». Таким чином, цінність, покладена в основу рішення, має бути ментальною інстанцією (і відповідно, носити ідеальний характер), а конкретне рішення має ухвалюватися самою особою, яка діє, виходячи із знання ціннісних альтернатив і наявних емпіричних обставин [3].

При цьому різні «технічно раціональні» способи рішення вступають у протиборство один з одним, ліквідувати яке можна тільки за «посередництва компромісу між прибічниками конкретних інтересів, але аж ніяк не об'єктивно». Саме розмежування ціннісної та емпіричної областей створює простір для ухвалення рішень.

Позиція ж авторів статті можливість ухвалення рішень взагалі усуває. У їхній об'єктивістській моделі рішення зводиться до виконання настанов інституціонального кодексу, точніше, до його механічного копіювання, тиражування. Ухвалення рішення передбачає формування судження. У моделі, запропонованій М. Вебером, воно конструється з двох вище названих засновків. У той час, як в об'єктивістській моделі формування судження Інакше кажучи, відсутні логічні компоненти для ухвалення рішення. Тому соціальні агенти тут реалізують, а не ухвалюють рішення.

У сучасних публікаціях, присвячених етиці медіа-еліти, можна виділити напрям, орієнтований на пошук філософського обґрунтування принципів

комунікації. Так, П. Л. Плезенс розглядає транспарентність як центральну умову роботи засобів масової комунікації. Транспарентною він називає «поведінку, яка передбачає відкритість комунікації забезпечує розумні очікування чесного обміну інформацією, сторони якого роблять обґрунтовану ставку на можливі наслідки чи результати комунікаційного акту». Автор вказує на те, що поняття транспарентності було філософськи обґрунтоване ще у працях І. Канта, і через принцип гуманізму пов'язує його з категоричним імперативом Канта. Він справедливо підкреслює, що поняття «транспарентності може бути зрозумілим тільки у зв'язку з кантівським зобов'язанням дії з повагою до здатності раціонального мислення і свободи волі інших». При цьому автор ставить за мету встановити філософські засновки «цінності транспарентності» і «підсумкової винагороди за висловлення правди». Завдання етики розуміється як пошук «раціональних способів встановлення балансу інтересів і цінностей, що змагаються». Автор статті схиляється до точки зору, в якій етичне обґрунтування служить «універсалізації поведінки» посередництвом уніфікації принципів діяльності «раціональних агентів» [1, с. 460].

Аналогічній соціалізації піддається здатність етичного вибору індивіда, яка заміщається автором механізмом взаємодії «моральних агентів». Таким чином, принципівий суб'єктивізм основоположника німецької класичної філософії екстеріоризується: пізнавальні здібності суб'єкта набувають соціальних носіїв.

Проблема встановлення загальнозначущості, що має відношення до ментальної сфери суб'єкта, об'єктивується і набуває вигляду задачі оптимізації механізму узгодження цілей раціональних і моральних агентів. У такий спосіб відбувається соціальна редукція ментальної сфери. При цьому зникає центральна фігура – суб'єкт ухвалення рішення. Але ж саме він є єдиним можливим субстратом здійснення морального вибору, на що вказують провідні представники кантіанської традиції.

Будучи об'єктивованою, проблема вибору зникає саме як моральна

проблема, перетворюючись на технічну задачу соціального менеджера, який вирішує ситуацію. Відповідальність за ухвалення рішення дисоціюється, стає анонімною, розподіляється серед численних агентів.

Тут доречно пригадати Дж. Дьюї, який у зв'язку з проблемою універсалізації моральних законів виділяв «метафізичне поняття універсального» Платона і «логічне поняття універсального» Канта. Автор же статті втрачає межу між математичним і логічним, здійснюючи редукцію рішення логічної задачі до фіксації статистичного результату. У той час, як І. Кант саме в логічний спосіб визначає центральну роль суб'єкта як єдиного володаря практичної пізнавальної здібності, і, відповідно, єдино можливого автора морального вибору.

Підкреслюючи можливість кантіанського підходу, автор зазначає, що його елементи уже присутні в «етичних кодексах» медіа-інститутів. У цьому висновку не враховується той момент, що завданням І. Канта було трансцендентальне обґрунтування етичних рішень, яке б могло відіграти роль алгоритму по відношенню до будь-якого емпіричного, реального ухвалення рішень. Як такий, категоричний імператив є цілим, яке не може бути присутнім у дійсності окремими частинами, як не може бути частково істинної теореми Піфагора. У П. Л. Плезенса працює та ж об'єктивістська логіка, що і в соціальній редукції ментального. Вона орієнтована на виведення усередненої істини із взаємодії множини агентів. Фізикальна картина суперечить деонтологічному смислу моральної філософії кантіанства, що стверджує ідеальне як мірило реального. При цьому автор статті не враховує того, що модель універсалізації етичних принципів, запропонована ним, потрактовує її як результат зовнішньої соціальної взаємодії. Тому вона відповідає утилітаризму Дж. Ст. Мілля, який «робить наголос на благості наслідків акту морального вибору». У той час, як мета І. Канта полягає у формуванні механізму суб'єктивного раціонального обґрунтування самоцінного морального акту.

**Висновки.** Таким чином, осмислення цінностей вимагає інструментарію,

адекватного предмету. Інстанції ментальної сфери мають освоюватися засобами логіки та психології, а не виявлятися у ході опису діяльності ангажованого професіонала – представника медіа-еліти. На нашу думку, поняття транспарентності не випадково розглядається як центральний принцип діяльності медіа-еліти. Посутньо, воно заміщує поняття універсалізації як філософську проблему, стає його технічним еквівалентом, інформаційною метафорою.

#### **Джерела і література:**

1. Plaisance P. L. Media Ethics Theorizing, Reoriented: A Shift in Focus for Individual-Level Analyses *Journal of Communication*, Volume 66, Issue 3, June 2016, Pages 454–474. URL: <https://doi.org/10.1111/jcom.12230> (Дата звернення 14.02.2023)
2. Ward S. J. A., Wasserman, H. Towards an open ethics: Implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics*. 2010. 25. 275-292.
3. Weber M. *The Methodology of the Social Sciences*. Illinois: The free press of Glencoe.1949. 188 p. URL: [http://fs2.american.edu/dfagel/www/Class%20Readings/Weber/weber\\_on\\_methodology\\_of\\_social\\_s](http://fs2.american.edu/dfagel/www/Class%20Readings/Weber/weber_on_methodology_of_social_s) (Дата звернення 14.02.2023)

**Brahin Yurii Anatoliyovych, Brahina Tetiana Mykhailivna**

#### **Moral regulations of media elite activities: post-Weberian interpretation**

The article is devoted to the analysis of the methods of philosophical substantiation of the principles of communication, which should be used by the media elite. From the point of view of post-Weberian criticism, transparency is considered as the central condition of mass communication.

**Key words:** media elite, values, transparency