

научный доклад (под ред. С.Ю. Глазьева). 2013. М.: Научный совет по комплексным проблемам Евразийской экономической интеграции, конкурентоспособности и устойчивому развитию, РАН. 21 с.

Райнерт Э.С. 2015. *Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными*. М.: ИД ГУ–ВШЭ. 383 с.

Рыбакова М.В., Кузнецова Н.В. 2015. Прогнозные модели в контексте глобализации современных экологических вызовов. — *Российский научный журнал*. № 5(48). С. 68–72.

Уилсон Э. 2014. *Хозяева Земли. Социальное завоевание планеты человечеством*. СПб: Питер. 352 с.

BASHLAKOVA Tatiana Mikhailovna, postgraduate student of the Chair of Management of Sociology, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University (1 Leninskie Gory St, Moscow, Russia, 19991; BashlakovaTM@mail.ru)

SOCIAL RISKS OF TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT

Abstract. The article deals with the social risks and threats connected with the innovative development. Current levels of the development of science and technologies is a serious challenge for humanity. Dealing with all of these risks requires more creative and strategic thinking.

Keywords: social risks, science, technology, innovation, consortium, strategic management

МИХАЙЛОВ Ярослав Владимирович — аспирант заочной формы обучения Дипломатической академии Министерства иностранных дел РФ (119021, Россия, г. Москва, ул. Остоженка, 53/2, стр. 1; yar18@rambler.ru)

ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ СМИ С ГРАЖДАНСКИМ ОБЩЕСТВОМ (на примере традиционных СМИ Австралии)

Аннотация. В статье поставлена проблема места и роли этики в политической коммуникации на примере традиционных средств массовой информации Австралии. Уточнены особенности указанных СМИ, рассмотрены разные подходы к исследованию указанной проблемы, выявлена роль ситуативной этики в деятельности массмедиа.

Ключевые слова: массмедиа, политическая мобилизация, этика, информирование, традиционные СМИ, Австралия

Целью данной статьи является рассмотрение этических аспектов политико-коммуникативной функции СМИ, т.е. выявление ценностей и принципов, действующих в СМИ, и изучение особых случаев, на примере которых видно, как разного рода ограничения оказывают давление на принятие этических решений при подаче информации в СМИ. При этом внимание акцентируется на специальных политических функциях СМИ, а конкретно — на политической мобилизации, нацеленной на организацию разного рода мероприятий, стимулирующую

щих активизм населения в различных сферах жизни общества. Эмпирическим материалом, на котором мы проиллюстрируем свои соображения и полученные выводы, станут традиционные СМИ Австралии. Этот выбор продиктован двумя обстоятельствами: высокой корреляцией между ключевыми проблемами традиционных СМИ Австралии и темой нашего исследования и субстратной новизной данного эмпирического материала, нечасто попадающего в сферу интереса отечественных исследователей политической функции СМИ. Кроме того, исследование австралийских традиционных СМИ в заданном ракурсе дает возможность выявить дополнительные направления изучения деятельности отечественных медиа, показать, каким образом этические аспекты политической коммуникации СМИ могут интенсифицировать процессы социальной интеграции и дезинтеграции в России.

СМИ освещают события в равной степени – и в интересах общества, и в интересах отдельных личностей, идейных вождей, политических и общественных лидеров. Однако где находится та грань, которая отделяет возможное от невозможного, то, что можно выразить в слове, и то, о чем лучше не говорить? Эта вечная проблема часто поднимается в дискуссиях об освещении в СМИ войн, катастроф или преступлений. В качестве примера можно привести дело немецкого комика Бемермана, приведшее к тому, что «за стихотворение “Оскорбительная критика”, посвященное турецкому президенту, немецкому сатирику может грозить суд»¹. Это свидетельствует о том, что задачи мобилизации, реализуемые СМИ, могут вступать в противоречие с определенными моральными нормами общества, ведут к конфликту между профессионалами-журналистами и рядовыми (и не очень рядовыми) членами общества.

Для члена общества вторжение в частную жизнь может выглядеть как неэтичное поведение независимо от статуса личности, чья частная жизнь была нарушена. А для журналиста подобного рода вторжения зачастую вполне обоснованны, поскольку любой частный случай вторичен по отношению к более общему праву общества быть осведомленным, праву на информацию. Этот момент создает противоречие между задачей СМИ формировать публичную арену для свободных дискуссий и правом на защиту частной жизни. «Общество XXI в. обнаруживает себя как общество прозрачности. Последняя становится необходимостью, охватывающей все социальные процессы и ведущей к их глубокому изменению. Общество прозрачности покрыто гигантской коллективной сетевой кожей. Здесь все подчиненно принципу различимости, видимости. Ничего невозможно скрыть» [Кукарцева 2013: 152]. Может ли общество требовать знания, информацию по вопросам, которые власти намеренно и на законных основаниях замалчивают? Американский исследователь СМИ Эверетт Деннис утверждает, например, что право общества знать – это журналистское изобретение, возникшее в 1950-х гг., когда журналистам США стали все больше и больше мешать бюрократы, стоящие между СМИ и правительственной информацией [Dennis, Vanden Heuvel 1990: 17]. Движение за свободу информации (*Freedom for Informational Advocates – FOIA*) в США борется за право на знание в публичной сфере. Требования большей прозрачности правительства и более широкого доступа к публичным чтениям и принимаемым правительством решениям необходимы и оправданы. Они укрепляют роль СМИ и ориентированы на поддержание информированности граждан.

¹ Телеведущий Бемерман взят под охрану полиции. Доступ: <http://в-деталях.рф/%D1%8D%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%BD-vs-%D0%B1%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BD-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D1%81/328623/> (проверено 12.04 2016).

Скажем, принятая в нашей стране регулярная трансляция встреч президента с разного рода политическими деятелями, членами правительства, банкирами и пр. традиционна для российских СМИ и общества, но вызывает недоумение у западных СМИ и граждан ЕС. С их точки зрения, публичное право на знание часто заходит слишком далеко, так что эта задача СМИ зачастую приводит к противоречию между общественными интересами и догматами профессиональной журналистики, ограниченными вполне объяснимыми соображениями, в т.ч. и цензурного порядка.

Выдающийся исследователь проблем развития СМИ профессор Генри Майер назвал этот парадокс «кругозором Януса», два лица которого есть метафоры двух императивов СМИ – удачно вести бизнес и информировать общественность о происходящем в мире и в стране¹. У журналистов есть профессиональный долг и обязанности перед редакторами, обязанности перед потребителями новостей, обществом, в котором они работают. Одновременно у них есть моральный долг перед самими собою как отдельными членами того же общества. Многие трудности при принятии этических решений по освещению событий в СМИ возникают как раз в связи с разнонаправленностью обязанностей и лояльностью журналиста. Каждый журналист фактически замещает функции трех людей: наемного работника, профессионала и обычного человека. Подобные обстоятельства рождают ситуацию выбора моральных решений. «Существуют в основе лишь три различных пути, или подхода к принятию моральных решений. А именно: (1) легалистский; (2) антиномианский, противоположный легалистскому – то есть отвергающий любые законы и принципы, и (3) ситуативный» [Флетчер]. Последний путь, так называемая «ситуативная этика», часто востребован журналистами, оказавшимися в ситуации выбора. Суть этой этики хорошо сформулировал Никколо Макиавелли: правитель не должен отступать от того, что было правильно с точки зрения морали, если он может соблюсти верную линию поведения, но в то же время он должен уметь отказаться от морального регулятора, если это необходимо². В ситуативной этике совмещаются телеологические («цель оправдывает средства») и деонтологические (обязанности, которые мы должны выполнять независимо от последствий наших действий) этические максимы. Это придает указанной этике определенную гибкость, но и снабжает ее трудноразрешимыми проблемами. Рассмотрим часть из них на примере традиционных СМИ Австралии.

В этой стране, где особенностью традиционных СМИ является их высокая концентрация в руках частных владельцев, история движения к чистоте идеала механизмов политической коммуникации столь же длинна, сколь и малоуспешна.

В 1944 г. на федеральной конференции Ассоциации австралийских журналистов (АА) был принят Единый кодекс этики журналистики, состоящий из 8 разделов, действующий и сегодня. Однако с самого начала он получил самые негативные отклики от медиамагнатов. Например, Руперт Хендерсон, в то время генеральный директор газеты *The Sydney Morning Herald*, озвучил мнение, глубоко укоренившееся в головах менеджеров большинства австралийских СМИ сегодня, что «поддержание этических стандартов – дело их читателей» [Hurst, White 1994: 272].

В 1975 г. из бюрократических недр австралийского министерства СМИ поступил на обсуждение журналистов и широкой общественности документ,

¹ Henry Mayer Lecture. URL: <http://www.uq.edu.au/mia/henry-mayer-lecture> (accessed 20.04.2016).

² «...расстояние между тем, как люди живут и как должны бы жить, столь велико, что тот, кто отвергает действительное ради должного, действует скорее во вред себе, нежели на благо, так как, желая исповедовать добро во всех случаях жизни, он неминуемо погибнет, сталкиваясь с множеством людей, чуждых добру» [Макиавелли 1990].

предлагающий создать в Австралии Совет прессы, который занимался бы рассмотрением жалоб в адрес журналистов. Ассоциация австралийских журналистов и раньше, с момента своей Федеральной конференции 1955 г., поддерживала идею такого рода саморегулирования. Были предложения создать такие советы, основанные на модели Британского совета прессы, в отдельных штатах, но именно правительственный документ побудил Австралийский совет газетных изданий учредить в 1976 г. Австралийский совет прессы [Hurst, White 1994: 275].

Австралийский совет прессы выпустил акт, устанавливающий 2 основных принципа деятельности журналистов в Австралии: свобода печати является правом общества быть информированным, но влечет за собой обязательства по отношению к народу. Кроме того, Совет прессы изложил 11 основных положений журналистской этики, включающих в себя такие максимы, как точность, правдивость, справедливость и беспристрастность, которыми репортеры и журналисты должны были руководствоваться в своих суждениях. В начале 1993 г. Федерация телевизионных станций Австралии разработала Кодекс профессиональной деятельности, распространяющийся на телевизионные сообщения и текущие события. В нем были подняты темы справедливости, точности, беспристрастности, чуткости по отношению к частной жизни граждан и необходимости иметь чувство стиля [Hurst, White 1994: 279].

С тех пор мало что изменилось. Сегодня в Австралии критика традиционных СМИ в контексте наших размышлений осуществляется по следующим трем ключевым направлениям. Во-первых, это высокий уровень концентрации в стране собственности на СМИ, что приводит к уменьшению разнообразия новостей и сужению взглядов. На долю холдинга *Fairfax Holdings Ltd* (Кэри Пакер) и корпорации *News Corp* (Руперт Мердок) приходится 85% продаж всех газет в Австралии. Старейшая газета «Сидней Геральд» (*The Sydney Herald*) принадлежит «Джон Фэйрфакс» и является газетой «правлящей верхушки» и всех, кто причисляет себя к элите. Ее ежедневный тираж в мегаполисе с численностью населения 3,5 млн чел. составляет 400 тыс. экз. Газета «Австралиец» (*The Australian*), одна из самых читаемых газет, принадлежит *News Corp*. В целом «горстка очень богатых людей, среди них Джина Райнхарт, самая богатая женщина в мире, контролирует и владеет самыми популярными теле- и радиостанциями»¹.

Во-вторых, это частые вторжения в частную жизнь людей, осознанное запугивание интервьюируемых журналистами и очевидно циничное пренебрежение к правам и чувствам других в поисках повышения рейтингов или увеличения тиража. В-третьих, процесс сбора новостей и распространения их в традиционных средствах массовой информации — в печати, на телевидении и радио — искажает действительную жизнь австралийцев, а именно: женщины как создатели новостей почти невидимы; молодежь все чаще получает негативные отзывы в прессе; этнические меньшинства или игнорированы вообще, или к ним относятся бесчувственно. СМИ утрируют или создают сенсацию из естественной природы событий для того, чтобы повысить коммерческую привлекательность своих статей. Например, сообщение о том, что правительство Австралии собирается уничтожить около 2 млн бездомных кошек, вызвало нездоровый ажиотаж в прессе и повысило рейтинги изданий². Люди также обе-

¹ Взгляд из Австралии на события в Украине и Крыму: личное мнение. — *Российское общество политологов*. Доступ: <http://politmos.ru/959-vzglyad-iz-avstralii-na-sobytiya-v-ukraine-i-krymu-lichnoe-mnenie.html> (проверено 13.04.2016).

² В Австралии собираются уничтожить около двух миллионов бездомных кошек. Доступ: <http://gordonua.com/news/worldnews/smi-v-avstralii-sobirayutsya-unichtozhit-okolo-dvuh-millionov-bezdomnyh-koshek-90800.html> (проверено 23.04.2016).

спокоены тем, что точность и правдивость излагаемых историй скомпрометированы давлением рекламы или сцеплены с коммерческими интересами и политической лояльностью собственников и руководства СМИ. «Некоторые журналисты, комментаторы и репортеры заходят сколь угодно далеко и выступают с самыми невероятными заявлениями, сообщают неточную историческую информацию, дезинформируют, а иногда и вовсе плетут небылицы. Возьмем, например, сообщение, датированное 4 марта 2014 г., которое утверждает: “По словам украинского военного, Россия в ультимативной форме потребовала от войск Крыма капитуляции. В противном случае они будут вынуждены отражать наступление прокремлевских войск по всему фронту стратегически важного черноморского полуострова”¹. Здесь, помимо всего прочего, австралийские СМИ демонстрируют дремучую неосведомленность о жизни России и о ее геополитическом положении.

На наш взгляд, политическая и социальная мобилизация граждан через СМИ невозможна только на основе ясных и заранее оговоренных этических максим. Это было бы слишком просто. Мобилизация политической воли граждан в СМИ зависит и от частных лиц — журналистов, и от творческих сообществ, чьи члены — люди обширных знаний, способные сочетать укорененность в своей культуре с самым широким видением окружающих проблем. От того, насколько полно и интенсивно будут использованы эти возможности, зависит и степень мобилизации граждан на решение возникающих проблем. Скажем, одна из отличительных черт отечественных медиа заключается в соблюдении в их деятельности важного исходного принципа, состоящего в том, что не СМИ создают нравственность, а нравственность создает СМИ — определенное «пространство культуры», неуязвимое для имморализма и деморализации населения. Безусловно, не все здесь так просто, однако политическая культура России основана на идее того, что «лидерство в мире будущего окажется у тех, кто будет располагать не только преобладающей экономической и военной силой... Перевес обеспечат качество лидерства, мораль, мотивация населения, государственные стратегии, политическая воля, способность предложить человечеству новую мечту» [Никонов 2015: 18; Российское общество... 2016].

К сожалению, в большинстве случаев в австралийских традиционных СМИ задача политической и социальной мобилизации решается в русле ситуативной этики, отмеченной конъюнктурностью, иногда — грандиозной подменой понятий, закулисными договоренностями, неформальным согласованием позиций, насильственной маргинализацией одних новостей и, напротив, избыточным акцентированием других с целью извлечения максимальных дивидендов из сложившейся ситуации. Традиционные СМИ Австралии давно освоили эти правила игры, и их внешняя открытость обществу несколько не мешает им использовать модель ситуативной этики в своих интересах.

Список литературы

Кукарцева М.А. 2013. Нужно ли нам общество прозрачности? — *Социс. Социологические исследования*. № 10. С. 152-157.

Макиавелли Н. 1990. Государь. Гл. XV. Доступ: <http://grachev62.narod.ru/mak/chapt15.htm> (проверено 12.04.2016).

Никонов В. 2015. *Код цивилизации. Что ждет Россию в мире будущего?* М.: Изд-во «Э». 672 с.

Российское общество весной 2016: тревоги и надежды. Информационно-

¹ Взгляд из Австралии на события в Украине и Крыму: личное мнение. Доступ: <http://politmos.ru/959-vzglyad-iz-avstralii-na-sobytiya-v-ukraine-i-krymu-lichnoe-mnenie.html> (проверено 13.04.2016).

аналитическое резюме по итогам общероссийского социологического исследования. 2016. М.: Институт социологии РАН. 32 с. Доступ: www.isras.ru

Флетчер Дж. Ситуативная этика. Новая нравственность. Доступ: <http://alkruglov.narod.ru/fletchercit.html>

Dennis E.E., Vanden Heuvel J. 1990. *Emerging Voices: East European Media in Transition*. N.Y.: Gannett Foundation. 112 p.

Hurst J., White S.A. 1994. *Ethics and the Australian News Media*. Australian PTY Ltd. 330 p.

MIKHAYLOV Yaroslav Vladimirovich, postgraduate student of the Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs (53/2 Ostozhenka St, Moscow, Russia, 119021; yar18@rambler.ru)

ETHICAL ASPECTS OF POLITICAL COMMUNICATION BETWEEN MASS MEDIA AND CIVIL SOCIETY

(on the example of Australia traditional media)

Abstract. *The article raises the problem of the place and role of ethics in political communication on the example of the traditional media of Australia. The article considers different approaches to the study of this problem, and ascertains the role and possibilities of situational ethics in the activities of the mass media.*

Keywords: *mass media, political mobilization, ethics, communication, traditional media, Australia*