

УДК 007:304:070

МІСІЙНІСТЬ ЖУРНАЛІСТИКИ: ДЕОНТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Тетяна Хоменко

Львівський національний університет імені Івана Франка,
бул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: journft@franko.lviv.ua

У статті йдеться про усвідомлення місійного призначення журналістики, формування деонтологічної свідомості та про розуміння духовності у площині журналістської діяльності.

Ключові слова: деонтологія, мораль, деонтологічна свідомість, моральний тип мислення.

Вперше голосно заговорили про деонтологію в контексті журналістського фаху на міжнародному семінарі "Деонтологія журналістики в країнах, що переходять до ринкової економіки: проблеми національної інформаційної та комунікаційної політики", який відбувся в Москві 21-23 вересня 1995 року. Питання, які порушувалися на семінарі, докладно проаналізував російський науковець Є. Прохоров. Зокрема, він вказав на те, що у рамках семінару не обговорювали зміст терміну "деонтологія", хоча кожен з учасників приймав і тлумачив його по-своєму. Дослідник розглянув всі гіпотези стосовно дефініцій, які учасники семінару прирівнювали до тих деонтологічних норм, що функціонують у сфері ЗМІ: право; право + етика; право + етика + усі інші норми, що забезпечують оптимальне виконання сформованої інформаційної політики. Вписуючи усі складові у т.зв. "коло деонтичного" або "коло обов'язкового", досліджуючи історичні витоки та філософські окреслення терміну "деонтологія", Є. Прохоров доходить висновку, що "в наш час важко пояснити прирівнювання деонтології (як дуже широкої та багатоаспектної сфери вимог до фахівця) до етики. Але це трапляється часто: актуалізується значення терміну як "принципу поведінки" [2; 291]. Тут, на думку дослідника, спрацьовує "термінологічний збій" [2; 293], а це врешті-решт дає змогу зробити висновок про те, що "загальної деонтології бути не може, а от для характеристики системи знань про "обов'язкову" поведінку спеціаліста в конкретній сфері практики і потрібних (обов'язкових. — Авт.) для найкращого виконання обов'язку знань, рис, норм поведінки і т. ін. поняття виявилось потрібним і чимраз більше затребуваним" [2; 293].

Саме термінологічний збій мав на увазі й професор Санкт-Петербурзького університету С. Корконосенко, коли відповідав на запитання кореспондента часопису "Челябинский рабочий": "Деонтологія — це наука про обов'язкове. Вона добре розвинена в медицині, наприклад: клятва Гіппокра-

та — це концентрат деонтології. Вона розвинута в юриспруденції, в педагогіці. В журналістиці деонтологія поки що існує як несформоване явище” [3].

На зауваження кореспондента щодо етичного кодексу журналіста С. Корконосенко сказав: “Треба розрізняти ці поняття. Етика — сфера нормативна, де є прийняті правила, норми. А деонтологія — це щось фундаментальне. Обов’язкове кожен може розуміти по-своєму. Це порядок, який, на нашу думку, найорганічніше відповідає життю спільноти і людини. Якщо цей порядок порушити, то життя порушиться, піде якимось несправедним шляхом. Тут важливо те, що у сфері обов’язкового ми здійснюємо моральний вибір у професії. Якщо проаналізувати світові деонтологічні кодекси, то перше, що в них буде написано, — “журналістика — це служіння суспільному благу”. Не конкретному уряду, не власнику. Не собі самому, що особливо важливо. Чи може журналіст поступатися своїми обов’язками як громадянин певної країни в юридичному, а не високому сенсі? Може і зобов’язаний. Але це буде служіння не професії, професія — це засіб” [3].

Служіння професії мають на увазі і В. Іванов та В. Сердюк, автори підручника “Журналістська етика”, один з розділів якого присвячено саме дослідженню питання про деонтологічні норми діяльності журналіста. Розмірковуючи про етичні кодекси як такі, що викликали, викликають і викликатимуть опір у певних представників будь-якої професії, вони також вказують на те, що “фактично етичні кодекси (чи декларації, канони тощо) задають стандарти поведінки для певних груп працівників чи для людей загалом. У цьому етичні норми подібні до правових: там також задаються стандарти поведінки...” [4; 184]. Власне, стандарти поведінки журналіста (з посиланням на численні кодекси) та системи контролю за дотриманням етичних норми ґрунтовно розглянули В. Іванов та В. Сердюк передовсім. Але поза увагою залишилось те “фундаментальне”, про що говорить С. Корконосенко і що стало першим з десяти “Принципів деонтології”, прийнятих шістьма різними Спілками журналістів Греції 31 жовтня 1988 року: “Журналістика — це місія” [5; 133].

А якщо так, то мусимо погодитися і з Є. Прохоровим, який наголошує на тому, що для журналіста надзвичайно важливо усвідомлювати свій професійний обов’язок і міру громадянської, правової та етичної відповідальності [6; 18].

Отож, висновок буквально однозначний: в контексті конкретного фаху, зокрема журналістського, саме деонтологія як вчення про обов’язок підпорядковує собі етику; етику + право; право + етику + усі інші норми... Усвідомлення саме такого порядку може допомогти уникнути не лише “термінологічного збою”, але й підштовхне фахівця-журналіста до підпорядкування цінностям вищого порядку.

Адже нині у світі відбувається зміна людських орієнтирів, прагматизм витісняє духовність. На тлі постійно колажованої інформації відбувається підміна понять і зло вирівнюється з добром. Такі вартісно-інформаційні аномалії продукують хибні ідеї, сіючи поміж людей зневіру, сум’яття та песимізм. Журналістика у таких суспільно-політичних, соціально-культурних, економічних *знедуховлених* умовах починає втрачати дух “доброї новини” і чимраз більше ґрузне у сенсаційності, аморальності та дшевізні.

Саме через засоби масової інформації відбувається виховання свідомості громадянського суспільства. На жаль, сьогодні вони втратили цю функцію,

замінивши її на функцію вироблення інформаційного продукту для швидкоза-
своєння. Світоглядна сфера, за якою мають наглядати передовсім журналісти,
поступилася організаційній та технологічній.

Початком змін має стати мораль, відновлена в людині, а відтак і у люд-
ській спільноті. ЗМІ повинні вникнути у своє деонтологічне осердя і на перше
місце своєї діяльності поставити закон внутрішній, який є основою людських
прав і свобод. Тобто першочерговим завданням журналіста має стати усвідом-
лення місії свого фаху, свого майже сакрального призначення і того, що
“справжня творчість завжди має етичний характер” [7; 252], але це потребує
добровільного усвідомлення високого обов’язку відповідальності і моральної
досконалості.

Ще Аристотель вказував на те, що добровільним вчинком є вчинок,
який людина зробила з прагнення моральної досконалості [8]. Саме таким праг-
ненням має керуватися журналіст у своїй діяльності. А оскільки всі чесноти,
про які свого часу говорив Аристотель, перетрансформувалися у християнській
практиці, то це наочний приклад потреби деонтологічного виховання людини
пера, а саме формування в ній розуміння морального обов’язку. Як слушно за-
значає В. Малахов: “На формування сутнісних вимірів морального обов’язку
завжди справляли вагомий (а найчастіше — визначальний) вплив пануючі релі-
гійні вчення. Так, десять заповідей Мойсея склали первісну основу іудео-
християнської деонтології...” [9; 185]. Відновлення втрачених знань християн-
ської спільноти — це ще одне завдання, яке повинен вирішити для себе і для
інших журналіст. В основі розвитку суспільства повинні і матеріально, і духов-
но лежати християнські цінності — тільки тоді воно може вдосконалюватися.
Інформацію на тему християнських вартостей, як вважає Анджей Бронк [10]
слід шукати у самому християнстві: в його початках (джерелах, генезі), в Свя-
тому Письмі, особливо у Христових промовах, в християнській традиції, оскі-
льки в ситуації сучасної “аксіологічної ночі” [10; 183] людина вибирає собі хри-
стиянські вартості, як вибирає яку-небудь рекламовану річ: сьогодні одну,
завтра іншу, — керуючись виключно сьогочасною потребою, сприймаючи вар-
тість як сезонний товар. Цей стан моральної невагомості можна нейтралізувати
переорієнтацією людини на багатовимірність мислення “саме за аксіологічним
критерієм” [11; 416].

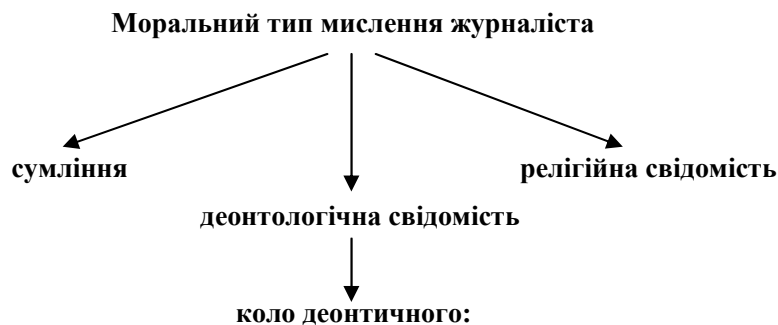
Тож Святе Письмо, як книга книг, може стати першим “кодексом честі”
на письмовому столі журналіста. Сучасний інформаційний світ настільки не-
правдивий і корисливий, що лише справжні християнські цінності можуть його
зрівноважити, а зрівноваживши — врятувати. Місія журналістики тут першоче-
ргова. А плекання деонтологічної свідомості самого журналіста — це першоче-
ргове завдання сучасної журналістської освіти.

Деонтологічна свідомість журналіста покликана в будь-який момент
очистити журналістський професіоналізм від маскуванню під журналістику, від
джинси та злоякісної пропаганди.

Про моральність і ділові якості, призначення й обов’язок журналіста,
про значення цієї професії в громадському житті суспільства розмірковував ще
М. Ломоносов у трактаті “Про професію журналіста”. Він наголошував, що жу-
рналіст зобов’язаний завжди об’єктивно й точно викладати факти, що його сло-
во — надзвичайно відповідальна справа. Цей трактат написаний з передових
позицій того часу, але те повчальне, що стосується морального обличчя журна-

ліста, актуальне і сьогодні. Про це пишуть автори підручника “Основи масово-інформаційної діяльності”, зокрема зазначаючи: “Професія журналіста — це, так би мовити, професія професій. Журналіст не синоптик, але часто він передбачає і навіть “робить” погоду, піднявши на щит слави чи на вила до цього часу невідоме ім’я, розкривши тисячам людей його чесноти чи його ганьбу. Журналіст не геолог, але в чомусь ці професії схожі: завжди в дорозі, завжди в шуканнях. І обидва проникають у глибини: один — землі, інший — справ і думок людей” [12; 180-181].

Справді, шлях журналіста — це щоденна праця. Це виснажлива робота, яка вимагає і принциповості, енергійного оптимізму і чистого розуму, комунікабельності і відданості справі, обов’язку і морального виховання, а ще — професіоналізму. Вміння виконувати свою справу блискуче з точки зору громадянського обов’язку і морального закону — ось суть деонтологічної свідомості журналіста, яка є складовою свідомості моральної. Адже жоден людський учинок, а тим паче жоден акт комунікації, як зазначає В. Малахов, просто не міг би отримати морального виміру, якби не передбачалося, що людина (журналіст. — Авт.) здатна усвідомлювати їхню внутрішню проблематику, співвідносити їх з власним уявленням про добро і зло, належне і справедливе, з голосом власного сумління. “Поza свідомістю, отже, мораль не існує, бо вона — це не лише втілення певних учинків та дій, а й феномен сама по собі. По-друге, мораль як така — це в будь-якому разі характеристика певних людських учинків, поведінки, людської активності загалом. Там, де всього цього немає, — не випадає взагалі говорити про мораль. І, по-третє, — мораль виникає та існує в контексті тих чи тих людських взаємин, взаємодії людини з природою, культурою тощо” [9; 102]. Журналістська мораль саме в цьому й виявляється, бо стосунки “журналіст - аудиторія” — це комунікація у сфері морально-практичного людського досвіду, що виокремлюється зі сфери моральної, а відтак і деонтологічної (обов’язок, відповідальність, справедливість, честь і гідність, совість і сором тощо) свідомості. Щодо моральної відповідальності, то тут журналіст має свободу дії, вибору і волі; вчинок як елементарну форму моральної діяльності; співвідношення власної мети і засобів діяльності, мотиву і впливу на аудиторію. Щодо моральних взаємин, то він повинен підтримувати в собі моральну сутність комунікування, відкритості, діалогічності спілкування, толерантність, повагу і співрозуміння, і врешті-решт — етикет і культуру спілкування зі своєю аудиторією, не забуваючи про фактор дієвості впливу. Усе, про що сказано вище, власне й формує свідомість журналіста, зокрема деонтологічну, це, так би мовити, сполучні ланки деонтологічної свідомості, що можна зобразити у такий спосіб:



- *толерантність, повага, співчуття* (лікарський принцип: “не нашкодь”);
- *милосердя* (діяльне прагнення допомогти кожному, хто має в тому потребу);
- *сумління, обов’язок, відповідальність* (ми відповідаємо за тих, кого “приручили” своїм словом);
- *свобода* (вибору, дії, волі);
- *любов* (яка “не радіє з неправди, але тішиться правдою” [1 Кор. 13]).

Мораль має повноцінно втілюватися в конкретній моральності, конкретних людських стосунках. Якщо з якихось причин мораль заперечують, сприймають як щось непродуктивне, то вона приречена на зникнення з людської дійсності. В такому разі слід розглядати два види моралі: світську (наприклад, офіційно проголошена радянська мораль на кшталт “Морального кодексу будівника комунізму”) і духовну — духовність (біблійні настанови, притчі та ін.).

Професор С. Кримський у статті-лекції “Заклики духовності XXI століття” наводить тезу відомого французького інтелектуала Анрі Мальро, який проголосив напередодні нового тисячоліття, що XXI століття або буде століттям духовності, або його зовсім не буде [13; .6]. Це своєрідна умова нашого існування і шанс виправдатися. Журналісти як “світло для світу” повинні нести це світло духу і душі через свої матеріали до серця і розуму кожного на цій землі. Не думаймо, що це надто глобальне і нездійсненне завдання, просто воно потребує ретельної щоденної роботи думки і слова на благо людської нації. “Духовність — це ціннісне домобудівництво особистості...; це завжди заклик “зверху”,... що потребує, однак, індивідуального розшифрування” [13; 7]. Особистість журналіста означає здатність бути вірним самому собі і зберігати самототожність у переломних ситуаціях. Це можливо, якщо журналіст як особистість внутрішньо автономний, автономно продукує якісні думки та ідеї. Це внутрішнє самостояння (В. Малахов) уможлиблюється завдяки духовності, яка перекладає все, що є універсальним, із зовнішнього буття у внутрішній світ на етичній деонтологічній основі.

С. Кримський говорить і про так звану “монадність”, тобто чесноти особистості і здатність репрезентувати цілий світ у межах індивідуальності, чим, власне, і повинні займатися журналісти. Журналіст як монадна особистість повинен не просто репрезентувати, а подавати зразки вчинків, інтелекту та зрілої совісті, випробовувати ідеї та нові проекти на життєвість, втілюваність. Звідси його вміння знаходити консенсус (узгоджувати всі позиції), і дотримуватися принципу “третьої правди”. До останнього С. Кримський підходить через етичну оцінку подій із врахуванням загальнолюдського досвіду [13; 13].

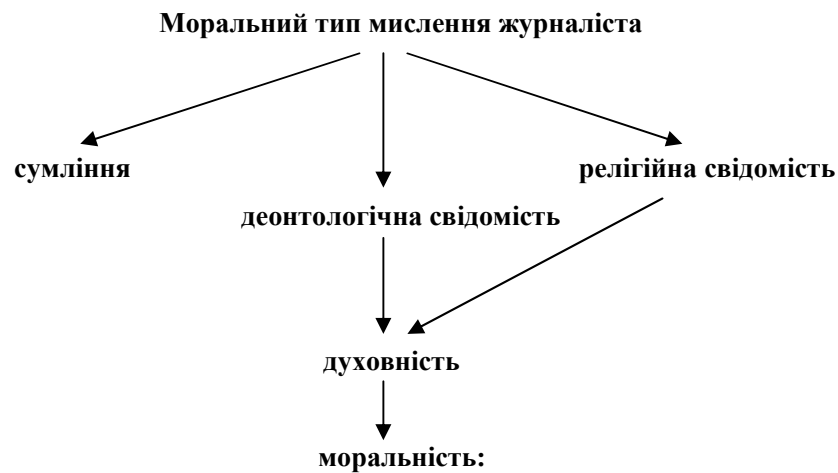
Інший принцип — принцип толерантності. Його духовна суть зводиться не стільки до гасла терпимості, скільки до вимог розуміння іншої людини, комунікативного взаєморозуміння із застосуванням того ж таки консенсусу. Стратегію і принцип вітальності у цьому контексті варто розуміти як стратегію суспільного розвитку, за втілення якої неодмінно повинні взятися журналісти. По суті, це є програма життєвлаштування людей в екологічних, морально-правових, етнічних та пов’язаних зі здоров’ям нації аспектах. Доволі актуальним нині є, наприклад, питання евтаназії, псевдоматеринства тощо, які потребують адекватної оцінки не лише з погляду людської моралі, а передовсім з по-

гляду християнської свідомості, і нею журналіст повинен бути пронизаний, щоб не помилитися в оцінюванні того чи іншого явища.

З принципом монадності (тобто здатності журналіста репрезентувати свою епоху, націю та культуру) співвідноситься ще один принцип — екзистенційного крещендо — сходження до найвищих реєстрів цінностей, ціннісної свідомості, нездійсненне без полісистемності цілей. Останнє як принцип діє через взаємовиключення: немає єдиної, виняткової мети в діяльності (журналіста). Головна мета має включати в себе систему підцілей, здійснення яких допоможе її реалізувати. Звідси слушно випливає наступний принцип — ефективності споглядання. Знову розглядатимемо його в сенсі журналістському.

Згідно з поглядами С. Кримського, — споглядання — це неспоживальна діяльність, мета якої не перетворювати об'єкт, а зберігати його. Йдеться про те, що в процесі споглядання перетворюється, власне, сам суб'єкт. Запитання “що робити?” трансформується у запитання “а яким я повинен бути?”, тобто “що я можу запропонувати аудиторії, прочитуючи себе самого?”. В асоціативному полі цього принципу можна розглядати і наступний — принцип ненасильства. Це й особистісний аспект ненасильства як ділом, так і словом, а також вічна боротьба добра зі злом [13; 26], де останнє слово однаково — за Добром. Для журналістів як “апостолів правди” це Добро має бути наскрізним і пропагуватися скрізь. Усі вище зазначені принципи духовності, які подає С. Кримський, є моральними принципами журналістів, терезами їхньої діяльності на благо людства.

Власне, на основі цієї статті можна виокремити певну послідовність розуміння духовності у площині журналістської діяльності:



- *принцип монадності;*
- *принцип екзистенційного крещендо;*
- *принцип полісистемності цілей;*
- *принцип ефективності споглядання;*
- *принцип ненасильства;*
- *принцип третьої правди;*
- *принцип толерантності;*
- *принцип вітальності.*

Звісно, знання і переконання, знання і мораль, знання і самокультура не завжди розвиваються синхронно. Однак, попри всі негативні явища в царині моральної свідомості, створюються хартії, кодекси, що допомагають регулювати морально-етичні засади суспільства, зокрема в журналістиці. Одним із таких документів є “Папська рада з питань соціальних засобів комунікації” [14]. Мотивація її написання полягає в тому, що в наш час масові комунікації, в тому числі й ЗМІ, трансформуючи суспільству спосіб життя та вибору, інформацію, різноманітну гаму поглядів тощо, можуть пропонувати конструктивне чи деструктивне бачення правди, добро чи зло, гуманізм чи насильство. Саме тому, нині питання етики і моралі актуальні як ніколи, а їх ігнорування призводить до модифікації людських цінностей. У чому ж, згідно з цим документом, полягає морально-етичний обов’язок ЗМІ? Насамперед, слід зауважити, що залежно від того, як люди використовують медіа, в них може розвиватися здатність до співчуття або ж нарцисизм. “Через призму віри — подається в документі — історія людської цивілізація бачиться як довга мандрівка, яка веде від Вавилону (символ зруйнованої комунікації) до зішестя Святого Духа і огненних язиків (відношення комунікації силою посланого Сином Духа Святого” [14; 543]. Відомо, що уся людська комунікація, побудована на тріаді Отця, Сина і Святого Духа, через Слово проповідує любов як найвищу моральну чесноту. Звідси випливає, що ЗМІ не самочинять, а є знаряддям у людських руках, які їх використовують на власний розсуд. З іншого боку, це — інструмент, який, як компас, може направляти ці ж руки у добре русло справ.

Далі зазначається, що зростаючий ідеологічний та економічний тиск на журналістів знижує чинні етичні стандарти. Церковна культура виступає на захист інформаційної культури медіа від загрози бездумного накопичення фактів. Також цей документ наводить приклади соціальної комунікації, що стоїть на службі у людини (економічні, політичні, культурні, виховні та релігійні аспекти). Кульмінаційним є висловлювання, що містить у собі основний деонтологічний принцип журналістики — “людина і спільнота людей є метою і мірилом їх спілкування із медіа; комунікація повинна відбуватися від людини до людини і на вигоду людства” [14; 549]. Таким чином, цей документ наголошує на тому, що зі створенням засобами комунікаційних технологій нових потенціалів Добра і Зла, виникає потреба постійного вивчення впливів і особливо етичних наслідків нових медіа.

Чимало залежить від позиції ЗМІ та журналістів, рівня їхньої соціальної відповідальності, етичних принципів і засад, яких завжди намагаються дотримуватися справжні професіонали слова. Спробуймо скласти своєрідний каталог деонтологічних вимог до журналістів.

Каталог деонтологічних вимог:

1. *Матеріали, вчинки, поведінка журналіста мають бути гуманними.*
2. *Журналіст має уникати каламбурів і дотримуватися “етики коректності”.*
3. *Журналіст не повинен виносити категоричні судження, не поспішати з висновками.*
4. *Журналіст має дошукуватися правди і повідомляти її.*
5. *Журналіст зобов’язаний до мінімуму зводити шкоду.*
6. *Журналіст має бути поза тиском, діяти незалежно.*
7. *Не уникати дискусії.*

8. *Поважати особу.*
9. *Вміти слухати і чути.*
10. *Не зловживати кримінальною сенсаційністю.*
11. *Не згадувати імен намарно.*
12. *Дотримуватися таких етичних цінностей журналіста, як: свобода ЗМІ, соціальна відповідальність, чесність, порядність, громадянськість, сумлінність, принциповість.*
13. *При виконанні професійних обов'язків журналіст не може вдаватися до протизаконних, некоректних способів одержання інформації, використовуючи своє службове становище у власних інтересах.*
14. *Журналіст повинен уникати в своїх публікаціях образ, які стосуються національних, расових, етнічних, етичних та релігійних поглядів і почуттів людей.*
15. *Дотримуватися журналістської солідарності.*
16. *Доброчесно служити людині вірою і правдою, і в усіх своїх діяннях ставити її понад усе.*
17. *Уможлилювати людям доступ до літератури, театру, музики і мистецтва, тобто сприяти їхньому духовному збагаченню.*
18. *Уникати маніпулювання, стереотипізації людської думки та не займатися зляканою пропагандою.*
19. *Виконувати закон моральний і закон державний.*
20. *Сприяти розвитку людського духу до трансцендентності, а не до власної іманентності.*
21. *Засвоїти і практикувати навички критичного глядача, слухача і читача.*
22. *Чітко висловлюватися проти фальшивих ідолів сьогодення — матеріалізму, гедонізму, споживацького мислення, вузьколобого націоналізму.*
23. *Поширювати благородні думки та ідеї, уникаючи негативізму та егоїстичного песимізму.*
24. *Бути фахівцем. Журналіст повинен бути професіоналом своєї справи і обізнаним у культурних, політичних, соціальних та інших питаннях.*
25. *Не пустословити. "Хай буде Ваше слово: Так, так; Ні, ні, а що більше цього, те від лихого" [Мт. 5; 37].*

Мабуть, це саме ті аспекти, усвідомлення цілості і невідворотності яких є вислідом практикування і визнання морального типу мислення у журналістиці. А це

- по-перше, епічне бачення світу;
- по-друге, обов'язкове перебування, як казав Г.-Г. Гадамер, всередині слова, що означає не лише пряме його розуміння, а й відповідальність за його застосування та функціонування слова мовленого чи писаного у суспільстві. Якщо врахувати, що життя людини від народження до смерті — це життя вартостями, то це також повинен враховувати журналіст.

-
1. Святе Письмо / Повний переклад, здійснений за оригінальними єврейськими, арамейськими та грецькими текстами. Рим: Українське Біблійне Товариство, 1994. 1422 с.

2. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия: Учебное пособие/ Е.П.Прохоров. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2004. 352 с.
3. Благородная от рождения. Интервью Айвара Валеева с профессором Санкт-петербургского университета Сергеем Корконосенко // Челябинский рабочий. 2007. 14 декабря.
4. Иванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: Підручник / Передмова В.П.Мостового. 2-ге вид., випр. К.: Вища шк., 2007.
5. Профессиональная этика журналистов: в 2 т. Т.1: Документы и справочные материалы. М.:Галерея, 1999. 440 с.
6. Прохоров Е.П. Наглядное пособие по курсу “Основы журналистики”. М.: ИМПЭ им. А.С.Грибоедова, 2002. 33 с.
7. Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації: У 2 ч. Ч.1. Львів: ПАІС, 2008. 376 с.
8. Аристотель. Большая этика / Сочинения: В 4 т. Т.4 / Пер.с древнегреч.: Общ. Ред.. А.И.Даватура. М.:Місль, 1983. 830 с.
9. Малахов В.А. Этика. Курс лекцій. Навч. Посібник. 4-ге вид. К.: Либідь, 2002. 384 с.
10. Bronk A. Zrozumiec swiat wspolczesny. Lublin: Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, 1998. 135 s.
11. Мойсеїв І. Культурогенез і мовність етносфери // Храм української культури: (Філософія семіосфери). Посібник-Дослідження. К., 1995. С. 413-433.
12. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / Москаленко А., Губернський Л., Иванов В. К., 1999. 634 с.
13. Кримський С.Заклики духовності ХХІ століття: [З циклу щоріч. пам'ят. лекцій ім. А. Оленської-Петришин, 2002 р.]. К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2003. 32 с.
14. Папська рада з питань соціальних засобів комунікації / Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналистика. 2001. Вип. №21. С. 542-554.

THE MISSION OF JOURNALISM: DEONTOLOGICAL ASPECT

Tetiana Khomenko

Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine

Tel. office: (032) 239-47-75

E-mail: journft@franko.lviv.ua

In the article it is said about realization of the missions setting of journalism, forming of deontological consciousness and about understanding of spirituality inplane journalistic activity.

Key words: deontology, morality, deontological mentality, moral type of thinking.

**МИССИЙНОСТЬ ЖУРНАЛИСТИКИ:
ДЕОНТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Татьяна Хоменко

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина

Тел. оф.: (032) 239-47-75

E-mail: journft@franko.lviv.ua

В статье говорится об осознании миссийного назначения журналистики, формировании деонтологического сознания и о понимании духовности в плоскости журналистской деятельности.

Ключевые слова: деонтология, мораль, деонтологическое сознание, моральный тип мышления.

Стаття надійшла до редколегії 05.09.2011

Прийнята до друку 06.11.2011