**РЕКОМЕНДАЦИИ**

**для преподавания этики массовых коммуникаций в вузах России**

Уважая права человека, достоинство и ценность личности, а также интересы общества, в частности право на получение информации;

принимая во внимание, что в цифровую эпоху создаются новые угрозы соблюдению прав человека на свободное и полное развитие его личности, получение достоверной информации, неприкосновенность частной жизни;

помня о том, что средства массовой информации, PR и рекламы, обеспечивая свободный поток информации, призваны удовлетворять интересы всех социальных субъектов;

учитывая, что благодаря своему статусу и профессиональным навыкам специалисты коммуникативной сферы обладают влиянием, которое должно базироваться на соблюдении этических принципов и норм;

исходя из того, что основные профессиональные ценности работника формируются в первые годы профессиональной деятельности, в том числе во время получения высшего образования,

**участники семинара отмечают, что:**

* необходимо включать в учебные планы бакалавриата и магистратуры по журналистике, рекламе и связям с общественностью специальные учебные дисциплины, призванные формировать знания, умения и навыки этичного профессионального поведения;
* нецелесообразно объединять в рамках одной учебной дисциплины разные виды социального регулирования – этику и право;
* следует обратить внимание на этические принципы профессии при преподавании иных учебных дисциплин, касаясь, например, этики речевых коммуникаций, этики обращения к историческим аргументам при обосновании своей позиции, этики использования религиозных образов и т. д.;
* преподавание профессиональной этики в каждом вузе должно быть обеспечено достаточным количеством специальных учебников, учебных пособий, методических разработок, справочных и иллюстративных материалов и т. п.;
* при изучении студентами профессиональной этики необходимо устанавливать связь между этическими требованиями, предъявляемыми к лицу как специалисту в области массовых коммуникаций, и этическими требованиями к человеку как представителю конкретного общества и человечества в целом;
* понимание этических требований профессии возможно при условии исследования общественной реакции на поведение специалистов в сфере массовых коммуникаций;
* преподавание профессиональной этики должно строиться на базе изучения актуальных направлений философской этики, действующих кодексов и моральных представлений, существующих в обществе и различных социальных группах;
* освоение профессиональной этики предполагает использование сравнительного анализа российского и зарубежного опыта решения нравственных коллизий;
* понимание теоретических основ профессиональной этики невозможно без обращения к рассмотрению конкретных механизмов реализации этических принципов. Участники семинара рекомендуют как перспективные следующие активные формы обучения:
* дискуссии, предметом которых является поведение участников реальных ситуаций, имевших место в профессии;
* кейс-стади с детальным разбором и аргументацией принятого решения;
* привлечение студентов к сбору и документированию кейсов;
* участие в занятиях практикующих специалистов и др.;
* в связи с недостаточной открытостью информации по существующим этическим конфликтам необходима организация постоянного обмена информацией между преподавателями профессиональной этики. Для этого желательно ввести в практику проведение регулярных методических семинаров, наладить взаимодействие посредством сети Интернет, а в перспективе – создать специализированный интернет-ресурс, представляющий собой банк данных для изучения соответствующих дисциплин;
* с результатами обсуждения в научной и учебной среде нравственно-этических проблем и коллизий надо знакомить профессиональное сообщество – в форме предложений по совершенствованию профессиональных кодексов, экспертных заключений, обзоров практики и т. п.

Участники семинара приложат усилия для совершенствования учебных планов и программ обучения, повышения интереса обучающихся к этическим аспектам профессии, улучшения практики преподавания профессиональной этики, поддержания контактов между специалистами внутри страны и международного сотрудничества.

*Принято участниками международного семинара «Этика массовых коммуникаций: опыт и научные исследования в России и Германии».*

*Санкт-Петербург, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ*

 4 октября 2013 года