

РАЗДЕЛ IV.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

УДК 007: 304 (070/17)

Е.А. Афанасьева (Горская)

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко

СОЗДАНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА: ЭТИЧЕСКИЕ РЕГУЛЯТОРЫ В ЦИФРОВОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Статья рассматривает этические проблемы и дилеммы, с которыми сталкивается современная журналистика. Новые медиатехнологии влияют на журналистскую практику и этические нормы. Автор прослеживает связи между этикой и профессионализмом и обращает внимание на то, как этические практики переплетаются с технологическими, экономическими и социально-политическими условиями современной медиасреды. Статья призвана активизировать академический дискурс о роли медиаэтики в цифровую эпоху.

Ключевые слова: медиаконтент, медиаэтика, саморегулирование, этические нормы, профессиональная журналистика, цифровые медиа.

The article examines the ethical problems and dilemmas facing modern journalism. New media technologies affect journalistic practices and ethical standards. The author traces the link between ethics and professionalism, and draws attention to the fact, as ethical practices are intertwined with the technological, economic and socio-political conditions of the new media environment. The article is intended to foster academic discourse on the role of media ethics in the digital age.

Keywords: media content, media ethics, self-regulation, ethical standards, professional journalism, digital media.

СОБЛЮДЕНИЕ ЭТИЧЕСКИХ СТАНДАРТОВ является одним из важнейших механизмов саморегулирования СМИ и приобретает особую значимость в условиях развития информационно-коммуникационных технологий. Устоявшаяся система этических принципов не выдерживает критики в условиях глобальных изменений, произошедших в медиасфере. Экосистема медиа перестала быть однополярной. Современное медиапространство мозаично. Профессиональные новостные организации делят его с блогерами, представителями гражданской журналистики, активистами социальных сетей, дополняя друг друга. Новый медиаландшафт ставит перед нами принципиально новые

этические вопросы: от проверки достоверности информации, полученной от читателей, до глобального: какой должна быть медиаэтика в современном мире?

«Цифровая медиаэтика», или «этика цифровых медиа», — термин, введенный в журналистский и научный дискурс относительно недавно. В более широком смысле, цифровая медиаэтика, являясь последствием развития цифровых информационно-коммуникационных технологий, охватывает весь комплекс этических вопросов, возникающих в цифровой медиасреде. Мнения о том, какими должны быть этические стандарты нового медиапространства, среди экспертов разнятся. Одни обосновывают приоритетность роли саморегулирования в средах массовой информации, другие, напротив, считают его эффективным лишь в комплексе с правовым регулированием и социальным контролем. Среди ученых, занимающихся проблемами журналистской этики, особенно заметны работы Д. Авраамова, К. Вейлера, И. Засурского, В. Иванова, Г. Лазутиной, Д. Тамбини.

Демократизация процесса медиапроизводства ослабила иерархическую структуру традиционных СМИ, превратив отдельных людей, группы и целые сообщества пользователей в полноценных участников медиаиндустрии. Вчерашняя пассивная аудитория сегодня пополнила ряды активных авторов. Государственное регулирование медленно реагирует на процессы трансформации медиапространства и демонстрирует лояльное отношение к системе саморегулирования. Во многом подобную политику государств применительно к цифровой среде связывают с боязнью пошатнуть основополагающий принцип современного информационного пространства — плюрализм мнений и источников информации. Однако демократизм подходов в вопросах регулирования не должен приводить к размыванию социальных и институциональных границ дозволенно-

го. Безусловно, сами средства массовой информации заинтересованы в создании эффективной модели саморегулирования. В противном случае усиление давления со стороны государства в виде законодательных рычагов управления и контроля неизбежно. Этические регуляторы традиционных СМИ в целом сформированы: большинство документов было разработано Международной федерацией журналистов, ЮНЕСКО и другими организациями. Отдельные страны также имеют собственные национальные и региональные этические кодексы журналистов. Однако, построенные на декларативной теоретизации, лишённые эмпирики и необходимой связи с журналистскими практиками, они демонстрируют свою неэффективность применительно к цифровой медиасреде. Сегодня многие издания заняты разработкой собственных правил поведения журналистов в Интернете. На международном уровне работа над этическими нормами протекает разрозненно и имеет фрагментарный характер в отношении регулирования отдельных аспектов и отраслей медиаиндустрии. К сожалению, попытки разработки кодексов этики цифровых медиа в реальности являются не более чем переписыванием общепринятых журналистских правил. Ещё более актуальным является их выполнение. Ведь саморегулирование медиа предполагает не только развитие кодексов этики, но и создание органов, осуществляющих контроль за их исполнением и применяющих меры в отношении тех журналистов, которые не в состоянии им следовать [1. С. 33]. Без надлежащих регуляторных механизмов контроля у авторов нет достаточной мотивации для того, чтобы добровольно брать на себя обязательства по их выполнению.

Неэффективность существующих журналистских кодексов в цифровом медиaprостранстве в первую очередь связана с тем, что они ориентированы на профессионалов в журналистике, наделённых и, главное, осознающих определённую долю ответственности. Н. Луман справедливо подчеркивал, что «СМИ как политико-социальная система не может контролироваться только с помощью общих моральных критериев, а вырабатывает свою собственную шкалу нравственных ценностей» [2]. Действительно, профессиональная медиаэтика устанавливает более высокие стандарты, определяя социальную роль для журналистики в балансе личных и общественных интересов. Деятельность представителей гражданской журналистики, напротив, построена на персональной ответственности отдельного индивида, в основе которой лежат общечеловеческие этические принципы и внутренняя (для каждого автора) система ценностей. Этические стандарты гражданской журналистики, как правило, не выходят за рамки правовых и законодательных норм отдельного государства. При отсутствии в обществе единой морали и ценностных ориентиров они оказываются недостаточными для их применения в медиасфере. Сужение понимания журналистской этики до индивидуальной совести и честности, по мнению Д. Тамбини, поднимает проблему «человеческой

ошибки», поскольку различные стимулы журналистской деятельности часто идут вразрез с прописными этическими правилами [3]. Мы должны признать, что массово-информационные потоки не нейтральны. Будучи нагружены человеческими, культурными и социальными ценностями, в мультикультурном мире они нередко становятся инструментом манипуляции и злоупотребления. Не только слово, но и изображение может обретать иной смысл в контексте его восприятия людьми в разных частях мира. Не отвергая общепринятых международных принципов, медиаэтика вбирает национальные черты, руководствуясь религиозными, культурными и историческими традициями конкретного общества и народа. В условиях глобализации эта грань неумолимо стирается, что неизбежно ведёт к размыванию этических норм. Поскольку журналистика играет важную роль в производстве общественного знания, глобализация применительно к медиаэтике могла бы стать объединяющим фактором в универсализации ее стандартов. Однако создание единой этической оси, вокруг которой будет формироваться глобальное цифровое медиaprостранство, осложняется процессом конвергенции. Продукт новых медиа включает в себя текстовые материалы, видео, фоторепортажи, блоги, форумы и пользовательские сообщества. При этом современное СМИ в Интернете — это результат сотрудничества профессиональных журналистов и авторов-аматоров (термин «аматор» для определения пользователей, самостоятельно создающих и бесплатно распространяющих контент, предложили Ф. Грегори Ластовка и Дэн Хантер, 2004). Все это осложняет применение единых этических подходов. Не менее важным вопросом, который ставит перед нами конвергентная журналистика, является кросс-платформенность современных СМИ. Она открывает широкие возможности для высвобождения из «регуляторных тисков». То, что является неэтичным для бумажной версии издания, перестаёт быть таковым на его ресурсе в другой цифровой платформе, не поддающейся регулированию.

Вообще определение единых этических принципов работы авторов в сети крайне важно, поскольку большинство гражданских журналистов отвергают принятие этических принципов профессиональной журналистики. Этому есть объяснение. Ведь сама принадлежность к профессиональной журналистике всех участников массово-коммуникационного процесса вызывает сегодня среди ученых немало споров. Г. Лазутина считает важным критерием профессиональности отношение к производимому продукту. По ее мнению, «парадокс» журналистской этики состоит именно в существовании двух форм организации деятельности: любительства и профессионализма. При этом одного добросовестного отношения к работе, подкрепленного моральной установкой индивида, недостаточно. Необходима «страховка качества продукта», которой и выступает профессиональная мораль, редакционный устав, журналистские стандарты [4. С. 65–68]. Однако приравнивание представителей гражданской журналистики к профессиональным журналистам

нам кажется не вполне корректным по отношению к этой социально активной категории людей. Их принципы работы существенно отличаются от журналистских, являясь определяющим фактором в предпочтении аудитории. Авторы-аматоры, не относящиеся к написанию материалов как к ремеслу, демонстрируют порой более высокую планку: живой литературный слог, нестандартные подходы к подаче материалов, близкую читателю эмоциональную позицию. Благодаря этому их материалы пользуются большей популярностью и доверием аудитории. Однако общепринятые этические ценности, такие как беспристрастность и нейтралитет в вопросах поддержки позиции одной из сторон, нередко игнорируются. Автор, напротив, стремится стать частью социальных групп, используя это преимущество во влиянии на общественное мнение. Если традиционная журналистика отдает предпочтение проверке информации, предварительному отбору, то «журналисты от общества» среди приоритетов называют открытость, непосредственность и возможность правки текста после его опубликования в Интернете. Последнее вызывает особенно много споров. Само исправление или внесение изменений в опубликованный материал не является чем-то зазорным, а наоборот, свидетельствует о высоком уровне ответственности журналиста и издания. Однако массовость такого явления ставит под угрозу основополагающие принципы журналистики — объективность и достоверность информации. Читатели, привыкшие воспринимать информацию как нечто не требующее проверки, сталкиваются с необходимостью ставить под сомнение любые сообщения, опубликованные на «свободных от регулирования» ресурсах. Даже самые яростные защитники гражданской журналистики признают, что блогеры, имеющие радикальную точку зрения, могут руководствоваться далекими от этических принципов побуждениями. Поэтому распространение заведомо ложной информации и использование своего влияния в корыстных целях, к сожалению, часто встречается в сети.

Некоторые представители гражданской журналистики вообще высказываются о журналистике как о псевдопрофессии. Единственная лицензия, необходимая для занятия этим родом деятельности, — доверие общества. Конечно, получить его во многом помогают профессиональные этические стандарты. Доверие, напрямую связанное с финансовым успехом, поддерживается в СМИ целой командой «этической полиции»: начиная от коллег и заканчивая редакторами и юристами. Но и говорить об отсутствии подотчетности гражданских журналистов нельзя. Социально активная интернет-аудитория нуждается в достоверной и точной информации для получения объективной картины мира и принятия обоснованных гражданских решений. Она также играет важную роль в системе этического регулирования: позитивно или негативно реагирует на публикации, оставляя свои комментарии и опровержения (в случае ошибки). Подобная практика порождает принципиально иной подход к медиатике. Открытость и интерактивность медиаресурса стано-

вятся важной составной регулирования. Там, где автор переступил черту, — общество выступает этическим барометром, реагируя на это анлайками, критическими замечаниями, репликами.

Этически не урегулированными остаются и вопросы взаимодействия журналистики и социальных сетей. Последние давно стали важным источником информации в работе медиа. Однако сложность для журналистики представляет разделение приватной и общественной коммуникации. Широкое использование пользовательского контента в работе репортеров постоянно сопряжено с угрозой пересечь этическую черту. Стремясь к привлечению новой аудитории, СМИ расширяют свое присутствие в социальных сетях: создают странички на Facebook и Twitter, формируют сообщества на сайте издания в Интернете. Комментирование материалов и дискуссия на официальных страничках медиа в социальных сетях становятся неотъемлемыми частями контентного наполнения медиаресурса. При этом вся полнота ответственности за его содержание возлагается именно на СМИ. В условиях, когда распространение информации идет по нетрадиционным для СМИ каналам (социальным сетям, чатам, блогам, форумам), существенно осложняется процесс регулирования медиаконтента. Многие интернет-сайты используют фильтры ненормативной лексики, чтобы избежать публикации непристойностей и агрессивных текстов. На эти же цели направлена и модерация ресурсов. Однако в условиях стремительного роста контентных объемов ее возможности оказываются катастрофически недостаточными для сколь бы то ни было эффективного контроля. Все чаще издания требуют идентификации пользователя для получения возможности комментировать материалы. По мнению читателей, негативно относящихся к подобным новациям, это ограничивает их свободу высказываний. Мотивация изданий также понятна — идентификация позволяет повысить степень ответственности аудитории и служит защитой для самих СМИ в случае размещения на их сайте этически «проблемного» комментария.

Большинство этических принципов, разработанных в течение прошлого столетия, были ориентированы на коммерческую модель средств массовой информации. Безусловно, у этой модели были как свои плюсы, так и минусы. С одной стороны, в ряде стран с тоталитарными режимами и активной ролью государства в медиарегулировании нередко политическая доктрина переносилась и на этические нормы поведения журналиста. Экономическая мотивация его деятельности ограничивала свободу высказываний. Сегодня журналист-аматор часто не имеет финансовых стимулов, что в определенном смысле делает его менее зависимым от внешних факторов — таких как, например, редакционная политика. Но, к сожалению, эта свобода расширяется до отсутствия понимания гражданской или юридической ответственности за распространенную информацию.

В последнее время многое делается на национальном уровне для повышения качества и этических

стандартов медиа. Поддерживаются проекты, направленные на редакционную независимость, этическое управление, прозрачность и построение заслуживающей доверия системы саморегулирования. Представители профессиональной журналистики недовольны политикой двойных стандартов. В настоящее время деятельность журналистов подлежит куда более тщательному контролю, чем работа авторов-аматоров, не имеющих надлежащих знаний об этических процедурах сбора информации, проверки источников, требующая потому более пристального внимания со стороны контролирующих органов.

По утверждению известного американского журналиста Дэвида Рэндалла, кодекс чести для журналиста — это «свод правил, которых должен придерживаться (либо стыдиться того, что не придерживается) каждый уважающий себя журналист» [5. С. 47]. Как заставить представителей гражданской журналистики «стыдиться», а еще лучше — придерживаться этических норм — важный вопрос, особую роль в решении которого играет культура. Промоция сетевого этикета, создание своего рода «дорожной карты» поведения для участников коммуникационного процесса — эти задания до сих пор не являются первоочередными для государственной политики в отношении Интернета. Очевидно, что эра социально ответственной журна-

листики еще не наступила. Но традиционные СМИ и новые медиа должны начать диалог для выработки единых механизмов этического регулирования, для определения баланса интересов общества и медиа. Последние, обладая огромным общественным влиянием, являются формирующим фактором в развитии глобального информационного пространства. И то, каким уровнем демократизма и объективности оно будет наделено, во многом зависит именно от этической составляющей самоорганизации медиасферы.

Литература:

1. Путеводитель по регулированию сетевых СМИ / под ред. А. Улен и М. Стоун. Вена : Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. 130 с.
2. Луман Н. Честность политиков и высшая аморальность политики // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. №1.
3. Damian Tambini, Danilo Leonardi and Chris Marsden. The privatisation of censorship: self regulation and freedom of expression. UCL Press, 2008. P. 269–289.
4. Лазутина Г. Профессиональная этика журналиста. М. : Аспект-пресс, 2011. 224 с.
5. Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист. СПб. : ПроМедиа, 2000. 120 с.

УДК 070.1/115.4

В. С. Байдина

Томский государственный университет

ФАКТОРЫ ОТРАЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье исследуются факторы, влияющие на отражение социального времени в пространстве массмедиа и преимущественно в телевизионном пространстве. Автор приходит к выводу, что из совокупности факторов, определяющих характер создания этого образа, первостепенными являются авторская позиция журналиста, политический дискурс и типичное представление социума о собственном историческом периоде.

Ключевые слова: социальное время, массмедиа, факторы отражения социального времени, телевидение, аналитическая журналистика.

This article examines the factors influencing the reflection of social time in the space of media, mainly television. The author comes to the conclusion that a combination of factors that determine the nature of the creation of this image, are the copyright of civic position of a journalist, political discourse and typical society representation of the social time on its own historical period.

Keywords: social, media, factors reflect social time, TV, analytical journalism.

В СФЕРЕ МАССМЕДИА устанавливается текущая повестка дня, недели, месяца; актуализируется исторический опыт нации, обсуждаются возможные варианты развития общества и государства. Значимость отражения темпоральных процессов в СМИ определяется функциональным потенциалом образа социального времени в медиапространстве. Формируя образ времени, медиаторы расширяют свой воздействующий и творческий потенциал, актуализируют и активизируют социально-ориентирующую, миромоделирующую, познавательную, аксиологическую, идеологическую и интегративную функции журналистики.

Социальное время в массмедиа — это оценка факта, события, эпохи, соединяющая в емкой эмоционально-логической форме прошлое-настоящее-будущее социума и определяющая отношения между модусами времени в динамическом и аксиологическом аспектах.