

Этические проблемы сетевой журналистики

Мария Бойко

4 курс



- Современная киберкультура, технологический прогресс привели к быстрому изменению не только структуры и содержания традиционных средств массовой информации, но и породили новые альтернативные медиа. Таким образом, изменилась и качественная сторона подачи информации, и культура привлечения аудитории, и в связи с этим возникли различные этические нарушения, иначе говоря, интернет журналистика связана с новыми вызовами этического характера: **плагиат, анонимность, ложные 2 источники информации, а оскорбления и клевета** ярко проявились в рамках онлайн комментариев.



- Информационно-коммуникационные технологии дали возможность имеющим большой опыт действующим средствам массовой информации выступить в новом качестве, избегая плагиата. В то же время эти технологии были использованы сотнями новых сайтов с целью распространения провокаций, становясь орудием в руках разных сил. Основным техническим средством информации на сегодняшний день являются компьютер, телефон, таб и любое устройство, которое может быть подключено к Интернету.
- Благодаря развитию технологий информационный процесс сегодня более интерактивен. Каждый пользователь Интернета является источником или распространителем информации. Более того, аудитория не только принимает сообщения, но и отправляет их. Нынешний технологический период – электронный, выделяется положительными и отрицательными сторонами: с одной стороны, это доступность любой информации, с другой стороны, неуправляемость информации, так быстро распространяющейся по сети; с одной стороны, развитие общественной журналистики, с другой стороны, изменение характера информации.



- С 2008 года, когда был зафиксирован рост сетевых средств информации, все более актуальными стали следующие вопросы, требующие разрешения:

- 1. как регулировать сферу электронных средств массовой информации,*
- 2. повысить грамотность сетевых журналистов,*
- 3. стимулировать журналистику, руководствующуюся моральными принципами,*
- 4. исключить дезинформацию,*
- 5. стимулировать здоровую конкуренцию и т.д.*

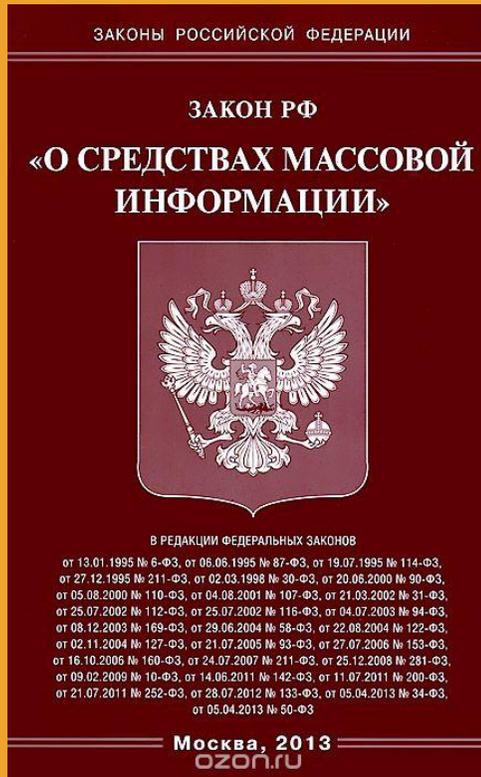
Эти и подобные проблемы сегодня беспокоят не только добросовестных журналистов и редакторов, медиатеоретиков и экспертов, но и саму аудиторию, которая устала от некачественной информации.



- Жесткая конкуренция между сетевыми СМИ в сфере привлечения аудитории привела к серьезному снижению качества, к обесцениванию профессии. В результате сегодня в сети преобладает желтая пресса. Некоторые “авторы текстов и создатели материалов” воспринимают сеть как большой склад, который можно заполнить чем угодно, здесь можно говорить о чем угодно, согласно их необоснованным, абстрактным представлениям, что не имеет ничего общего с требованиями, предъявляемыми к профессиональной журналистике. В результате подобного стиля работы возникла ситуация, когда электронные средства массовой информации и социальные медиа наводнены различными этическими нарушениями, а профессионалы и медиаэксперты вынуждены думать о создании качественного медиапродукта с одной стороны, с другой, - заботиться о своем продукте и бороться с недобросовестными информационными сайтами, занимающимися добычей “лайков”.



- Ответственные редакторы и представители этой сферы не раз выступали с заявлениями, борясь со многими порочными явлениями, тем не менее, заметный сдвиг стал возможен только после некоторых законодательных изменений, осуществленных в 2013 г. Речь идет о сетевом плагиате, когда многие сайты, пользуясь отсутствием правового регулирования в этой сфере, стали руководствоваться не свойственным этической журналистике стилем работы, то есть, имея в штате одного-двух начинающих журналистов, основное содержание сайта “обеспечивали” за счет контента тех информационных сайтов, которые уважают свою профессиональную деятельность и руководствуются критериями качества при создании материала.



- Именно здесь мы сталкиваемся с важным вопросом, что эффективнее – регулирование или саморегулирование интернета. В прошлом многие медиаэксперты, редакторы и журналисты сходились во мнении, что вариант саморегулирования интернета более предпочтителен, даже после законодательных изменений журналисты пытались восстановить свои авторские права, обращаясь к саморегулирующему Наблюдательному органу, или в комментариях под перепечатанной статьей оставляли сообщения с требованием давать ссылки/, поскольку мы считаем это положительным в том плане, что преданные своему делу профессионалы на самом деле придают большое значение действию профессиональных этических норм в Интернете, коллегиальной солидарности.

Журналист

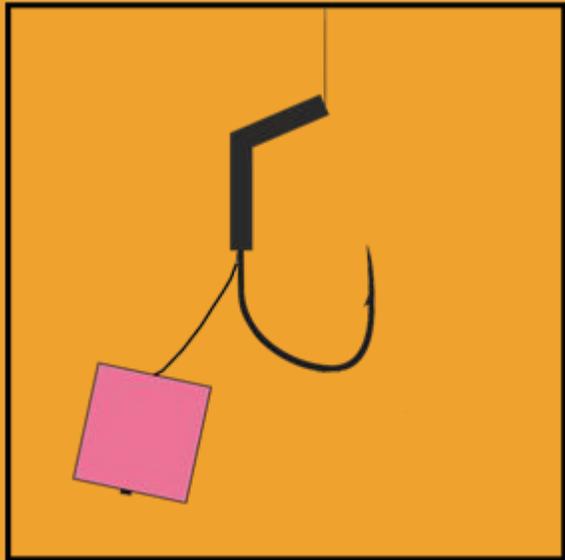


- Однако одно дело принимать, уважать и руководствоваться моральными принципами, другое дело – продвигать собственные интересы. Здесь хотелось бы привести следующий комментарий редактора онлайн газеты “Аравот” Анны Исраелян: “Что касается плагиата и решения этических проблем, я давно не связываю никаких надежд с механизмами саморегулирования. Не действуют, не эффективны варианты решения этой проблемы ни с помощью попыток найти общий язык, ни с помощью журналистских заявлений. Поэтому остается единственный путь – плагиаторов, не уважающих чужой труд, нужно наказывать финансово, с помощью штрафов. И, к счастью, такую возможность дает принятый в Национальном Собрании закон”. Заметим, что многие сайты не отнеслись к законодательным изменениям серьезно и продолжали работать в том же стиле. В результате был зафиксирован прецедент, когда электронное периодическое издание “Этк” (www.hetq.am) после многочисленных предупреждений подало в суд на сайты www.prezident.am и www.1in.am за перепечатывание авторских материалов без разрешения. www.prezident.am попросил прощения, а 17 декабря 2014 года суд частично удовлетворил иск Общественной организации “Расследующие журналисты” против информационного сайта “Последний блог” (основатель – ООО “Медиацентр Скизб”, www.1in.am), установив компенсацию в размере 100.000 драмов, приняв решение также в 5 пользу “Расследующих журналистов” взыскать судебные издержки в размере 158.000 драмов .



FAKE

- Воодушевление, связанное с заявлением журналистского сообщества о сайтах-плагиаторах, а также законодательных инициативах, не распространилось в той же мере на закон об источниках информации, иначе говоря, “о фейках” (ложный пользователь). Поскольку если первый был направлен против недобросовестных сайтов, то этим новым законопроектом делалась попытка оказать давление на всю четвертую власть, то есть с этого момента средства информации сами обязаны выявлять источники информации, что неразумно, препятствует свободе слова и противоречит правовым определениям защиты источников информации.



- Другим нарушением журналистской этики является победное шествие “заголовков-приманок”, основной целью которых является обеспечение большого потока посетителей сайта. Хотя этот метод привлечения аудитории в основном используют те же сайты, которые являются мастерами копипаста. Однако очень многие активно борются с этим явлением. Члены социальных групп “Медиаграмотность”, “Во имя добросовестной журналистики”, которые последовательно обращаются к различным этическим нарушениям, не оставляют без внимания и эти публикации. Они размещают их в группах и организуют обсуждения, в которых активно участвуют студенты-журналисты. Заметим, что в последнее время с целью привлечения аудитории подобные “заголовки-приманки” стали использовать и сайты, занимающиеся онлайн бизнесом. “Клики”, ведущие к рекламным сайтам, в какой-то мере сопровождаются статусами и лозунгами, воздействующими на психологические ориентиры аудитории. Гонка по сбору “лайков” - нормальное явление, вопрос в том, с помощью каких методов, технологий, социально-психологических инструментов делают это создатели и распространители информации в наши дни.



- Обобщая, заметим, что в онлайн прессе и особенно в социальных медиа этические нарушения обусловлены скоростью интернета, интерактивностью. В наши дни подобные нарушения представляют угрозу не только с точки зрения профессиональной этики, профессионализма, но и неправомерны, а перспектива решения этих проблем призрачна. Более того, критерии этической журналистики и инструменты саморегулирования будут неэффективны до тех пор, пока потребляющая аудитория сама не осознает отрицательную сторону и последствия “питания” некачественной информацией.