



МЕДИА ЖӘНЕ ЖУРНАЛИСТИКА. ТЕОРИЯ МЕН ТӘЖІРИБЕГЕ ЖАҢА КӨЗҚАРАС

Журналистикадағы этика және PR



Қоғамдағы өзге салаларға қарағанда, коммуникациялық мамандықтар, оның ішінде, бұқаралық ақпарат құралдары мен қоғаммен байланыс мамандығы этика нормаларын сақтауға қатысты айыптауларға көбірек ұшырап жатады. Сондықтан кәсіби қауымдастық осы салалардағы кәсіби қарым-қатынасты бақылап отыратын этикалық кодекстерді әзірлеуге талпыныс жасауда. Енді зерттеулерге сүйенсек, БАҚ мамандарының салыстырмалы түрде аз ғана бөлігі әдепсіздікке бой алдырып тұрады екен. Бірақ барлық тараптың коммуникацияны белсенді түрде бақылап, оған жіті назар аударып отыруы бұл мамандықты әсіресе сот шағымдары мен іс қарауларында айрықша әлсіз ете түсуде. Бұл дәріс этикалық мәселелерді қарастырып, осы тақырып бойынша туындаған қиындықтарды қалай жеңу жолдарын баяндайды.

Журналистер жұмыс ерекшелігіне қарай адамдармен өзара тікелей байланыста болады, ал этика көбінесе біздің бір-бірімізбен қалай қарым-қатынас жасайтынымызға байланысты, сондықтан этикалық мәселелерге қатысты шешімдерді қабылдау журналистің күнделікті өмірінде басты орын алады. Әрбір репортажда кімге сену керек, басымдықтарды қалай бөлу керек, ақпаратты қалай және қандай негізде беру керек, осыны анықтап алу маңызды. Журналистер өзіне қандай әрекеттерге немесе қандай теріс қылықтарға қатысты шешім қабылдау мәселесінде моральдық төреші рөлін алып жатады және де қоғам өміріндегі бетбұрыс сол көптеген шешімдердің қабылдануына байланысты болады. Ал ол шешімдер үлкен зиян шектіруі немесе зор игілікке жетелеуі мүмкін.

«Медиа және журналистика» оқу құралы БАҚ-тағы әдепсіз қылықтарға қатысты бірнеше мысал келтіреді. Брайан Уильямс — америкалық тележүргізуші және NBC телеарнасының кешкі жаңалықтарының бас редакторы, «Тайм» журналы оны екі мәрте әлемдегі ең ықпалды 100 адам тізіміне енгізген. Ол 2015 жылдың ақпанында 2003 жылы, Иракқа басып кіру барысында оның тікұшағын зымыранның атып түсіргені және өзінің ғайыптан тірі қалғаны туралы оқиғаны ойдан шығарғанын мойындаған еді. Шындығында, атып түсірілген тікұшақ бортында журналист болмаған екен. Сондай-ақ, тележүргізуші «Катрина» дауылынан кейін Жаңа Орлеаннан репортаж жүргізу барысында дизентерия жұқтырып алғаны туралы да өтірік айтыпты. Дауыл салдарымен күресіп жүрген әскерилер Уильямстың әңгімесіне қатты таңғалған: Уильямс орналасқан тарихи қала орталығы тасқын судан айрықша зардап шеккен аудандар қатарынан емес еді. Осының бәрінен кейін Уильямс алты айға уақытша жұмысынан босатылады. Бұл дау-жанжал көптеген жандардың журналистік этиканың ескірмейтін мәселелері туралы ойлануына түрткі болады.

Британияда тұтанған тағы бір дау-жанжал журналистердің телефон әңгімелерін заңсыз тыңдауына байланысты орын алған еді. Руперт Мердок медиаимпериясына тиесілі News of the World таблоидының қызметкерлеріне 2002 жылы ұрланып, өлтірілген 13 жасар оқушы қыздың дауыстық поштасына бұзып кірген деген айып тағылды. Бұл қылмыстық оқиға сары басылымның басты тақырыбы болды. Тарқатып айтсақ, Милли Даулер мектептен үйіне қайтып келе жатқан жолда жоғалып кетеді. Жарты жылдан соң полиция оның өлі денесін орман ішінен тауып алады. Оқушы қызды ұрлаған және өлтірген бір түнгі клубтың күзетшісі деп танылады. Бірақ «News of the World» басылымы ақпаратты алудың мүмкін барлық әдіс-тәсілдерін қолдана отырып, осы оқиға туралы өз зерттеуін жариялайды. Кейін белгілі болғандай, газет жеке детектив жалдаған екен, ал ол өз кезегінде, қаза болған қыздың ұялы телефонының дауыстық поштасын бұзып кіріп, ондағы бірнеше хабарламаны өшіріп тастаған. Хабарламаларды не үшін өшіру керек болғаны туралы британдық арнайы қызмет өкілдері ештеңе айтпаған. Телефонның қолданыста екендігін білдіріп, құрбан болған қыздың ата-анасын «ол тірі» деп үміттендіріп және белгісіз себептермен оның табылғанын қаламау басты дәлел болды. Бұдан өзге, журналистер тергеу жұмыстарын жүргізіп жатқан полиция қызметкерлерін жаңылыстырған.

«News of the World» жеке өмірге қол сұқпаушылықты бұзуға қатысты бірінші рет айыпталып отырған жоқ. Басылым журналистері танымал адамдардың дауыстық поштасын жиі тыңдап отырған. Журналистердің осы әрекетінен король отбасы, бұрынғы британдық премьер Тони Блэр мен өзге де танымал тұлғаларды қосқанда, 100-ге жуық адам зардап шеккен. Руперт Мердок кейін басылымындағылардың телефонды бұзып кіру фактісін жасырып қалғанын мойындады. Бірақ БАҚ этикасы тек журналистерге ғана емес, оларды жұмысқа алатындардың да әрекетіне қатысты екенін ұмытпаған жөн.



Сонымен, этикалық журналистика қандай болуы керек? Әдетте, журналист этикасы жаңалықтар жинаудың адал жолдарын қолдана отырып, маңызды жаңалықтар мен қоғамдық көзқарастарды әділ жеткізу болып саналады. Журналистер осы бір этикалық мина алаңына қалай бейімделе алуда? Бұл сұраққа қарапайым түрде жауап беру қиын. Бірақ алдымен, бүгінгі этика туралы кейбір теорияларды қарастырып көрейікші. Қазіргі заман этикасының негізгі үш мектебі бар – деонтология, консеквенциализм және адамгершілік. Деонтология немесе құқықтарға негізделген қажеттілік этикасы ұйғарылған дәлелдер мен ережелерді басшылыққа алады және әрдайым демесек те, көбінесе түрлі діндерге байланысты болады. Деонтологияның негізгі мақсаты – әрбір адамның қандай жағдайда болмасын, белгілі бір құқықтарға ие екендігінде және қандай да бір себептер бойынша ешкімнің зиян шекпеуі немесе ешкім өлтірілмеуі тиіс. Құқықтарға негізделген этикалық ерекшеліктер эвтаназия, яғни дауасыз дертке шалдыққан науқастың өз еркімен өлімге мойынсұнуы мен жасанды түсіктен бастап, көптеген әлеуметтік мәселелерден көрініс тауып жатады. Жалпы алғанда, деонтолог «эвтаназия мен жасанды түсікке рұқсат етілмеуі тиіс, өйткені кінәсіз адам өлтіріледі» дер еді. Соған қарамастан, жазылмас дертке шалдыққан деонтологтың өзі де өлу құқығын таңдауы әбден мүмкін. Сондықтан өздеріңіз байқағандай, бұл жерде нақты бір айқындық жоқ.

Екінші мектеп – консеквенциализм мораль ұғымын ережелер жиынтығымен емес, нәтижелерді және әрбір жеке қимыл салдарын бақылаумен негіздейді. Консеквенциалистер мәселен, жаңағыдай эвтаназияның немесе жасанды түсіктің салдарын таразылайды және негізгі пайданың неде екенін анықтайды.

Адамгершілік этикасы – адам табиғатына негізделген, оның міндеттен немесе ережеден немесе әрекет салдарынан айырмашылығы, ізгі немесе моральдық мінезді айқындайтын тәсіл екендігінде. Мәселен, біреу көмекке зәру делік. Егер өзі де өзгелерлен сондай игілік күтер болса ғана прагматик адамның көмектесуі мүмкін, деонтолог «сенің ықтиярың жалпыға ортақ заң бола алса, өз қалауыңмен жүр» деген моральдық қағиданы басшылыққа алуы ықтимал, ал адамгершілік этикасы – адам игілігі үшін еш өтеусіз көмек көрсетеді, өйткені оны қайырымды іс санайды.

Оның БАҚ-қа қандай қатысы бар?

Журналистикадағы адамгершілік философиясының пайдалылығын қайғылы оқиғаны хабарлау сияқты даулы мәселе арқылы түсіндіруге болады. Қайғылы оқиғалар орын алғанда, бұқаралық ақпарат құралдары құлағын түре бастайды. Көптеген таблоидтық басылымдардың журналистері қайғы-қасіретке ұшыраған адамдарға сұрақ қоюдың қандай да бір этикалық ұғымдары барын баяғыда-ақ ұмытып кеткен, ал жауапкершілігі бар журналист өз репортажының қаралы жанның қайғы-қасіретін қаншалықты ауырлата түсетінін ойланып алуы тиіс. Бұл мәселе бізді консеквенциализм теориясына негізделген дилеммаға жүгінуге мәжбүр етеді.

Билл Ковач және Том Розенстил есімді америкалық журналистер журналистиканың келешегі туралы толғана келіп, XX ғасырдың соңына қарай «Журналистер консорциумы» атты ұйымның негізін қалайды, ұйым жұмысы этикалық журналистиканы дамытуға бағытталған. Журналистер тоғыз қағидадан тұратын манифест жасайды, олардың пікірінше, егер БАҚ өзгелердің өзіне сенгенін қаласа және еркін баспасөздің демократиялық міндетіне сай келгісі келсе, сол тоғыз қағиданы қабылдауы тиіс. Олар:

- Журналистиканың бірінші міндеті – шындықты айту.
- Журналистиканың ең басты одақтасы – өзі қызмет ететін азаматтар.
- Журналистиканың мәні – дәлелдерді мұқият тексеріп алу.
- Журналистер кімнің жұмысын жария етсе де, өз тәуелсіздігін сақтап қалуы тиіс.
- Журналистика – билікті тәуелсіз бақылап отырушы болып жұмыс істеуі керек.
- Ол қоғамдық сын мен ымыраға қол жеткізудің пікірталас алаңына айналуы тиіс.
- Ол маңызды ақпаратты қызықты әрі мағыналы етуге тырысуы қажет.
- Жаңалықтар түсінікті әрі сай келуі тиіс.
- Журналистер өз ар-ұяты бойынша әрекет етуге құқылы болуы керек.

24/7 көпплатформалы жаңалықтардан тұратын XXI ғасырдың жаһандық цифрлық әлеміндегі журналистер алдында көптеген маңызды мәселелер тұр. Әрине, жаңалықты әлем бойынша таратып жіберу бұрын ешқашан осыншалықты жылдам әрі оңай болған емес.



Дегенмен онлайн-әлемде жұмыс істейтін журналистердің енді бұрынғыдан да қатал қарым-қатынас пен киберзорлыққа ұшырай бастағаны да ақиқат. Бүгінде өз аудиториясымен тығыз байланыс орната түскен журналистер ауызша және визуалдық шабуылдарға көп ұшырайтын болды. Медиа ұйымдар қызметкерлері әлеуметтік желілердегі, сондай-ақ, оффлайндағы өз имидждерін күнделікті бақылап отыруы тиіс. «Медиа және Журналистика» кітабы авторларының пікірінше, осы өзгерістерді ескере отырып, жаңа онлайн-әлемдегі журналистика этикасы мәселесінде үлкен ілгерілеу байқалуы тиіс. Тағы бір нәрсенің өзгергені анық. Журналистер сырт қарағанда өз қызметіне сай, объективті немесе барынша бейтарап болуға тырысқанымен, олардың жұмыс берушілері журналистердің белгілі бір тарапты қолдағанын немесе түрлі мәселеде өз пікірін білдіргенін қалап тұрады. Танымал журналистерге табынушылық, сондай-ақ, пікір бағандарын түсіну контент жасаудың анағұрлым арзан тәсілін ұсынады, ал бұл әділ де бейтарап журналистика ұғымының жоғалып бара жатқанын көрсетеді.

Медиа-теорияшылардың айтуынша, журналистиканың жаңа дәуірінде «шынайылық пен дәлдік» «өнегелі журналистиканың жүрегі» болып қалуы тиіс және бұл қасиеттерсіз «журналистика сенім тудыра алмайды, ал сенім болмаса лайықты журналистика да болмайды». Журналистиканың алғашқы кодексін 1923 жылы америкалық Газет редакторлары қоғамы қабылдаған. Қазақстандағы журналистика этикасының кодексі 2012 жылдың 30 қазанында Қазақстан журналистері одағы мен Бас редакторлар клубы басқармаларының біріккен отырысында қабылданды. Ол Қазақстан бұқаралық ақпарат құралдары журналистері мен қызметкерлерінің кәсіби қызметінің моральдық-этикалық қағидалары мен нормаларын айқындайды. Онда кәсіби борыш, әлеуметтік жауапкершілік, адалдық пен адамгершілік, нақтылық пен әділдік, жеке өмірді құрметтеу және т.б. айтылған. Кодекске деген қарым-қатынас – журналистің өз ар-ұятына байланысты. Кодексті сақтауға немесе бұзуға мәжбүрлеуге болмайды.

Этика қоғамдық қарым-қатынас тәжірибесіндегі маңызды мәселе саналады. PR-тәжірибеші жариялауды қажет ететін ақпаратты қалай дұрыс жеткізу мәселесімен жиі бетпе-бет келіп жатады. Бірақ PR-да көбінесе журналистикадағыдай, журналист өз этикалық нормаларына қарай шешім қабылдай алатын мәселелер болмайды. Мұнда публік релейшнз қызметкерінің әдетте, тез сіңірілетін және тікелей ықпал етуін тоқтататын үрдіс бар. Бұдан да кеңірек жағдайды алып қарасақ, пиар-науқандардың әлемдік оқиғалар барысын қалай өзгерткенін көреміз. Қазір қоғаммен байланыстың көпшілік саладағы ақпаратты ұсынуда қалай басымдық алып бара жатқанын байқауға болады. Бұл қаупі зор өзгеріс болып табыла ма? Осындай жағдайда этикалық тәртіпті сақтап қалу мүмкін бе?

Бір қарағанда, журналист және PR атты екі кәсіп мамандары үйлесе жұмыс істеуге тиіс болғанымен, әрдайым түрлі көзқарас ұстанатын сияқты. Кейде пікір алуандығы болып тұрғанымен, көбінесе олар расымен де бірігіп жақсы жұмыс істейді, өйткені олардың мақсаттары біз ойлағандай бір-бірінен көп алшақ емес. Журналистика да, PR да ақпарат ұйымдастырумен және алмасумен айналысады. БАҚ-тың бұрыннан пайда болған моральдық идеалдары бар, ал ол қасиеттер қоғаммен байланыс индустриясында жоқ. Бұл этикалық сын тұрғысынан қарағанда, қоғамдық қарым-қатынас саласын осалдау етіп тұрады. Мұндай түсінік PR-дың о баста өз кәсібін адам мінез-құлқын психологиялық теориялар арқылы алдап-арбаумен бастауына байланысты қалыптасса керек, ал пиар-тәжірибешілер «үгіт-насихат» сөзін Екінші дүниежүзілік соғысқа дейін емін-еркін қолданған.

PR қызметкерлері көптеген секторларда, үкіметтік, іскерлік және өнеркәсіптік, қоғамдық ұйымдарда, университеттер мен мектептер сияқты білім беру ұйымдарында, ғылыми және медициналық зерттеу ұйымдарында, ЮНЕСКО немесе ДДҰ сияқты қайырымдылық және халықаралық ұйымдарда, сондай-ақ, киножұлдыздармен, телевизиялық тұлғалармен, өзге де танымал адамдармен де жұмыс істейді. PR іс-шаралардың кең спектрін қамтиды, сондықтан оларды жекелей талдап шығу қиын. Атап өтуге болатын бір нәрсе, осы ұйымдардың бәріндегі PR-мамандар жұмыс берушілерінің немесе клиенттерінің өздері ақпарат беріп отырған аудиторияға және өздері ықпал еткісі келетін жандарға барынша жақсы жағынан көрінуге ұмтылатын болады. PR-мамандар сондай-ақ, белгілі бір әсер қалдыру үшін арнайы жағымды ақпарат пен материалды жариялай отырып, олардың имиджіне қатысты кез келген қиындықты жеңуге көмектеседі.



PR-қызметтер қолда бар ақпаратқа баға беріп, оны аудиторияға жарамды түрде ұсына алады. Олар ақпаратты барынша оңайлатады әрі түсінікті етеді. Бұл тәсілдің табысты екені медиа-журналистердің ол ақпаратты қалай қабылдайтынынан және оңай қолданатынынан байқауға болады. Ақпарат журналистің өзі күткен нәтижесімен сәйкесіп тұрса, оны еш күмәнсіз қолдана береді және этикалық мәселелер де туындай қоймайды. Көбінесе PR-мамандар дайындаған материалдар тіпті пиар-ақпарат берушіге сілтеме жасалмаса да тез қабылданып, жұтылып кетеді.

PR-дың даму өлшеміне қарай оның этикалық шеңбері де айқындала түсуде. Бірақ PR-этика әлі де болса көптеген теорияшылар мен тәжірибешілердің алаңдаушылығын туғызып отыр. Этикаға қатысты практикалық мәселелерді шешу әдістерінің бірін америкалық ғалым Шеннон Боуэн ұсынған еді. Ол Иммануил Кант деонтологиясына негізделген. PR мәнмәтінінде Боуэннің Кант философиясын түсінуде шешім қабылдаушы тұлғаның кәсіби тәртібінің этикалық мәнін мұқият зерттеуін қажет етеді және «Мен тек санамның әмірімен әрекет етемін бе?» және «Саяси, ақшалай ықпал мен жеке мүддемді жоя аламын ба?» деген сұрақтарға жауап беретін өзіншіл уәждер мен пайдакүнемдікті болдырмауды талап етеді. Егер ол сұрақтарға «иә» деп жауап берілсе, менеджер этикалық дилемма талдауының келесі сатысына өтіп, шешім қабылдай алады. Егер «жоқ» деп жауап берілсе, субъектіліктің бары анықталып, шешім қабылдаушы тұлға шегініс жасап, шешімді басқа менеджердің еншісіне қалдыруы тиіс.

Деонтологиялық философияның одан кейінгі дәлме-дәл сынағы: тиянақтылық императиві. Бұл этикалық тәртіп ұғымына арналған негізгі үш мәселені қарастырады:

- Осындай жағдайды бастан өткергендердің бәрін өзім істегелі тұрған істі атқаруға міндеттей аламын ба?
- Егер қабылдаушы тарап жағында болсам, ол шешімді мойындар ма едім?
- Мен бұрын осындай этикалық қиындыққа тап болдым ба?
- Боуэннің пікірінше: «Канттың мұндай тиянақтылық императивінің практикалық қайталаулары PR саласындағы мамандарға практикалық этика мәселесін тиімді түрде қарастыруға мүмкіндік береді».

Әдепсіз мінез-құлық қоғамда міндетті түрде жағымсыз реакция туындатады. Шындығында, пиар-технологтар тудырған ондай алғашқы реакция мен ашу-ыза қоғаммен байланыс саласын дүниеге әкелген АҚШ-тың өзінде пайда болған еді. PR ықпалына қарсы келіспеушілік 1993 жылы «PR Watch» атты коммерциялық емес ұйымның құрылуына түрткі болды. Ол ұжымдық PR мен үкіметтік үгіт-насихатты әшкерелеуге байланысты оқиғаларды зерттеумен айналысады. Бұл қозғалыс сайтынан PR-технологиялардың салдары туралы адам нанғысыз пікірталастар тудыратын түрлі кейстерді табуға болады.

Бұл PR-қозғалысқа қарсы құлшына кіріскендердің бірі – Джон Стаубер, ол әріптесі Шелдон Рамптонмен бірге 1995 жылы «Улы қалдықтар пайдалы! Өтірік, Алдау және PR индустрия» атты әйгілі анти-PR-кітабын шығарған болатын. Онда авторлар «жасыл» қозғалысқа қарсы күрестегі, америкалық темекі соғысындағы, ядролық индустриядағы және әскери диктатураларды қолдаудағы PR-агенттіктердің рөлі мен іс-әрекетін әшкерелейді. Ақпарат күшінің өзі де ережелерді сақтамауға автоматты түрде үлкен әлеует береді, бірақ қалай болғанда да, сол ақпараттық билікті артығымен пайдалануды азайтуға тырысатын құрылымдармен сәйкес болуы тиіс. Кәсіби қауымдастық өкілдерінің өздері де өз әрекеттерінің салдарына мұқият болуы шарт. Оның үстіне, коммуникация саласындағы көптеген мамандар этикалық шеңберлерге деген қажеттілікті мойындап, соның аясында жұмыс істеуге ұмтылуда. Ол мамандар өздерінің үлкен әлемнің бір бөлшегі екенін түсініп, соны сақтап қалуға күш салуда.