



## МЕДИА ЭТИКА

Жас мамандардың тәжірибесінен

Интернеттегі ақпараттарды тексеру,  
стандарттардың өзгеруі



### Дәрістің негізгі терминдері

**Саяси кампания** – саяси партиялар мен үміткерлерге сайлау кампаниясын дайындау мен тиімді өткізу.

**Саяси менеджер** – саяси кампания жетекшісі, оның негізгі мақсаты – саясаткерге, мемлекеттік басшылыққа немесе басқа мүдделік топтарға саяси кампанияны ұйымдастырып, өткізуге көмектесу.

**Саяси технологиялар** – нақты субъектінің белгілі бір уақыт пен белгілі бір жерде мақсаттары мен міндеттерін оңтайлы және тиімді жүзеге асыруға бағытталған, бірінен соң бірі қолданылатын процедуралар, қызмет әдістері мен тәсілдер жиынтығы.

**Facebook** (ағылш. [ˈfeɪsˌbʊk], қаз. Фейсбук) – әлемдегі ең ірі әрі ең танымал әлеуметтік желі. 2004 жылы Марк Цукерберг Facebook-тың негізін қалаған.

**Twitter** (ағылш. twitter «сайрау», ауыспалы мағынасы «көп сөйлеу») – қысқа мәтіндік жазбалар жазуға арналған веб-сайт немесе жүйе.

### Оқиға: жоғары деңгейдегі саяси кампания

Элон университетінде стратегиялық коммуникациялар мамандығы бойынша оқитын Николь Миллер алғашқы тағылымдамасында президенттікке үміткер кандидаттардың бірін қолдады. Оқудан тыс уақыттарда ол кандидатты қолдауға, кампанияның жұмысын белсенді орындауға, тағылымдаманың талаптарына сай болуға тырысты. Ол кезде Миллер саясат әлемі туралы ештеңе білмеген еді. Бұл саламен тағылымдама барысында танысамын деген ойда болды. Ол күн сайын кандидаттың атынан сөйлейтін бұқаралық медиамен, түрлі қауымдастық өкілдерімен тығыз байланыста болды. Тағылымдама барысында жақсы жазуды, стратегиялық ойлауды үйренді. Сөйте тұра, өзіне саяси мансаптың қажет емес екенін түйсінді. Миллер өкілдік еткен саяси партия бәсекелестерімен өзара қарым-қатынас барысында этика мәселесі туындады. Кандидатты қолдайтын кампания шараларына оның жақтастары ғана емес, қарсылас кандидаттың да жақтастары қатысты. Көп ұзамай оның командасында өздері қаламаған адамдар көбейіп кетті. Алғашқыда Миллер мұның не үшін керектігін түсінбеді. Кейінірек «ойынды» түсінді, әрі екі жақ та оны жақсы ойнап жатыр деген ойға келді. Кампания менеджерінен ол сайлау кампаниясында түрлі стратегиялар қолданылатыны туралы білді. Мәселен, кампанияға қарсы екенін көрсетуге міндеттелген өз адамдары, әлеуметтік желіде бәсекелестерінің әрекеттерін аңдып отыруға арналған фейк аккаунттар, бұқаралық ақпарат құралдарына берілген жалған хабарламалар қолданылған екен.

### Тығырық: адастыру немесе басқа жаққа назар аударту

Екі тараптың да іс-әрекеттерін білген соң Миллер бұл кампанияның мүшесі болу этикалық талаптарға сай келетініне күмәндана бастады. Тағылымдамадан өтуші болғандықтан, оған шаралар кезінде шерушілерді «стратегиялық» түрде орналастыру, жалған әлеуметтік аккаунттар арқылы жағдайды бақылап отыру жұмысы тапсырылды. Ол өз партиясының жақтастарын оппозиция белгілерімен қамтамасыз етіп, жалған әлеуметтік фейк аккаунттар арқылы қарсыластарын да бақылап отырды. Сайлауда жеңіп шығу үшін науқан барысында кез болған күмәнді баспасөз материалдарын сараптап, оқиғаларды жаңсақ түсіндіруі мүмкін ақпараттық хабарламалар таратуға мәжбүр болды.

Әртүрлі адамдардың атынан ашылған жалған Twitter аккаунттар кандидаттың мәлімдемелері туралы сындарға жауап беріп отырды. Миллер мұндай жалған аккаунттар олардың қарсыластарында да бар екенін білді. «Біз олардың атауларын сайлаушылар арасындағы тізіммен сәйкестендіріп көрдік.



### **Шешім: өзінің «моральдық құбыланамасын (компасын)» ұстану**

Бұл мәселе Миллердің «моральдық құбыланамасыз» туралы ойлануына түрткі болды. Екінші курс студенті болғандықтан ол университетте этика мен коммуникациялық құқық курстарын әлі оқымаған еді. Ол оқу бағдарламасы барысында этика туралы аз ғана мәлімет алған, яғни ол өзінің ұстанымдарын негізге алды.

Сонымен қатар ол Американың қоғаммен байланыс қауымдастығы секілді бірнеше этикалық кодекспен таныс еді. Миллер құқық пен этика курстарынан өтпесе де, жұмысындағы кей жағдайларды PRSA этика кодексімен сәйкестендіріп көрді. Одан кейін бастығына барып, кейбір тапсырмаларды орындау оған ыңғайсыздық тудыратынын айтты.

Ой құралы: PRSA этика кодексі.

PRSA этика кодексі насихат, адалдық, ниеттестік, тәуелсіздік және әділдік секілді кәсіби құндылықтарды қамтыған. Кәсіби құндылық саналатын насихат ережесі кез келген маман белгілі бір тұтынушы мен ұйымның атынан әрекет етсе де, қоғамның мүддесін бірінші орынға қою керектігін айтады. Адалдық ережесі партияның атынан әрекет ететін маман нақтылық пен шынайылықты назарда ұстауы керектігін көрсетеді. Ниеттестік «қоғам мүддесін назарға ала отырып, клиентке адал болу» қажеттілігін ескертеді.

### **Соңы: Саяси сауаттылық**

Миллер өзіне кейбір тапсырмалардың ұнамайтынын айтқан соң, мұндай жағдайға қайтып тап болмады. Ол әлеуметтік желілердегі хабарламаларға барлық талаптарға сай бақылау жасап, кандидаттың кампаниясы үшін стратегиялық ойлауды қамтамасыз ететін ақпараттарды жинаумен айналысты. «Менің басшым мені жақсы түсінді. Ол саясат басқа арена екенін, оған үйрену үшін уақыт керек екенін айтты. Ол не себепті осындай амалдар таңдалғанын айтып, барлығын түсіндіруге тырысты», – дейді Миллер. Ол басшысы сипаттаған саясат аренасын өзі үйренісіп кете алатын орта деп санамады. Миллер тек өзінің этикалық ұстанымдарын сақтай отырып, тағылымдамадан өткісі келді. «Мен стратегиялық ойлау мен этикалық ойлаудың арасы өте нәзік әрі күрделі екенін білдім. Біз атқарған істердің барлығы қоғам алдында, жария түрде болғандықтан, мен оны этикаға сай емес деп санадым. Себебі кампания ақпарат алатын стратегиялық әдістерді ойдан шығарған», – дейді Миллер.

### **Оқиға: қала әкімінің кеңесшісі ойындағысын айтты**

Миранда Уотлинг есімді журналист Lafayette Journal & Courier деген журналдың жаңалықтар бөлімінде жұмыс істеп жүрген кезінде Google-дан ескерту алды. Оқиға былай болды. 2008 жылдың ақпан айы еді. Уэст Лафайеттедегі мектептерді қалаға қосу мәселесі қызып тұрған кез болатын. Мектеп басшылығы да оқу орындарын қаланың білім басқармасына қосу бюджет үнемдеу тұрғысынан ұтымды шешім екенін айтқан. Алайда қозғалған ешкім болмады. Ол кезде 22 жастағы Уотлинг Journal & Courier журналы мен Индиана штатындағы Gannet басылымына он екі жылдық білім беру жүйесі туралы бір жылдай тұрақты мақала жазып жүрген еді. Жазғандарының біразы басылымда бас мақала ретінде де жарияланып жүрді. Осы мәселелерге қатысты жазылған материалдар көптеген кездесулер мен шараларда талқыға түсіп, кейбірі осы саладағы үлкен өзгерістерге түрткі болып, лауазымды қызметкерлердің жұмысына әсер етсе, енді бірі сол жазылған күйі қалып қойып жатты. Мәселе тым күрделі болғандықтан бастапқы жиналыстарда сұрақ қоюшылар болмады.

### **Іс-әрекет құралы: блогты жаңалықтарда қолдану тәсілдері**

Интернет – дереккөзбен байланыс орнату мен халықтың кері реакциясын анықтаудың таптырмас құралы. Алайда блогтарда немесе басқа да онлайн желілерде жарияланған



мәліметтерді қолданар алдында оны журналист ретінде қалай тексеру керектігін білмесең, өте үлкен қиындыққа соқтыруы мүмкін. Сондықтан мына тәсілдерді қарастырыңыз:

Түпнұсқалығын растау. Мақаладағы мәліметті растау үшін, қандай да бір блогқа сілтеме жасау үшін оның авторын анықтап алу керек, яғни авторға тікелей хабарласу керек. Өйткені лауазымды тұлғалардың блогтарында, Facebook, Twitter парақшаларында олардың өздері емес, көмекшілері отыруы мүмкін. Ал кейде біреулер лауазымды тұлғалардың атынан жалған парақша ашып алуы да мүмкін. Сондықтан Интернеттегі жазбаның нақты сол адам жазғанын тікелей хабарласу арқылы анықтайсыз.

Хабарлау. Әдетте кез келген ақпаратты қалай зерттейсіз, мұны да солай зерттеңіз. Әдетте блогтағы жазбалар тез ескіріп кетеді. Сіз аудиторияға онлайн пікірталастардан да мәлімет шығарып бере аласыз.

Ашық болу. Кімнің онлайн отырғанын тани біліңіз. Аудиторияға ақпаратты қайдан алғаныңызды айтыңыз. Мәселенің ақырын ескеру: егер этикалық тәртіп сақталмағаны туралы күмәніңіз болса, материалды жариялай салмай, қайта қарап шығыңыз.

### **Тығырық: блогтағы жазбалардың барлығынан ақпарат жасау керек пе?**

Бандердің жазбасы мәселені терең қозғағандықтан, Уотлинг оны өз мақаласында қолданбақ болды. «Мемлекеттік орган қызметкерлері ішінен осы мәселеге қатысты алғаш пікір білдірген, оның пайдалы және зиянды тұстарын тарқатып айтқан алғашқы адам», – дейді Уотлинг. Уотлинг барлық лауазымды тұлғалардың ой-пікірін анықтамақ болды. Алайда алдымен блогты шынымен де Бандердің өзі жазғанын анықтау керек деп шешті.

Журналист осы идеяларын J&C басылымының жергілікті редакторы Дейв Бангертке айтты. Редакторы осы аймақта бірнеше жылдан бері жұмыс істегендіктен, проблеманы тереңірек білетін. Уотлинг мекемеге қоңырау шалып, Бандердің блогын Бандердің өзі жүргізетінін, ондағы жазбалардың барлығы соның жазғаны екеніне көз жеткізді. Ақырында Уотлинг мақаласында Бандердің жазғандарын еркін пайдалана отырып, оның жоғарыдағы бастамаға қатысты күмәнді ойларын да кірістірді.

### **Шешім: жарияла да таңғал!**

Уотлингтың осы мақаласы сенбі күнгі басылымда бас мақала ретінде бірінші бетке шықты. Мақалада Бандердің блогындағы соңғы мәлімдеменің де қамтылғаны анық. Оның ішінде Бандердің «Мен бұл мектептерді біріктіру туралы идеяның қай жері маңызды екенін көре алмай тұрмын» деген сөзі де бар болатын. Мақала жарияланып, мәселе аз уақытқа жабылғандай болды. Уотлинг әлі де болса интернеттегі жазбаны мақалаға пайдаланудың жөн-жобасын зерттеумен болды. Негізінен, мемлекеттік лауазымға сайланған кез келген тұлға журналист пен халықтың назарында екені анық. Ал қоғамдық мәселелер туралы мәлімдеме жасаған кезде олардың жеке бас құпиясы деген нәрсе болмауы керек. Екінші бір мәселе – әділдік. Әділдікті сақтаған журналист мәлімдемені кім айтқаны мен қалай айтқанын айна қатесіз жеткізіп қана қоймай, оны түсіндіріп, мәселенің түп-төркінін де таныстыруы керек.

### **Ой құралы: Дэйдің ЖСШ (жағдаят, сараптау, шешім) шешім қабылдау моделі**

Уотлингтің жағдайында ол өзі агент бола отырып, ақиқат, адалдық пен құпиялылықты ескерді. Дэй этика туралы сыни көзқараста ойлау үшін мәселені дұрыс баяндау керектігін айтады. Екінші кезеңде Дэй сараптаманы ұсынады. Екі түрлі таңдау сәті туғанда әлдебір нәрсенің құндылығы мен принциптерін ескеру керек. Бұл мәселе ақиқат пен құпиялылықтың екі жаққа тартқан тұсы ма? Лауазымды тұлғалардың мүддесі мен репутациясы қатерге тігіліп тұрған жоқ па? Көп жағдайда бірнеше мәселе мен сыртқы құндылықтар рөл ойнайды. Соның



ішінде қайсысы маңыздырақ және қажетті? Негізгі мүдделер қайшылығын анықтаңыз. Мүмкін белгілі бір тұлғалар мен ұйымдар осы мәселенің айтылуына мүдделі шығар. Сіздің шешіміңіз оларға қалай әсер етеді? Луизиана университетінің профессоры, бірнеше кітаптың авторы Дэй ЖСШ (Жағдаят, Сарап, Шешім) атты этикалық шешім қабылдау моделін ұсынады. ЖСШ тұжырымдамасына сәйкес, журналист ең алдымен ситуацияны түсінуі керек. Соңғы шешімді қабылдайтын адамның кім екенін анықтаңыз. Оны тұжырымдамада «моральдық агент» дейді. Одан кейін мәселенің этикалық құндылығын түсініңіз. Мәселен, әлеуметтік әлсіз топ өкілдерін қорғау немесе дереккөздің қауіпсіздігін қамтамасыз ету.

### **Соңы: блогтардың маңызы артты**

Меранда Уотлингтің пікірінше, Бандердің жазбасы туралы мақаласы көпшіліктің мектептерді біріктіру мәселесін өзге қырынан түсінуіне көмектесті. Мақала жарияланғаннан кейін осы мәселеге қатысты басқаша пікірлер қылаң бере бастады. Соның ішінде кей тұрғындар бастамаға қарсы шыға бастағаны да көрінді. Басылым осы мәселеге қатысты әртүрлі көзқарас пен көпшіліктің пікірі қамтылған бірнеше мақала жариялады.

### **Қорытынды**

Блогты жаңалықтарда қолдану тәсілдері этикалық нормалар мен моральдық ұстанымдарға жаңа талаптар қояды. Цифрлық қоғамда блогтардың маңызы артуы ақпараттық өмір сүру модасын дүниеге әкелді. Қазақстанда бесінші билік – блогосфера қалыптасуда. Ең танымал саяси тұлға Қасымжомарт Тоқаевтың блогы оқырманы көп саналады. Елде аудиториясы көп блог платформалар – yvision.kz, massaget.kz, aitaber.kz, afftor.kz, blogos.kz. Қазақтілді блогерлер жыл сайын әр өңірде Блогқұрылтайы өтеді. Бұл платформа кәсіби мамандар мен блог бастаушылардың еркін пікір алмасу алаңы.

### **Өзіндік жұмыстар тапсырмалары**

1. Этика және «саяси ойын» туралы сипаттама беріңіз.
2. Саяси кампаниялардағы бұрмаланған ақпарат пен әртүрлі көзқарас туралы материалдарды талдаңыз.
3. Саяси науқан кезіндегі үгіт-насихат пен әділдікті тең ұстану жайлы БАҚ материалдарына шолу жасаңыз.
4. Интернеттегі ақпараттарды тексеру әдістерін атаңыз.
5. Жоғары деңгейде ұйымдастырылған саяси кампаниялар кейсін талдаңыз.

### **Бақылау жұмыстары**

1. Саяси технологиялардағы адастыру немесе басқа жаққа назар аударту туралы не білесіз?
2. Медиа маманның «моральдық құбыланамасын (компасын)» ұстануы жайлы ойыңыз.
3. Лауазымды тұлғалардың блогтағы пікірін қалай пайдаланған жөн?
4. Блогтағы жазбалардың барлығынан ақпарат жасау керек пе?
5. Көпшілік алдында сөйлейтін сөзге қойылар талаптар қандай?
6. Prsa этика кодексіне шолу жасаңыз.
7. Саяси сауаттылық туралы көзқарасыңыз.
8. Саяси кеңесшінің блогы туралы не айтасыз?
9. Блогты жаңалықтарда қолдану тәсілдеріне сипаттама беріңіз.
10. Дэйдің ЖШС (жағдаят, сараптау, шешім) шешім қабылдау моделін сипаттаңыз.



## Дереккөздер

1. C. Jaffe-Pickett, «Ethical Issues for Political Candidates», Markkula Center for Applied Ethics, [http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/government\\_ethics/roundtable/elections.html](http://www.scu.edu/ethics/practicing/focusareas/government_ethics/roundtable/elections.html).
2. D. A. Dulio, S. K. Medvic, and C. J. Nelson, *Shades of Gray: Perspectives on Campaign Ethics* (Washington, DC: Brookings Institute, 2002).
3. D. E. Miller and S. K. Medvic, *Civic Responsibility or Self-Interest?* In *Shades of Gray: Perspectives on Campaign Ethics*, eds. D. A. Dulio, S. K. Medvic, and C. J. Nelson (Washington, DC: Brookings Institute, 2002), 18–38.
4. L. Austin and Y. Jin, «Approaching Ethical Crisis Communication With Accuracy and Sensitivity: Exploring Common Ground and Gaps Between Journalism and Public Relations», *Public Relations Journal* 9, no. 1 (2015). <http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Vol9/No1>.
5. <https://www.prsa.org/aboutprsa/ethics/codeenglish>.
6. <http://grprofessionals.org/join/code-of-ethics/>.
7. <https://www.iabc.com/about-us/leaders-and-staff/code-of-ethics>.
8. <http://www.spj.org/ethics-papers-politics.asp>.
9. [http://handbook.reuters.com/index.php/Reporting\\_from\\_the\\_internet](http://handbook.reuters.com/index.php/Reporting_from_the_internet).
10. [http://www.npr.org/about/aboutnpr/ethics/social\\_media\\_guidelines.html](http://www.npr.org/about/aboutnpr/ethics/social_media_guidelines.html).