

МЕДИА ЭТИКА

Жас мамандардың тәжірибесінен

Құпиялылық, веб-архивтердің өзгеруі,
ақпарат пен залалдың қатынасы





Дәрістің негізгі терминдері

Google Inc. (/gu:gl/) – Америка қоғамдық корпорациясына тиесілі кеңейтілген іздеу жүйесі. Танымалдығы бойынша бірінші орында тұр. 25 миллиардтан астам веб-беттерді индекстейді. Ақпараттарды 191 тілде іздеу және PDF, RTF, PostScript, Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint және т.б. форматтағы құжаттарды тауып беру мүмкіндігіне ие.

Webmaster Central – Гугл іздестіру сервисінде сайттарды қолдайтын көмекші құрал. Жүйе тұтынушы сұраныстары бойынша статистика жүргізіп, веб-ресустың жетекшісіне орын алған қателіктер мен проблемаларды хабарлап отырады.

Оқиға: менің жұмыс берушім google-ден менің өткенім жайлы шындықты біліп қоймай ма?

Миннесота штатындағы Ст. Пауль қаласында орналасқан Ст. Томас университетіндегі The Aquin студенттер газетінде ішімдік мәселесі жайлы мақаланың жарияланғанына екі жылдай уақыт болған еді. Бұл оқиға газеттің бірінші бетінде және pdf нұсқасымен ғаламторда да жарияланған болатын. Оқиға университеттің соңғы курстың студенті, кампуста мас болып ұсталған Алекса Келли туралы еді.

Есіңді жи. Кампустағы шарап ішуге тыйым салу саясаты кәмелет жасына толмағандарға ғана қатысты емес, жалпы студенттерге қатысты еді. Энн Нассефф, штат жазушысы жасқа жеткен студент Томас университетінің ішімдік ішуді шектеу саясатынан босатылмайды. Көптеген студенттер мен университеттегі қызметкерлердің ойлағанындай университетте алкоголь өнімдерін қолдануға жол жоқ. Бұл – білім ордасы. Демек, қоғамдық қауіпсіздікке жауап беруші адамдар 21 жасқа толған, ішімдік ішуге рұқсат берілген, мас студенттерге де ескерту жасай алады. Олар (21 жасқа толғандар) ішімдікті белгілі бір уақытта, арнайы рұқсат етілген орындарда және қоғамдық қауіпсіздікке жауап беретін адамдар бекіткен көлемде ғана іше алады.

Тығырық: кішкентай басылым, көп оқырман

The Aquin газеті апта сайын 2,600 данамен тарайды. Оны Twin Cities кампусындағы 11,000-нан астам студент оқиды. Ішімдік туралы мақала тек баспасөзде шыққанда, оны көпшілік білмей қалар ма еді?! Алайда бұл мақала интернетке шығып кеткен еді. Газет түрінде аз данамен шыққанымен, бұл басылымның интернеттегі нұсқасы өте танымал болатын. Ал одан көшіріп басқан тағы бірнеше сайтты есепке алсаңыз, әлгі ішімдік туралы мақала дүниежүзі оқырмандарына таралып кетті деген сөз, яғни бір ақпарат құралында шыққан ақпаратты бірнеше ақпарат құралы көшіріп, сілтеме жасап беріп жатады. Мұны АҚШ журналистикасында «ұзын құйрық» деп атайды. Осы терминді ең алғаш музыкаға байланысты онлайн шығатын деректерге қолдануды ұсынған Weird журналының қызметкері Крис Андэрсон еді. Оның пікірінше, ең танымал деген үздік әндер миллиондап сатылады. Сонымен қатар, аса танымал емес бірнеше ән де шектеулі данамен сатылады. Нәтижесінде бірнеше сапасыз әннің сатылымы бір ғана танымал әннің сатылымына пара-пар болады, яғни аз ғана танымал әнді сататын дүкен, танымал емес, бірақ көп ән сататын дүкеннің пайдасымен бірдей пайда табады. Төмендегі кесте Америка Құрама Штаттарында күнара жарық көретін бір басылымның 700 шақты оқырманы арасында жүргізілген сауалнама бойынша жасалды, онда жоғарыда айтылған бизнес принциптері қалай қолданылатыны көрсетілген. Тек бірнеше газет ірі басылымдармен бәсекелестікке түсіп, бүкіл таралымның кішкентай ғана бөлігін қамтыды. Бұл кестеде айлап, апталап, аптасына екі рет шығатын газеттер не болмаса колледж және мектептердің газеттері есепке алынбайды.



Шешім: іздеу жүйесінен айналып өтуге тырысу

The Aquin газетінің редакторлары Келлидің мақаладан оның атын алып тастау туралы өтінішін орындайтындықтарын айтты, яғни The Aquin газетінің сайтында жарияланған мақаланы басқа іздеу жүйелерінен қалай жасыру керек. Google бұл процесті қалай жасауға болатындығын түсіндіріп, бірнеше кеңес берген, алайда олар мақаланың барлық сайттардан және парақшалардан жоқ болып кетуіне кепілдік бере алмайтындығын ескертті. Google компаниясына қызмет ететін сарапшы Сюзан Москва Google сайтының Webmaster Central атты форумында былай деп жазған: «Сізге ұнамайтын, жағымсыз мақала жарияланып қойған кезде, ең алдымен бірінші болып жариялаған сайттан алып тастаңыз...». Google интернеттің иесі емес. Ол тек қана сайттарда бар мағлұматтарды іздеу жүйесіне шығарып отырады. «robot.txt» атты файлды жазып, кейбір парақшаларды қалай бөгеп тастау керектігін көрсетеді. Іздеу роботы сұранысты вебтен іздеуді бастамай тұрып «robots.txt» бар сайттардың бар жоғын қарайды. Барлық «әдепті роботтар» осы жағдайда Google Webmaster Central-да жазылған бағыттарға сүйенеді, алайда бір шарт бар: robots.txt-ке спаммер немесе вирустардың кірмеуі керек. The Aquin редакторы газеттің парақшасына robots.txt файлын қойса да, ол pdf нұсқаны бұғаттай алмады. Енді pdf файлына құпиясөзді қою керек. Алайда бұл да көмектеспеді. Келлидің есімін Google-ға жазған сайын осы мақала шыға беретін, бірақ қазір сілтеме арқылы ол мақаланы оқу мүмкін емес. Ол Google-дағы Uniform Resource Locatorдың көрсеткішінен осы мақаланың pdf нұсқасын алып тастауын сұрады. Осының барлығы көп уақыт алды. Уақыт өткен сайын Келли өтініші орындалмайтын болды-ау деп қауіптен бастады. Қайта-қайта хабарласып, өтінішін аяқасты етпеуін сұрады. Соңында меңгеруші pdf нұсқаны да The Aquin газетінің онлайн архивінен жойып тастады. Оның айтуы бойынша, кімде-кім осы мақаланы іздеу жүйесіне жазып сұрастыратын болса, енді ол баяғыдай The Aquin газетінің файлдарының арасынан шықпайды. Бұдан былай газет редакциясы осындай келеңсіздіктің алдын алу үшін қандай шара қолдану керектігін ақылдасты. Шешімнің осылай оңай қабылдануына университеттегі ірі екі фактор әсер етті: біріншіден, университет The Aquin газетін жауып, орнына жаңадан тек онлайн нұсқадағы студенттік медиа ұйымын ашқалы жатқан еді.

2009 жылдың қыркүйек айында Ст. Томас университеті The Aquin газетін жауып, орнына TommieMedia.com атты жаңа сайт ашты. Веб нұсқаға көшу арқылы студенттерге күні-түні жаңалық ұсынатын болды. The Aquin газетінде аптасына бір рет мақала жазып жүрген тілшілер енді күні-түні жұмыс істеді. Нәтижесінде олардың оқырмандары да көбейе түсті.

Ой құралы: Клиффорд Дж. Кристиан құпияны сақтау және адамгершілік жайлы

Журналистер әлдекімге зиян келтіретін жаңалықтарды жарияламау жайлы айтқанда, әдетте SPJ Этикалық кодексі секілді кәсіби стандарттарға сүйенеді. Осы кодекс және тағы басқа кодекстер ең алдымен ақпарат құралдары мен журналистиканың сенімділігін қамтиды. Кодекстер адамгершілік тұрғысынан емес, кәсіби маман ретінде не істеу керектігін үйретеді. Иллиноис Университетінің философия және қоғамдық этика профессоры Клиффорд Дж. Кристиан кәсіби кодекстер адамзаттың «ортақ құндылықтарын» ескермейтінін айтады. Оның ішінде құпиялылық адамның заңды түрде берілген құқығы болмаса да, ол моральдық құқығы, яғни жеке бас мәліметтерін құпия ұстауға әркімнің құқығы бар. Құпияны сақтау қазіргі кезде өте маңызды мәселе. Өйткені технологиялық даму құпиялылықты бұзып, барлығын да жария ете бастады. Сондықтан құпиялылыққа байланысты мәселелерді журналистерге кәсіби тұрғыдан емес, адамгершілік тұрғысынан қарастыруға кеңес берген Кристиан былай дейді: «Қалыптасқан дәстүрлі философия мен өмірлік көзқарастарды қайтадан таразылап, олардың қаншалықты дұрыс немесе бұрыс екенін салмақта. Редакторлар мен баспагерлер өздері жұмыс істейтін БАҚ-тың атын бірінші қойып, жекелеген адамдардың жеке бас құпиясы сақталмай жатса, ол қылықтарын «оқырман шындықты білу керек» деп ақтай салады. «Журналистиканың адамгершілік құндылықтарынан алшақтап бара жатқаны байқалады», – дейді Кристиан.



Соңы: көп сұраныс, жаңа стандарттар

Келлидің бұл жағдайда дереккөз болғаны «сәтсіз тәжірибе» деп қана сипатталды. «Мақалада атының аталуынан кейін оны қайта өзгерту журналистердің міндеті емес», – деді Майкл. TommieMedia.com бастығы Кэти Бродуэлл адамдардың мәліметтерді бергеннен кейін оған өкінуі журналистердің проблемасы емес деген көзқараста еді. Бірақ Келлидің орнына өзін елестеткенде ол да бұл жағдайдан ұялатынын түсінді. «Мен де ақпарат құралдарының назарында болудан қашқақтар едім» деген Кэти «бірақ бір жағынан ондай оқиға үшін ешкімді кінәлауға болмайды, кінәлі өзім болар едім. Әркім өз ісіне жауап беруі керек. Өйткені бар ақпаратты жариялау да, оны жасырып қалу да тек журналистің шешімімен ғана жүзеге асады», – дейді. Оған қоса басылым редакторы Майлс Трамп былай деді: «TommieMedia.com сайтынан ең алғаш мақаланы көру үшін бес секунд уақыт кетеді. Ал The Aquin сайтынан қанша уақытта табу мүмкін екенін білмеймін».

Әрекет құралы: Жарияламау туралы өтініш түскен кезде не істеу керек?

Дискуссия барысында TommieMedia.com сайтының басшылары «жарияламау» туралы тағы екі өтініш түскенін жеткізді. Соңғы екі өтініш The Aquin газетіндегі мас болу оқиғасынан басқашалау еді. Үшеуін қоса отырып команда бірнеше қорытындыға тоқтады. Белгілі себептерге байланысты жариялаудан бас тарту. Мақаладан өз атын алып тастау өтінішін қарастырған кезде журналистер жағдайға қарай ыңғайлана отырып, сонымен қатар мұндай жағдайда не істеу керектігі туралы қағидаларды да естен шығармауы керек. Ақырында TommieMedia.com бірінші жылы келіп түскен әлгі екі өтінішті де орындады. Бантонның айтуынша, бір оқиғаға байланысты шешімді оңай қабылдаған. Өйткені ол жақта плагиат болған. TommieMedia.com газетіне жазып жүрген студент басқа сайттағы мәліметті өз жазбасында сілтемесіз қолданған. «Ақпарат құралы ретінде біз басқа адамдардың жазбаларын ұрламаймыз», – деді Бунтон. «Осы орайда жазбаны алып тастауға кейіпкердің өтініші емес, мақаланың ұрланғаны әсер еткен». Екінші оқиға қайырымдылық шарасымен байланысты еді. Ол жайлы мәлімет берген де бір ғана адам, PR бөлімінің қызметкері Ст. Томас университетінің түлегі еді. Оқиға жарияланғаннан кейін мәлімет берген адамның жұмыс орны хабарласып, мақаладағы мәліметтің қате екенін айтты. Алайда жұмыс орнының шынайы ниеті патенттік мәліметтердің қолданылғаны үшін бұдан да күрделі болып көрінді. TommieMedia.com-ның сол кездегі бастығы болған Шейн Китцман өтінішті естігенінде төбесінен жай түскендей күй кешкенін айтты. «Барлық оқиға өтірік болғаны ма? Бұл жерде кім кінәлі?» – деп ойлады. Мақаланы алып таста деп жатқан мекеменің аргументтері қарапайым және эмоциональды болды», – дейді Китцман. «Мен дұрыс жасамадым, бұл мәліметтерді TommieMedia.com сайтына бермеуім керек еді. Егер редакция мақаланы өшірмесе мен жұмыстан шығарылатын едім», – дейді сұхбат берген PR қызметкері. Мәлімет берген адамның осындай жағдайға ұшырауына өзі кінәлі болғанын түсінгенімен, Китцман және Бунтон «біріншіден, бір ғана адамнан мәлімет алып жазылған мақаланы жариялауымыз ақымақтық болды», – деп мақаланы өшіріп тастады. Мақала жарияламас бұрын бәрінің дұрыс екеніне көз жеткізіңіз. Мақаладан әлдебір есімдер мен деректерді алып тастау туралы шешім қабылдау үшін кеңес барысында қазіргі «сандық (digital) журналистиканың» әлеуетін ескеріңіз. Репортер ішімдікке байланысты оқиға бойынша Келлиден сұхбат алғанда ертең оның аты Google-да шығып, ішімдікке қатысты мақаланың ішінде тұратынын ескертуі керек еді. Ал Келлидің өтініш хатында ол болған оқиғаға емес, оны репортермен бөліскеніне өкініш білдіретіні көрініп тұрды. «Сандық (digital) әлемде» журналистер өздерінің ойларын әрдайым жаңартып тұруы қажет. Олар оқиғаны өзгере алатын, жалғасы бар мәлімет ретінде, оқырманға толық суретті баяндап бере алатын дәрежеге жету үшін жаңартылуды талап ететін құрал ретінде көргені абзал. Студенттердің әрқайсысы әртүрлі екенін түсіну керек. TommieMedia.com газетіне ең көп мәлімет беретін және оны ең көп оқитын да сол студенттердің өздері. Профессорлар мен басшылық студент журналистерден кәсіби маман ретінде жұмыс істеуді талап етеді. Бірақ бұл студент журналистер мен студент оқырмандар арасындағы қатынас кәсіби журналистер мен



мәлімет беруші дереккөздер арасындағы қарым-қатынастай болуы керек дегенді білдіре ме? TommieMedia.com-ның қызметкерлерінің көзқарастары осы сауалға келгенде ортақ шешімге тоқтамады. «Біз кәсіби маман болуға тырысып жүрміз ғой, сондықтан студент журналистер де оқырман журналистерге кәсіби тұрғыдан қарауы керек», – деді Кэти Бродуэлл. «Иә, олар да, біз де студентпіз. Бірақ біздің ең басты мақсатымыз кәсіби журналистиканы үйренгіміз келсе, біз оларға студент пен студент емес, маман мен студент ретінде қарауымыз керек». Теориялық тұрғыда бұл дұрыс, бірақ Майлс Трамп айтқандай практикада әрдайым дұрыс болып шықпайды. «Біз мәлімет берушімен кәсіби маман сияқты сөйлесеміз, ал шын мәнісінде біз тек қана студент пен студент ретінде сұхбаттасамыз», – деді Трамп. Трамп TommieMedia.com-да 2010 жылы спорт жаңалықтарының редакторы болып қызмет еткен.

«Сұхбаттасқан кейбір спортшы адамдарды шын өмірде жақсы дос ретінде танытынмын», – дейді ол. Жаңа дәуірдегі журналистика сезімтал болуды талап етеді. Егер сіз кезінде кампуста ішімдік ішіп ұсталған болсаңыз, қазір өте діндар адам болуыңыз әбден мүмкін. Сондықтан бір кездегі жарияланған мақалада сіздің атыңыздың тұрғаны орынды ма, әлде болған істі халық бәрібір білуі керек пе? Сіз оны бәрібір өшіру керек деп шешкеніңізбен, жариялаған редакция өшірмейміз десе ше?

Джо Смитты полиция мекемесінің сайтында немесе сіздің жаңалықтарыңызда көрген Клиффорд Кристиан не дер еді? Кристиан бізге тек кәсіби мамандар емес, жалпы моральдық түсініктерді есепке алып жұмыс істеуге кеңес береді. Оның кеңестер бойынша жұмыс істейтін ақпарат құралдарының саясатын сынап көр.

Қазақстан журналистері этикалық кодексінің 5-бабы дереккөздер және құпиялылық туралы белгіленген. «Егер дереккөздің кінәсінен шындықты саналы түрде бұрмалаушылық орын алған немесе оны көрсету дүрбелеңнің, саяси немесе әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықтың болмаса жалпыұлттық ауқымдағы материалдық зиянның алдын алудың жалғыз тәсілі болып табылған жағдайларда журналист дерек көзінің ақпаратын ашу немесе құпиялылығын сақтау туралы шешімді өз бетінше қабылдайды», – делінген құжатта.

«Шархан Қазығұл коды». Қазақ журналистикасында Шархан Қазығұлдың «ақиқатын айтқанда», «шындығы сол...» стилі бренд. Оның журналистік наным – өзі айтқандай, «Өзегіңді өртеп бара жатқан мәселені де өркениетті жаза біл».

«Айтуға оңай». Елге жақын әрі танымал бағдарлама. 750-ге жуық шығарылымы эфирге жол тартты. Ток-шоу жүргізушісі Бейсен Құранбек ең жоғары рейтингке ие болған бағдарламада мыңдаған көрермендерге әлеуметтік мәселелер көтере отырып, жүздеген азаматтардың тағдырына қатысты мәселеге позитивті нүкте қоя білді. Ол жас журналистерге жүргізген семинарында: «Эфирге келіп түсетін қоңырауларда сан жоқ. Бізге жалғыс басты аналар, жетім қалған балалар, қарттар үйіндегі қариялар... елдегі мүмкіндігі шектеулі жандар». Әрбір бағдарлама дайындауда продюсер, жүргізуші журналист кейіпкерлерінің жеке басына қатысты мәліметтерді құпия сақтай отырып, олардың мәселесін бұқараға жеткізу жауапкершілік артады. Мүмкіндігі шектеулі екі жастың отау құруына сеп болған бағдарламада журналист олардың лақап атын қолдануды жөн санайды. Айтуға оңай редакциясы елдегі адамгершілік, қамқорлық, қоғамдық қолдау, моральдық тазалықтың алаңын жасай алды.

Дәрісіміздің түйіні ретінде мына постулатты ұсынсақ: Құпиялылыққа байланысты мәселелерді кәсіби тұрғыдан емес, адамгершілік тұрғысынан қарастыру дилеммасы редакторлар мен журналистердің кәсіби барометрі саналады.

Өзіндік жұмыстар тапсырмалары

1. SPJ этикалық кодексіне сипаттама беріңіз.
2. Мақаланы жарияламау немесе деректерді алып тастауды өтінген жағдай өз өміріңізде кездесті ме?
3. Жаңалықтардың «ұзын құйрығы» деген жазбаның авторы Кэти Инглиш мақалаларды интернеттен өшіруді сұрап жазатын адамдарға жауап беру үшін журналистерге қандай скрипт ұсынды?



4. Оқырмандардың толық ақпаратты алғанын қалай білуге болады?
5. Веб-сайттарда мақалалардың тұрақты түрде жарияланып, әрі арадағы үзілістің ұзап кетпеуі үшін қандай тәсіл қолдануға болады?

Бақылау жұмыстары

1. Веб сайттан мақаланы алып тастау туралы өтініш жазып көрдіңіз бе?
2. Мақаланы болашақта интернет беттерінен табуға болады, оның адамға тигізер зияны қандай?
3. Журналистік ашықтық немесе оқырмандармен шыншыл болу секілді қағидаларды ескересіз бе?
4. Жарияланған мақаланың нақтылығын сақтап қалу үшін және оларды онлайн жаңартуда қолданылатын шараларды анықтайсыз ба?
5. Оқырмандардың пікірлерін және тағы басқа да мәліметтерді өшіріп тастау туралы өтініш түссе, не істейсіз?
6. Сіздің осы тұрғыдағы ұстанымдарыңызды өтініш жасап отырған адамдарыңызға түсіндіресіз бе?
7. Интернеттегі мәліметті жариялау немесе алып тастау туралы шешімді кім қабылдайды?

Дереккөздер

1. http://www.j-source.ca/english_new/detail.php?id=5845.
2. <http://commonsensej.blogspot.com/2010/01/unpublishing-growingchallenge-for.html>.
3. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/08/06/AR2010080604341.html>.
4. <http://www.newsu.org/unpublishing-online-content-credibility>.