

УДК 070

Новые медиа и «старые» нормы: к проблеме саморегулирования современной инфосферы



Шайхитдинова С.К.

Доктор философских наук, профессор,
заведующая кафедрой журналистики
Казанского (Приволжского) федерального университета

В статье рассматривается, как новые медиа, которые функционируют в пространстве Интернета, изменяют практики применения традиционных норм медиаэтики. Автор указывает на возникающие в связи с этим три проблемы, с которыми ему приходится сталкиваться как эксперту Общественной коллегии по жалобам на прессу. Первая проблема связана с тем, что у современных медиатекстов нет четких жанровых признаков, которые могли бы помочь судить о спорном содержании. Вторая проблема определяется нарушением существовавшей в традиционной журналистике иерархии проблемно-тематических зон. Третья проблема указывает на появление условий для нездоровой конкуренции в инфосфере.

Ключевые слова: новые медиа, медиакультура, традиционные СМИ, нормы медиаэтики.

Несколько лет назад в одном новосибирском издательстве была выпущена книга с характерным названием: «Какие медиа – такое и общество». Авторы сборника размышляют о том, как наладить эффективную социальную коммуникацию в том числе с использованием новых информационных технологий. Редактор книги Виктор Юкичев, предвосхищая дискуссию, формулирует одну из основных проблем на этом поле. Она связана с тем, что монополия профессиональных масс-медиа закончилась, видоизменилась и их традиционная миссия: не только «информировать, развлекать и продавать», но и «переводить конфликт на уровень обсуждения» [1, с. 10, 17]. Это понимание роли прессы принято определять с середины прошлого века в демократическом мире как «теорию социальной ответственности» [2]. Мы, добавляет названный автор, пропустили период формирования таких СМИ и пытаемся наверстать это в Интернете.

Однако «обсуждение в Интернете» – об этом скажет любой пользователь социальных сетей – далеко от того, что можно соотнести с ценностью «социальная ответственность». Люди, как правило, не ведут корректную дискуссию. В интернет-баталиях происходит не ожидаемая рационализация противоречий,

нахождение компромисса, а, напротив, эскалация конфликта. Вопрос также в том, что информационное поведение интернет-пользователей, оставляющих свои пасквильные комментарии анонимно, не может восприниматься как «личное дело» конкретных индивидов. Различные сегменты Интернета, а формируются эти сегменты прежде всего в пространственных границах использования национальных языков, объединены общей медиа-атмосферой. Не случайно, в современной литературе по коммуникативистике закрепились концепты «медиафера», «инфосфера», под которыми теоретики новых медиа понимают целостное образование, подчиненное закономерностям развития системных объектов [3].

Факторы становления данных объектов в равной мере являются и технико-технологическими, и социальными. «Техноморфность» человека [4] не добавила ему остроты нравственного зрения. Этим во многом определяется проблема медиакультуры современного социума. В жизнь медиасообществ волей-неволей вовлечены мы все, вне зависимости от поколенческой принадлежности, социальных статусов и амплитуды использования индивидуальных средств связи («гаджетов»). В этой связи актуальным видится вопрос о культурных регуляторах

современной медиасферы. «Культурных», то есть таких, которые не могут быть привнесены «извне», поскольку зависят от действий тех, кто находится «внутри» процесса. К ним относятся прежде всего испытанные временем, опытом применения и принятые как ценностные ориентиры нормы медиатики. Поскольку приобщение к информационным технологиям, как в любой сфере технического прогресса, в социальном плане начиналось с профессиональных сообществ, то и нормы информационных отношений начинали складываться как профессиональные нормы. И уж потом они становились (или не становились) достоянием большинства. Коммуникационная революция конца XX в. изменила «векторы влияния». Бурное освоение Интернета, его экспансия на все новые и новые слои населения привела к обратной зависимости: именно стихийные практики стали источником нормотворчества. «Старые», замешанные на моральных постулатах нормы саморегуляции медиасообществ вытесняются прагматикой взаимодействий, не отягощенных взаимными обязательствами акторов новоявленных социальных миров.

Десять лет назад мной был произведен обзор проблемных ситуаций, которые возникают в деятельности профессиональных журналистов в условиях их работы в киберпространстве. Были зафиксированы риски новой среды, которые усложняют профессиональную деятельность. Ее стало трудно осуществлять в соответствии с принятыми в качестве точки отсчета в традиционных СМИ нормами профессиональной этики в виде принципа непредвзятости, честности журналиста, принципов достоверности, точности информации, принципа недопустимости плагиата [5, с. 18-21]. С того времени ситуация только усугубилась. Обозначенный ряд профессионально-этических норм пополнился другими, так же поставленными под сомнение фактом растущей виртуализации социальных отношений. А следование тем нормам, которые мной были обозначены, сегодня находится под большим вопросом не только по отношению к журналистскому профессиональному цеху, но и ко всем субъектам инфосферы, представленным как отдельными лицами, так и социальными институтами, включая органы власти разных государств. К примеру, угрозы, которые несет в себе рост случаев международного распространения «фейковой» информации, которая конструирует несуществующие реальности, это угрозы широкого спектра действия: от информационной безопасности личности до безопасности страны.

Итак, конвергенция средств связи, медиапроцессов, компетенций, навыков создания и использования информационных продуктов не может не привести к «конвергенции» нормативных представлений в этой сфере. Данное обстоятельство затрудняет, а в некоторых случаях делает и вовсе неэффективными сложившиеся практики регулирования информаци-

онных отношений. Для примера приведу собственный опыт работы в качестве эксперта в Общественной коллегии по жалобам на прессу.

Первая существенная проблема, возникающая в ходе экспертного анализа медиатекстов, ставших предметом информационных споров, связана с «размыванием» форматов этих текстов. Если прежде мы оперировали четкими критериями жанровой принадлежности журналистских материалов, то сегодня эти критерии, как правило, не соблюдаются: Интернет диктует свои форматы. Их особенность в том, что они ориентированы на фрагментированное восприятие пользователя. Способы подачи интернет-публикации подчинены основной функции – облегчению чтения, рассматривания контента с экрана компьютера или мобильного телефона. Вопрос о композиционной, стилевой целостности медиатекста как законченного произведения с актуальной повестки дня снят. Сегодня медиатекстом может быть назван и рекламный ролик, и пост в социальной сети, и продолжительный документальный фильм, выложенный в видеохостинге, и комментарий пользователя. Между тем жанровые характеристики текста в традиционной журналистике тесно увязаны с его смысловой частью. Формально-содержательный план организации журналистских материалов – продукт их историко-культурного развития [6]. Именно четкая принадлежность материала к конкретному жанровому типу опосредует и его роль в общественной повестке дня: фельетону в ходе его разоблачений социальных пороков позволен острый язык, журналистскому расследованию животрепещущей темы – «тайные» источники информации и т.п. При оценке подобных характеристик интернет-текстов обозначенные критерии «не работают».

Вторая проблема связана с тем, что новые медиа в лице Интернета разрушили существующие в «старых» СМИ тематические иерархии. Для журналиста старшего поколения очевидна структурная определенность проблемно-тематической модели общественно-политического источника информации. Она поддерживается заданным расположением материалов в газете: на первой странице публикуются новости (в советское время обязательной была «передовая статья»), на второй и третьей – продолжение анонсированных тем, общественно-значимая информация подается в репортажах, отчетах, корреспонденциях. Газетный разворот обычно знаменует переход к темам культуры. Ближе к концу издания свое место занимают спорт, «полезные советы» по здоровью, саду, дому, кроссворды. На телевидении смысловой порядок передается через определенность сетки вещания. В интернет-изданиях структурность контента отчасти обеспечивается рубриками. Но на большинстве ресурсов от подобного рода упорядоченности остается слабый след. Организация медиатекстов определяется особенно-

стями поиска информации массовым потребителем, движениями его курсора, отражающими специфику обыденного сознания. В соответствии с этим все темы, начиная от глобальных проблем человечества, кончая «котиками», имеют равные шансы «выстрелить» в топовой пятерке, привлекая внимание интернет-общественности.

Все это повлекло за собой уравнивание стилей освещения различных проблемно-тематических зон жизни, что и становится, с нашей точки зрения, скрытым поводом для ряда информационных споров. К примеру, мне, как эксперту Общественной коллегии по жалобам на прессу, неоднократно предоставлялся повод указать на то, что недопустимо рассуждение об острых вопросах внешней и внутренней политики на телевидении в формате «докудрамы», с разыгрыванием ситуаций, с использованием постановочных кадров и привлеченных актеров, с обращением к метафорическому языку в закадровом тексте (этим, в частности, грешат фильмы НТВ, выходящие под журналистской рубрикой «ЧП-расследование»). Другое направление, на котором ощущается скрытое напряжение, – тема религии. Когда ее освещение подчинено рейтинговой политике источника информации, не гнушающегося скандальным тоном, смысловыми передергиваниями, происходит дискриминация такого сегмента аудитории, как верующие. Мировой опыт последних десятилетий свидетельствует, насколько это опасно. Можно привести для примера и другие проблемно-тематические сферы, на которых ощущается необходимость особого, как я называю, «сферного» подхода, соизмеряющего почерк авторского пера с тем общественным контекстом, в который актуально погружена поднимаемая тема. Сферный поход в числе других особенностей выступает отличительной характеристикой методологической позиции казанской научной школы журналистики, сформированной за более чем полувековую историю журналистского образования в Казанском университете [7-9].

Третья проблема связана с тем, что «серые», несмысленные зоны нормотворчества в пространстве новых медиа создают условия для манипулятивных практик, для нездоровой конкуренции. Проиллюстрируем пример такой конкуренции между журналистами информационным спором, на который мною подготовлено экспертное мнение в апреле текущего года. Его предметом стала публикация Виталия Карюкова «Кто убивает российских ученых?», помещенная на сайте «Свободная пресса» 11 ноября 2016 г. [10]. Заявителем в Общественную коллегию стала Надежда Попова, журналист газеты журналистских расследований «Версия». На сайте данной газеты 19 января 2015 г. было помещено ее расследование «Операция “Ликвидация”: ЦРУ убивает российских ученых?» [11]. На вопрос о том, содержатся ли в названной публикации Виталия Ка-

рюкова нарушение профессиональной этики журналиста, я как эксперт ответила утвердительно.

Анализ показал, что публикация Карюкова полностью выстроена на фактах, изложенных в вышедшей двумя годами раньше публикации Поповой. Несмотря на то, что Карюков как-будто выполнил требование – в последнем абзаце своего материала сослался на автора оригинальной версии, представляется, что сделано это формально, для того, чтобы обезопасить себя от судебного иска о плагиате. Среди эффектов воздействия на массовую аудиторию известен тот, что связан с первичным воздействием – оно самое сильное, все вторичное проигрывает [12]. Не случайно, имя автора оригинального текста названо в последнем абзаце конфликтной публикации, а не в первом. Кликнув на приведенную ссылку, массовый читатель не станет перечитывать то, что ему уже стало известно. «Заслуга» Карюкова только в том, что он в два раза сократил содержание оригинала и изложил кропотливо собранный его коллегой из другого ресурса материал в стиле своего сайта. Однако именно его фамилия будет всплывать по поисковому запросу в соотнесении с заголовком «Кто убивает российских ученых?», а не фамилия Поповой, которая фактически отвечает на этот вопрос. Заголовок же «Операция “Ликвидация”» в поисковой строке набирать не будут. Получается, что сайт «Свободная пресса» схитрил по отношению к сайту газеты журналистских расследований «Версия», поступил непорядочно по отношению к его автору.

Кропотливый труд журналиста, ведущего расследование на злободневную тему, дает ему право на сатисфакцию перед теми, кто хотел бы себя прославить только силой «борзого пера». Однако вопрос о защите авторских прав в пространстве Интернета не прост, он вступает в противоречие с ценностью свободы распространения информации [13]. Современная инфосреда еще не выработала своих рецептов для разрешения и этого вопроса.

Литература:

1. Какие медиа – такое и общество / Под ред. В. Юкичева. – Новосибирск: ИРП-Сибирь, 2013. – 270 с.
2. Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. – М.: Национальный институт прессы, изд-во «Вагриус», 1998. – 224 с.
3. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: НИУ ВШЭ, 2013. – 479 с.

4. Козловски П. Культура постмодерна: Ответственно-культурные последствия технического развития / Пер. с нем. – М.: Республика. 1997. – 240 с.
5. Шайхитдинова С.К. Медиаэтика. – Казань: Изд-во Казанского университета, 2007. – 80 с.
6. Тертыйный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
7. Бик-Булатов А.Ш. История журналистики: новое прочтение // Медиаконвергенция и «ситуация человека»: Новые вызовы, старые вопросы / Под ред. С.К. Шайхитдиновой. – Казань: Казанский гос. ун-т, 2012. – С. 27-46.
8. Семенова А.Э. Музыкальная журналистика и музыкальная критика в «немузыкальной реальности» // Медиаконвергенция и «ситуация человека»: Новые вызовы, старые вопросы / Под ред. С.К. Шайхитдиновой. – Казань: Казанский гос. ун-т, 2012. – С.130-136.
9. Шайхитдинов Т.В. Религия в публичном дискурсе: культурная и идеологическая репрезентация (на примере ислама) // Гуманизм и современность: Материалы междунар. конф. – Казань, 2013. – С. 423-429.
10. Карюков В. Кто убивает российских ученых? – URL: <http://svpressa.ru/war21/article/160440/> (время посещения: 10.04.2017).
11. Попова Н. Операция «Ликвидация»: ЦРУ убивает российских ученых? – URL: <https://versia.ru/sru-ubivaet-rossijskix-uchyonux> (время посещения: 10.04.2017).
12. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
13. Засурский И.И. Новая модель регулирования авторских прав: Общественное достояние и концепция общего блага. – М.; Екатеринбург: Ассоциация интернет-издателей, «Кабинетный ученый». – 182 с.

New Media and «Old» Rules: to the Problem of Self-Regulation of Modern Infosphere

S.K. Shaikhitdinova
Kazan (Volga Region) Federal University

The article considers how new media, which is functioning in the Internet, change traditional rules of media-ethics. The author indicates three problems, encountered in her capacity as an expert of Public collegium of press complaints. The first problem is that there are no clear genre signs in modern media-texts. The second problem lies in transgression of hierarchy of subjects that exists in traditional journalism. The third problem indicates "non-healthy" competition in the infosphere.

Key words: new media, media culture, traditional journalism, media ethics.

