

1-бөлім	Раздел 1	Section 1
Журналистика: Қоғам Тіл Тарих Саясат Заң Экономика	Журналистика: Общество Язык История Политика Закон Экономика	Journalism: Society Language History Policy Law Economy

УДК 316.77:001.12/18; 070:001.12/18

Г.Д. Асанбаева

Департамент международной журналистики и массовых коммуникаций университета КИМЭП,
 Казахстан, г. Алматы
 E-mail: gulnar@kimep.kz

Концепция прозрачности СМИ и кодекс этики журналиста Казахстана

Аннотация. Автор представляет концепцию прозрачности и открытости СМИ. Новая концепция, предложенная в странах с высокими коммуникационными технологиями, выходит за пределы традиционного вопроса о прозрачности собственности на СМИ – одного из самых закрытых вопросов в Казахстане, и предполагает открытость и прозрачность всех процессов журналистской и редакционной деятельности. Анализируя веб-сайты казахстанских газет и недавно принятый Кодекс этики журналиста Республики Казахстан, автор приходит к выводу, что в условиях массового перехода к цифровым технологиям прозрачность и открытость СМИ могут стать эффективным инструментом повышения доверия к прессе.

Ключевые слова: прозрачность СМИ, открытость, этический кодекс, профессиональные компетенции журналистов, журналистское образование.

Журналистская академическая среда и профессиональное сообщество в Казахстане в основном сосредоточены на активном освоении новых информационных технологий и развитии медиа как бизнеса. Большинство научных и практических семинаров последнего времени посвящены важнейшему вопросу: монетизации веба, или как заработать в Интернете? При этом другая основная функциональная проблема медиа как социального института – восстановление доверия к журналистике, остается в тени.

В странах с развитыми цифровыми технологиями уже накоплен интересный опыт критической переоценки профессиональных компетенций, которыми должны обладать журналисты информационной эпохи. В статье «Смена про-

фессиональных компетенций в журналистском образовании» открытость, или транспарентность, признана второй по важности инновационной компетенцией. Автор этой статьи Нико Дрок, руководитель Проекта «Профессиональные компетенции журналиста» Европейской Ассоциации преподавателей журналистики (ЕЛТА) изучал мнение европейских и российских профессионалов и студентов факультетов журналистики. При этом дается следующее описание транспарентности: «**открытость редакционного процесса, подотчетности и надежности, метод открытой работы**» <http://mediascope.ru/node/859>

Особенностью принятия 30 октября 2012 года Кодекса этики журналистов Казахстана является сама идея, поступившая сверху. Это по-

ложение противоречит содержанию Алматинской Декларации об обеспечении редакционной независимости. Известно, что в журналистском сообществе Казахстана кодекс вызывает серьёзную критику. В условиях, когда этические правила предлагаются со стороны правительства, такое сопротивление – признак здорового состояния журналистского сообщества. В этическом кодексе журналистов Казахстана концепция прозрачности СМИ не нашла отражения. Более того, в стране также отсутствуют выработанные негосударственные механизмы имплементации принципов, изложенных в документе, в реальную практику, а поэтому вопрос об эффективности принятого кодекса, влиянии его на журналистскую культуру остается неясным.

В Кодексе этики журналиста Республики Казахстан в качестве основной профессиональной ценности провозглашается объективность. Это не соответствует реальной практике, где востребованность СМИ определяются, в первую очередь, его оперативностью. Конкурентная необходимость сообщать о событии раньше других изданий и активное развитие гражданской журналистики превращают объективность в недостижимый миф. Всем известно, сегодня нет четких границ между традиционными и новыми медиа, между информацией и развлечением, журналистикой и обществом. Коммерциализация, сенсационность и конкуренция ставят под сомнение объективность как миссию, цель и ценность для журналистов, работающих в частных СМИ. Как известно, в кодексе Общества профессиональных журналистов в США понятие объективности было изъято как не соответствующее эпохе новых медиа.

Мы не уделяем должного внимания тому, что прозрачность – существенная часть плюрализма и независимости СМИ.

Сегодня во всем мире происходит критическая переоценка стандартов, написанных для традиционной журналистики. Однако журналистские кодексы, принятые в большинстве постсоветских стран, отражают интересы правительства, а не журналистского сообщества. Их основные положения по-прежнему отражают ценности традиционной журналистики, они не применимы к бурно развивающейся онлайн-журналистике.

Исключение – кодекс Литовских журналистов, принятый в 2005 году ([http://ethicnet.](http://ethicnet.uta.fi/lithuania/code_of_ethics_of_lithuanian_journalists_and_publishers)

[uta.fi/lithuania/code_of_ethics_of_lithuanian_journalists_and_publishers](http://ethicnet.uta.fi/lithuania/code_of_ethics_of_lithuanian_journalists_and_publishers)). Кодекс подписан десятью журналистами и издателями Литвы и содержит специальную главу: «Независимость журналистов и издателей. Прозрачность их деятельности».

И академической среде, и самому журналистскому сообществу Казахстана нужно определиться с ключевыми профессиональными понятиями: объективности и прозрачности. Не отрицая важности принципа объективности, автор придерживается мнения, что в условиях коммуникационной революции объективность достигается через открытость и прозрачность..

Приживется ли при «очевидности заказных статей» (<http://www.ipr.kz/kipr/3/1/66> Азамат Джолдасбеков Презентация «Перспективы казахстанских СМИ с позиции квалифицированного читателя») в казахстанских СМИ прозрачность, или прозрачность, как предлагают сегодня в развитых демократиях для развития независимости и плюрализма СМИ?

Согласно прогнозу исчезновения газетной индустрии (http://futureexploration.net/Newspaper_Exinction-timeline), Казахстан отнесен к регионам, где это произойдет после 2040 года. Однако уже сегодня динамика коммуникационной революции привела, например, к закрытию газеты «Панорама».

В условиях, когда ключевым фактором современного бизнеса и политики становится прозрачность, независимая плюралистическая журналистика определяет свое отношение к прозрачности в основных правилах своей деятельности, т.е. в своих этических кодах.

Другая проблема – доверие общества к СМИ также определяется степенью прозрачности журналистики. «Пресса призывает к прозрачности правительства, корпораций, а также всех, кто бы это ни был. Но репортеры не признают прозрачности в отношении себя... Общество нуждается в более полном разъяснении, и оно может прийти только от журналистов». (Openness&Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets.) <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/nytimes.html>

Концепция прозрачности СМИ выходит за пределы вопроса о собственности СМИ. Она гораздо шире и подразумевает открытость и доступ общества к информации о всех жур-

налистских процессах. Так, в одном из первых американских исследований прозрачности СМИ в 2007 году (Openness&Accountability:A StudyofTransparencyinGlobalMediaOutletshttp://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/nytimes.html) вопрос о собственности на СМИ был лишь одним из пяти следующих:

- 1) ошибки – готовность к их открытому исправлению;
- 2) открытость медиасобственности;

3) открытость конфликта интересов (наличие руководства для репортеров);

4) открытость этических принципов работы с источниками;

5) открытость к комментариям читателей и критике.

В европейских исследованиях 2011 года <http://en.ejo.ch/3118/ethics/transparency-or-bluff-an-ejo-study>) внимание уделялось аналогичным аспектам, и была предложена следующая методика:

1 Информация об управлении редакции и уставе издания:	2 Информация о работе над информацией:	3 Информация о принятии решений в редакции:	4 Инструменты для исправления ошибок:	5 Инструменты интерактивности сайта:
акционеры, автора, информация о журналистах и редакторах. Собственники. Этические коды	внешние ссылки на источники, на инф. агентства	вебкасты редакционных конф-ий, редакционные блоги	ссылка для сообщения об ошибках; омбудсмен/ юрист для защиты интересов читателей; общественный совет редакции	комментарии, форум, ссылки на наиболее читаемые посты; Аккаунты в соц.сетях

Как же выглядит ситуация с прозрачностью в Казахстане?

Рассмотрим это на примере веб-сайтов популярных общенациональных газет Казахстана: «Время», «ЖасАлаш», «Новое поколение», и газет, издающихся в регионах: «Наша газета», «Ак Жайык», «Диапазон». Период исследования: 27 мая – 27 июня, повторно: 30 сентября – 7 октября 2012 года.

Вопросы исследования:

- 1) Знают ли читатели, кто конкретно владеет СМИ?
- 2) Исправляют ли газеты свои ошибки?
- 3) Открыта ли пользователям сайтов информация о правилах газеты, предупреждающих журналистов от конфликта интересов?
- 4) Объясняют ли редакторы пользователям принимаемые ими решения?
- 5) Как развивается коммуникация между пользователями и редакцией?

Категории анализа:

- 1) Наличие на сайте информации о собственности СМИ;
- 2) ссылки для сообщения редакции о допущенных ошибках;
- 3) ссылки на этические коды, принятые в редакциях;
- 4) наличие на сайтах информации о профессиональных стандартах подготовки материалов;
- 5) обратная связь, комментарии, форум, опросы по качеству материалов, конференции с читателями, редакционные блоги.

Система условных оценок:

- 1 – наличие одной категории,
- 2 – наличие двух категорий,
- 3 – наличие трех категорий,
- 4 – наличие четырех категорий,
- 5 – наличие всех категорий.

Результаты по общенациональным изданиям:

газета	собственность	ошибки	этические кодексы	проф. стандарты	обратная связь	оценка
«Время» www.time.kz	+Учредитель: ТОО «Изд-во «Время»	-	-	-	+о газете журналисты контакты Ссылки на результаты опросов не работают . FB, Twitter, Мой мир	2
ЖасАлаш www.zhasalash.kz	+Меншік иесі: «ЖасАлаш» ЖШС	-	-	-	+http://www.zhasalash.kz/ makataev-22/ Оқырман http:// www.zhasalash.kz/makataev-22/ хаттары Газет туралыhttp:// www.zhasalash.kz/makataev-22/ редакцияға хат Сауалнама	2
Новое поколение www.np.kz	+Собст-к и издатель: ТОО “Новое поколение”.	-	-	-	-Ссылки Форум и Партнеры не работают, 4 комментария за месяц	1

Как видно из таблицы, на сайтах указаны формальные собственники. Неизвестно, кто на самом деле владеет СМИ



«ЖасАлаш» выгодно отличается своей интерактивностью



«Новое Поколение», в которой работают талантливые журналисты, мало общается с пользователями своего сайта

Газеты, издающиеся в областных центрах:

газета	собствен-ность	ошибки	этические кодексы	проф. стандарты	обратная связь	оценка
Наша Газета www.ng.kz	+ТОО «Твой ШАНС»	+Некорректная работа сайта НГ Книга жалоб и предложений Ваши вопросы редакции	-	-	+Обратная связь Facebook Twitter YouTube Kiwi ВКонтакте Яндекс	3
Ақ Жайық www.azh.kz	-	-	+Правила общения на сайте	-	+Вопрос-ответ Сұрақ-жауап Адреса и телефоны редакции Форум	2
Диапазон www.diapazon.kz	+Учредитель – ТОО «РИФМА».	-	-	-	+ Сайт Diapazon.kz Правила комментирования	2

Как видим, газеты в регионах более мобильны и ближе к интересам своих читателей



«Ақ Жайық» представляют новую бизнес-стратегию: первое, что появляется при открытии ссылки, – доска объявлений, а потом уже новости

Что в итоге можно сказать о веб-сайтах изученных СМИ, если:

* информация о собственниках СМИ не дает представления о том, кто действительно владеет изданием;

* на сайтах изученных изданий кнопки для сообщения об ошибках отсутствуют;

* информация об этических кодах на сайтах отсутствует;

* информации о правилах подготовки и редактирования материалов; о работе с источниками информации на сайтах нет;

* интерактивная связь более заметна в региональных изданиях.

В Казахстане нет ни одного массового издания, в котором обсуждались бы вопросы развития медиа индустрии. Мы очень мало обсуждаем проблему вырождения профессии из-за неопределенности профессиональных стандартов.

Казахстанские газеты еще не в полной мере используют современные инструменты прозрачности, предоставленные возможностями Интернета и новых коммуникационных технологий.

Предложения:

1) В законодательстве о СМИ стран Центральноазиатского региона должно найти положение о прозрачности собственности на СМИ.

2) При подготовке специалистов для быстро растущей сферы массовой коммуникации – университетские программы стран Центральной Азии, в соответствии с учебной моделью ЮНЕСКО, должны развивать компетенции в области конвергентной мультимедийной журналистики с учетом принципов открытости и транспарентности СМИ.

Этика современной массовой коммуникации должна стать самостоятельным предметом в программе университетского образования. В государственных стандартах по журналистике в настоящее время, к сожалению, этика объединена с законодательством о СМИ в один предмет, что на практике дает лишь поверхностное представление об этих жизненно важных вопросах безопасности работников СМИ региона.

3) Профессиональные журналистские ассоциации, учитывая, что разработка и продвижение этических кодов – необходимый для становления журналистики как самостоятельного социального института процесс, должны самостоятельно инициировать дискуссии о профессиональных стандартах.

Критически пересматривая ценности традиционной журналистики, **они не должны перекладывать работу по разработке этических кодексов на государство.** Изучая опыт развитых демократий по созданию негосударственных систем подотчетности СМИ (MediaAccountabilitySystems, доступно на: <http://www.gjionline.org/MAS-About>), они должны привлекать к разработке профессиональных стандартов и правил поведения самих журналистов, НПО и другие институты гражданского общества.

4) В принимаемых этических кодексах журналисты должны определить свое отношение к прозрачности всех этапов журналистской деятельности.

Мультимедийные форматы СМИ позволяют сегодня через открытые ссылки установить первоисточник информации, найти альтернативные ресурсы, собрать весь спектр разнообразных точек зрения по излагаемому вопросу, а также узнать информацию об авторах, принципах работы редакций над материалами, и напрямую общаться с редакцией.

А это и есть доступные инструменты для решения основной проблемы, которую еще раз подчеркнул на конференции «Алма-Ата +20» 8 октября 2012 года Советник генерального директора ЮНЕСКО Генрих Юшкявичус, – восстановление доверия к прессе.

Литература

1 Нико Дрок. Смена профессиональных компетенций в журналистском образовании // Mediscope: Электронный журнал факультета журналистики МГУ. – 2011 – № 3 <http://mediascope.ru/node/859>

2 International index of bribery for news coverage (Institute for Public Relations). Kruckeberg, D., & Tsetsura, K. (2003). <http://www.instituteforpr.org/>

3 Transparency, or Bluff? An EJO Study (European Journalism Observatory) <http://en.ejo.ch/3118/ethics/transparency-or-bluff-an-ejo-study>

4 The European Union and media ownership transparency: the scope for regulatory intervention <http://www.mediapolicy.org/wp-content/uploads/the-european-union-media-ownership-transparency.pdf>

5 On the Road to Media Freedom First South

- East Europe Media Conference, 13-14 October 2011 www.osce.org/fom/83941
- 6 Openness & Accountability: A Study of Transparency in Global Media Outlets <http://www.icmpa.umd.edu/pages/studies/transparency/nytimes.html>
- 7 Транспарентность вместо объективности? Б. Киршин, сайт Союза журналистов России: <http://www.ru-j.ru/2011/110805-1.htm>
- 8 Сайт газеты «Время»: www.time.kz
- 9 Сайт газеты «Новое поколение»: www.np.kz
- 10 Сайт газеты «ЖасАлаш»: www.zhasalash.kz
- 11 Сайт газеты «Наша газета»: www.ng.kz
- 12 Сайт газеты «Ақ Жайық»: www.azh.kz
- 13 Сайт газеты «Диапазон»: www.diapazon.kz

Г.Д. Асанбаева

БАҚ ашықтығының тұжырымдамасы және Қазақстан журналистерінің этика кодексі

Автор БАҚ-тың ашықтық тұжырымдамасын ұсынады. Әлемдегі жоғары коммуникациялық технологиялары бар елдерде пайда болған жаңа тұжырымдама БАҚ-ты меншіктенудің ашықтығы туралы Қазақстанда айтылмайтын дәстүрлі сұрақтың аясынан шығып, барлық журналистік және редакциялық қызмет процестерінің ашық болуын болжайды. Қазақстандық газеттер веб сайттары мен Қазақстан журналистерінің жаңадан қабылданған этика кодексін саралай отырып, автор, цифрлық технологияларға жаппай көшу барысында БАҚ-тың ашық болуы баспасөзге деген сенімділікті нығайтудың тиімді құралы болмақ деген қорытынды жасайды.

Түйін сөздер: БАҚ-тың, жарқындығы, ашықтығы, этикалық кодекс, журналистердің кәсіби компетенттілігі, журналистік бөлім.

G.D. Assanbayeva

Media Transparency and the Code of Ethics of a Kazakhstani Journalist

The author presents the new concept of media transparency and openness. The new concept has appeared in the countries with high communication technologies. This concept is wider than traditional media ownership transparency, which is taboo topic in Kazakhstan. More over, this new concept implies openness and transparency of all steps of editorial and journalistic activities. Through the analysis of the Kazakhstani newspaper websites, and recently accepted Code of Ethics of a Kazakhstani Journalist the author concludes that in the frames of mass movement to digital technologies, media openness and transparency can serve as effective tools of gaining back the media trust.

Keywords: transparency of mass media, openness, ethical code, professional competences of journalists, journalistic education.