

ЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ МЕДИАФРИЛАНСА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В. Ф. Олешко¹⁾, О. С. Мухина²⁾

*¹⁾Уральский федеральный университет,
ул. Мира, 19, 620002, г. Екатеринбург, Россия,
vladimir.oleshko@urfu.ru,*

*²⁾Уральский федеральный университет,
ул. Мира, 19, 620002, г. Екатеринбург, Россия,
olga.mukhina@urfu.ru*

Цифровая эпоха внесла существенные коррективы во многие сферы нашей жизни – не исключением является и журналистика. Так называемые новые медиа – это не просто очередная площадка информирования и самореализации журналистов, но и обновленные морально-этические стандарты, и изменения в построении экономических и иных отношений изданий с авторами, основным следствием которых является повсеместное распространение фриланса в медиасреде. Однако новые нормы и принципы пока не нашли достаточного воплощения в кодексах этики и законодательстве. Практика свидетельствует, что формировать их надо на уровне мирового сообщества, в соответствии с условиями глобализации и цифрового пространства, не имеющего сегодня границ.

Ключевые слова: медиафриланс; журналист-фрилансер; журналистская этика; кодекс этики журналиста; цифровое пространство.

ETHICAL PRINCIPLES OF FREELANCE JOURNALISM IN THE DIGITAL SPACE

V. F. Oleshko^a, O. S. Mukhina^b

*^aUral Federal University,
19, Mira Str., 620002, Yekaterinburg, Russia
Corresponding author: V. F. Oleshko (vladimir.oleshko@urfu.ru),*

*^bUral Federal University,
19, Mira Str., 620002, Yekaterinburg, Russia
Corresponding author: O. S. Mukhina (olga.mukhina@urfu.ru)*

The digital age has made significant changes in many areas of our lives, and journalism is no exception. The so-called new media is not just another platform for informing and self-realization of journalists. It also entails updated moral and

ethical standards, and changes in economic and other relations between the media and authors, the main consequence of which is the increasing spread of freelancing in the media environment. However, the new norms and principles have not yet been sufficiently implemented in codes of ethics and legislation. They should be formed by the entire world community, in accordance with the conditions of globalization and the digital space that has no borders.

Key words: media freelance; freelance journalist; journalistic ethics; journalist's code of ethics; digital space.

Эпоха повсеместной цифровизации формирует новые требования к деятельности журналиста. Особенно важно при этом обозначить этические профессиональные нормы в ситуации глобализации, разрушения границ приватности и развития гражданской журналистики, субъекты которой зачастую не имеют представлений о стандартах работы в медиа. Одной из активно развивающихся тенденций является и фриланс: внештатные авторы, не связанные обязательствами с одной конкретной медиакомпанией, всё чаще сами для себя устанавливают моральные и этические границы деятельности.

Журналисты-фрилансеры как правило не являются членами профессиональных союзов – возникает проблема их интеграции в профессиональное сообщество, передачи им основополагающих ценностей медиасферы [1]. Некоторые исследователи полагают, что сложившиеся этические положения универсальны как для традиционных, так и для новых медиа. Другие считают, что интернет-среда формирует новые задачи и вызовы, переопределяет ряд морально-этических проблем. Как доказывает О. Ю. Чеботарев, в основу существующих журналистских кодексов заложены общие этические стандарты, однако их реальное воплощение зависит от господствующих в социуме отношений, состояния нравов, общественных противоречий [2].

Проблема именно медиафриланса видится еще и в том, что журналисты данной категории вынуждены совмещать творческую деятельность с работой менеджера, что увеличивает градус морально-этических дилемм, возникающих перед автором. Западные исследователи делят внештатных журналистов на идеалистов и предпринимателей. Это не означает, что эти две группы кардинально разделены: просто одни настроены идеалистически, другие развивают свои предпринимательские навыки, стараясь получить как можно больше заказов [3]. Выделяют и нестабильность заработков, которая, возможно, заставляет некоторых фрилансеров соглашаться на условия, изначально неприемлемые для журналиста [4]. Частью понятия «фрилансер» является слово free (свободный), но обратная сторона любой свободы – ответственность. Как

пишут В. Е. Усольцева и И. В. Фотиева, ссылаясь на австрийского психиатра и психолога В. Франкла, статуя Свободы «должна быть дополнена статуей Ответственности» [5, с. 386]. Ведь именно ответственность является доминантой кодексов журналистской этики.

Но проблема в том, учитывают ли действующие сегодня кодексы журналистской этики новые реалии цифрового пространства и медиафриланса? С этой целью мы проанализировали базу данных кодексов этики Института журналистики Дональда Рейнольдса Accountable Journalism. Институт, как известно, обобщает кодексы журналистской этики всего мира. Большинство кодексов, представленных на его сайте, были разработаны и приняты отдельным изданием (например, газетой), сектором медиаиндустрии (например, ТВ/радио), Союзом/ассоциацией журналистов, Советом прессы или пресс-клубом. Исключение составляют искусственные кодексы, кодексы, навязанные правительством, или кодексы, рекомендованные международными организациями или активистами [6]. Из более чем 400 кодексов профессиональной этики журналистов поиск на тему фриланса позволил выделить 38 кодексов, в более или менее подробном варианте описывающих морально-этические стандарты для журналистов-фрилансеров. В числе континентов и стран, представители которых систематизируют особенности деятельности журналистов-фрилансеров в своих кодексах этики: Северная Америка (США, Канада, Ямайка), Европа (Франция, Великобритания, Испания, Сербия, Молдова), Африка (Зимбабве, Сенегал, Свазиленд, Танзания, Гана), Азия (Мьянма), Австралия.

Многие кодексы приняты отдельными изданиями, но есть и более универсальные, принятые на уровне стран или некоммерческих организаций, не являющихся СМИ. Например, Добровольческий медиасовет Зимбабве, Ассоциация журналистов Сербии, Национальная ассоциация журналистов Свазиленда, Медиасовет Танзании, Американское сообщество редакторов деловых изданий (ASBPE), Ассоциация журналистов Ганы, Ассоциация средств массовой информации Ямайки (MAJ) и Ассоциация прессы Ямайки (PAJ), Молдавский совет по печати, Канадский совет по стандартам вещания, Ассоциация католической прессы. И конечно, в рамках настоящего исследования особую ценность для нас представляет кодекс FFR (Frontline Freelance Register, что можно перевести как «Передовой фриланс-регистратор»), посвященный именно медиафрилансу. Однако из 38 проанализированных кодексов только 15 имеют отдельные разделы о фрилансе (плюс, конечно, кодекс FFR, чей текст относится ко фрилансерам полностью). Остальные лишь коротко упоминают фрилансеров или относят к ним свои этические нормы наравне со штатными журналистами.

Дополнительно надо сказать и о блогерах, которые по определению являются фрилансерами, поскольку самостоятельно и независимо публикуют информацию на собственной интернет-площадке. Так, например, создатели Европейского кодекса журналистской этики ничего не говорят о фрилансерах, но блогера приравнивают к журналисту, и все свои положения относят к обоим. Декларация Колумбо о свободе СМИ и социальной ответственности указывает, что блогеры – это не профессиональные журналисты, но вместе с ними планируется создавать новые, сильные и независимые, конвергентные медиа. Кодекс поведения онлайн-журналиста, созданный независимой организацией «Журналисты для будущего» (Армения), опять же приравнивает блогера к журналисту.

Интересный проект создан Ассоциацией онлайн-новостей. Как пишут его авторы, проект вырос из открытого семинара на ежегодной конференции в Атланте в октябре 2013 г., где журналисты выразили потребность в кодексах, соответствующих миру, в котором мы живем, нашему цифровому времени. За два года работы проект привлек более 20 журналистов и преподавателей журналистики. Авторы начали с признания того, что профессия журналиста охватывает все больше людей, философий и технологий: возникло слишком много собственно понятий «журналист» – необходимость самоидентификации актуальна как никогда. Создатели проекта считают, что существует ряд фундаментальных принципов журналистской этики, которые должны стать общепринятыми, но далее современному журналисту требуется гибкость: из предлагаемых «кирпичиков» каждому рекомендуется создать собственный кодекс [7]. О гибридации профессии журналиста цифровой эпохи, своеобразной интерпретации ценностей, кризисе универсальности выработанных ранее принципов пишет и Б. Н. Лозовский [8].

Вместе с тем из проанализированных кодексов этики, регулирующих стандарты деятельности журналиста-фрилансера и блогера, мы выделили следующие фундаментальные положения: 1) соблюдать принцип свободы слова, право общественности на достоверную и всестороннюю информацию; 2) проверять точность информации, указывать источник информации (их должно быть несколько, а при отсутствии фактов следует прямо указывать, что публикуется мнение или неподтвержденная информация), убеждаться, что источники надежны; 3) представлять разные мнения, в том числе противоположные; в случае критики людей или организаций всегда давать им слово; при отсутствии комментария указывать причину; 4) не позволять личным предрассудкам влиять на выполнение обязанности журналиста: в частности, не делать акцента на этнической принадлежности, гендерных различиях, религии, инвалидности или сексуальной ориентации; 5) уважать честь и достоинство

каждого человека: избегать оскорблений, клеветы и навешивания ярлыков; 6) не лгать в целях получения доступа к информации, работать открыто (если только журналист не убежден в необходимости поступить иначе и важности освещаемой истории); 7) не допускать плагиата, а также манипулирования цитатами и изображениями; 8) исправлять ошибки полностью, быстро и заметно для аудитории; 9) защищать источник информации: не раскрывать конфиденциальный источник, с осторожностью публиковать материалы, которые могут идентифицировать членов группы, расследующей преступление; 10) не позволять угрозам или подаркам влиять на работу журналиста (кодексы многих СМИ прямо запрещают журналистам, в том числе фрилансерам, принимать подарки, если они могут быть рассмотрены как возможность повлиять на работу); 11) не извлекать финансовой выгоды из неопубликованных финансовых данных и не предоставлять такие данные другим лицам; 12) уважать личную неприкосновенность, если только не существует реальной потребности в публичной ответственности; 13) проявлять заботу к коллегам и нетерпимость к сексуальным домогательствам и издевательствам; 14) избегать конфликтов интересов или раскрывать данный факт редактору (многие издания позволяют работу в сфере рекламы и PR только с разрешения редактора и требуют при подобной практике сообщать об оплате за публикацию); 15) воздерживаться от высказывания собственного мнения, личных комментариев; недопустимо также искусственное подстрекательство аудитории к комментированию; 16) избегать фокусироваться на деталях насилия или жестокости, если только это явно не отвечает общественным интересам; 17) не изображать результаты исследований окончательными, если они еще находятся на ранней стадии; 18) пока виновность лица в преступлении не доказана судом, представлять его невиновным; избегать упоминания его родственников; 19) не раскрывать личности жертв сексуального насилия, если только этого не требуют сами жертвы; 20) выполнять обещания, данные источником, читателям и обществу.

Как видно, большинство перечисленных положений основаны на давно сложившихся принципах традиционных медиа, хотя и с учетом некоторых особенностей онлайн-журналистики. Более необычными могут показаться кодексы этики отдельных изданий: если предыдущие положения (сформулированные преимущественно кодексами этики стран или общественных организаций) настроены, скорее, идеалистически и акцентируют внимание на моральной ответственности перед социумом и аудиторией, то кодексы отдельных СМИ заставляют авторов заботиться о репутации и доходах данного конкретного СМИ, его собственников и редакторов.

Так, например, кодекс этики «Los Angeles Times» прямо говорит о том, что первый долг каждого сотрудника «Los Angeles Times» – перед «Los Angeles Times» (это касается и фрилансеров): иногда работа журналиста может повлиять на репутацию издания или отвлечь сотрудников от обязательств перед ним – выполнять работу надо, заботясь о средстве массовой информации. Кроме того, многие медиа оформляют внештатных авторов строго по письменным контрактам с запретом работать на конкурирующие издания. Кто именно является конкурентом, в сложных случаях определяет редактор или ответственный редактор. Почти каждое издание из рассмотренных считает себя основным для журналиста-фрилансера, не делая различий в зависимости от объема загрузки и дохода, и, в частности, требует любую идею/материал сначала принести в данное СМИ, а уже потом в другие (нечего и добавлять, что для фрилансера, предлагающего свои услуги множеству заказчиков и не имеющего долгосрочных обязательств ни перед одним из них, данное требование невыполнимо).

Помимо перечисленных нюансов, акцентируются следующие морально-этические обязательства внештатных авторов отдельных изданий: 1) журналист не может работать на героев постоянных публикаций (людей или организации); 2) при желании создать личный блог или страницу в соцсети или написать книгу журналист должен согласовать свою идею с редактором, поскольку личные публикации будут связываться аудиторией со СМИ и не должны противоречить его стандартам; 3) штатные журналисты не должны работать на другие издания в качестве фрилансеров в обычное рабочее время; 4) писать следует под собственным именем или постоянным профессиональным псевдонимом (возможное исключение: если автор пишет на важную, но чувствительную тему и не хочет, чтобы его ассоциировали с этой историей).

Отметим и некоторые уникальные особенности кодексов отдельных медиа. 1. Следует с осторожностью работать с индустрией развлечений Южной Калифорнии, согласовывая с редактором все разрабатываемые идеи («Los Angeles Times»). 2. Журналисты-фрилансеры могут представиться корреспондентами от издания, только когда выполняют именно его задание, и должны четко обозначить свой внештатный статус («The Philadelphia Inquirer», «Sydney Morning Herald»).

Перечисленные этические нормы в полном объеме, конечно же, не встречаются ни в одном кодексе этики. Вместе с тем они достаточно универсальны, и думается, что каждому журналисту-фрилансеру имеет смысл принять их за основу своей деятельности с целью заботы о репутации изданий-партнеров и собственной.

В заключение добавим, что наш мир, шагнув в цифровое пространство, пока не успел привести в соответствие с новыми реалиями ни законодательные, ни морально-этические нормы. Отдельные страны и организации проявляют скорость и гибкость, реагируя на изменения. Однако большинству только предстоит внести коррективы в стандарты медиасферы. Важно сделать это как можно быстрее, учитывая социальную значимость профессии журналиста.

Исследование выполнено при поддержке гранта Российского научного фонда № 19-18-00264.

Библиографические ссылки

1. *Кузьмич С. В.* Европейский опыт формирования концепции «этического журнализма» в наши дни: актуальные проблемы и способы их решения // Филология, лингвистика, журналистика: актуальные вопросы и современные аспекты: сб. ст. II Междунар. научн.-практ. конф. Пенза, 2020. С. 53–56.
2. *Чеботарев О. Ю.* Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 341–349.
3. *Mathisen B. R.* Entrepreneurs and Idealists – Freelance Journalists at the Intersection of Autonomy and Constraints // Journalism Practice. Vol. 13. 2019. № 8. P. 1003–1007.
4. *Mathisen B. R.* Ethical Boundaries among Freelance Journalists // Journalism Practice. Vol. 13. 2019. № 6. P. 639–656.
5. *Усольцева В. Е., Фотиева И. В.* Проблемы соблюдения профессиональных стандартов в журналистской профессии: правовой и этический аспекты // Медиаисследования. 2019. № 6. С. 381–386.
6. Codes of Ethics // Accountable Journalism [Electronic resource]. URL: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes> (date of access: 05.01.2021).
7. *Kent T.* A customized ethics code for every organization // ONAethics [Electronic resource]. URL: <https://ethics.journalists.org/about> (date of access: 05.01.2021).
8. *Лозовский Б. Н.* Журналистика: гибридизация принципов в эпоху цифровизации // Профессиональная культура журналиста в условиях медиатрансформаций: сб. / Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. Екатеринбург : УФУ, 2020. С. 49–62.