



## ЖУРНАЛИСТИК ӘДЕП ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТИК ЖАУАПКЕРШІЛІК

**Нурлан Усманов**

Өзбекстан журналистика және бұқаралық коммуникациялар университеті аға оқытушысы

**Аннотация:** Журналист қызметінің ең басты шарттарының бірі — журналистік әдеп. Журналистің кәсіптік әдебін жан-жақты зерттеу сала мамандарының алдында тұрған ділгір мәселелердің бірі. Журналистің кәсіби этикасында ең басты құндылық — ақпараттың шынайылығы, оның нақтылығы мен объективтілігі. Ал әлеуметтік жауапкершілік — адамдар және оларға берілген уәделер алдындағы жауапкершілікті аңғартады. Әлеуметтік жауапкершілік «парыз», «міндет» немесе «борыш» ұғымдарымен тікелей байланысты. Мақалада журналистік әдеп және әлеуметтік жауапкершілік, заманауи журналистиканың негізгі тенденциялары туралы айтылады.

**Кілт сөздер:** журналистік әдеп, әлеуметтік жауапкершілік, «парыз», «міндет», «борыш» ұғымдары, жаңа тенденция, медиа коммуникация, әлеуметтік медиа, цифрлық медиа, конвергентті журналист.

**Аннотация:** Одним из важнейших условий журналистской деятельности является журналистская этика. Комплексное исследование профессиональной этики журналиста является одной из важнейших задач, стоящих перед специалистами данной сферы. В профессиональной этике журналиста важнейшей ценностью является достоверность информации, ее точность и объективность. Социальная ответственность означает ответственность перед людьми и данными им обещаниями. Социальная ответственность напрямую связана с понятиями «долг», «обязанность» или «ответственность». В статье говорится о журналистской этике и социальной ответственности, основных тенденциях современной журналистики.

**Ключевые слова:** журналистская этика, социальная ответственность, понятия «долг», «обязанность», «ответственность», новые тенденции, медиакоммуникация, социальные медиа, цифровые медиа, конвергентный журналист.

**Abstract:** One of the most crucial conditions for journalistic activity is journalistic ethics. A comprehensive study of a journalist's professional ethics is one of the most important tasks facing specialists in this field. In the professional ethics of a journalist, the paramount value is the credibility of information, its accuracy, and objectivity. Social responsibility implies accountability to people and the promises made to them. Social responsibility is directly connected to the concepts of "duty" "obligation" or "responsibility". The article discusses journalistic ethics and social responsibility, highlighting the main trends in modern journalism.

**Keywords:** journalistic ethics, social responsibility, concepts of "duty", "obligation", "responsibility", new trends, media communication, social media, digital media, convergent journalist.





**Журналистің кәсіби этикасы** — заңды түрде ресімделмеген, бірақ соған қарамастан баршаға белгілі және нақты анықталған, бұқаралық ақпарат құралдарында қабылданған және қоғамда бекітілген ережелер жиынтығы. Мұнда ең басты құндылық – ақпараттың шынайылығы, оның нақтылығы мен объективтілігі.

**Ал әлеуметтік жауапкершілік** – адамдар және оларға берілген уәделер (міндеттемелер) алдындағы жауапкершілік. Әлеуметтік жауапкершілік «парыз», «міндет» немесе «борыш» ұғымдарымен тікелей байланысты. Мәселен, «Уәде бердім – орындаймын» немесе адамның әлеуметтік рөліне, мәртебесіне тән болуы мүмкін: *ата-аналық парыз, перзенттік міндет, азаматтық борыш.*

Әлеуметтік жауапкершілік шеңберінде: *азаматтық, іскерлік (жүктелген міндет пен қол жеткізілген нәтижеге орай), ата-аналық және адамның жеке басына деген жауапкершілігі* сияқты түрлері бар.

Бүгінгі күнде қоғамда «Әлеуметтік журналистиканың болашағы қандай болмақ?» деген мәселе көкейтесті болып тұр. Соңғы кезде жоғары қарқынмен дамып келе жатқан әлеуметтік журналистиканың негізгі трендтеріне тоқталамыз. Әлеуметтік мәселелерді кең қауымға жеткізудегі негізгі трендтер төмедегілер:

- заманауи мультимедиа құралдары, яғни жаңа технологиялардың мүмкіндіктерінен мейлінше көбірек пайдалану;
- дәйекті мәселеге қоғамның назарын аударту;
- кәсіби журналистика мен азаматтық журналистика арасындағы шекараны жою;
- материалдардың ауқымды не ықшамдығына қарамай, оларды рационалды пайдалана білу.

Әлеуметтік мәселелерді кең қауымға жеткізудегі негізгі трендтер — негативті суреттеу арқылы әлеуметтік мәселеге назар аударту, мұнда қарапайым форматтарға жүгіну, ең негізгісі, әлеуметтік мәселені көтеріп шығуда басты кейіпкер – Адам, оның мүддесі екенін ұмытпау жайлы әңгіме етіледі. Ерекше қарқынмен өзгеріп және дамып келе жатқан әлеуметтік журналистиканың негізгі тенденциялары жайлы сала мамандары мен сарапшылардың әртүрлі пікірлері бар.

## Мультимедиа, жаңа технологияларды қолдану





Сарапшылар элеуметтік журналистиканың танымал болуының басты себептерінің бірі ретінде осы факторды бірнеше рет атап өтеді. **Жаңа технологиялар** біріктіреді, қоғамды белгілі бір мәселе төңірегінде топтастыруға көмектеседі. Бүгін адамдардың бір-бірімен байланысуы, актуалды ділгірлік туралы хабар таратуы және қоғамда болып жатқан аты шулы мәселені шешкісі келетін пікірлестерді табуы өте оңай.

Қазіргі таңда журналистикада **мультимедиа** – аудио да, видео жазбалар да көп. Ал өз ойын білдіру, маңызды мәселені көтеру кез келген журналист-блогер үшін оңай әрі қызықты.

Мұның барлығы – **жаңа технологиялардың** ықпалымен болып жатыр. Сондықтан да біз «Болашақ жаңа техникалық форматтарға, мысалы, VR–ға (виртуалды шындық) тиесілі» деп айта аламыз.

**Виртуалды шындық** (VR, ағылш. виртуалды шындық, VR, жасанды шындық) – техникалық құралдармен жасалған, адамға оның көру, есту, сипап сезу және басқа түйсіктері арқылы берілетін дүние.

### Қоғамның назарын аударту

Бүгінгі күнде адамдардың жай ғана ақпаратты алып, оны талқылауы жеткіліксіз. Заманауи адам қоғамда болып жатқан шұғыл мәселе туралы есіткен сәттен-ақ оған тез араласқысы және оны шешуге үлес қосқысы келеді. Адамдардың өздері көкейтесті мәселеге оперативті түрде шешім табуға әрекет жасауда. Ал элеуметтік журналистер осы орайда нақты не істеу керек, қалай көмектесуге болатынын айтуы керек (тек материалды тұрғыдан, мәселен ақшамен көмектесу ғана емес!).

*Осы орайда Ресейде 2010 және 2018 жылдардағы лаңкестік әрекеттерді еске түсірсек: 2010 жыл* — Мәскеудегі метрода жарылыс болған кезде такси жүргізушілері өз қызметтері үшін бағаны жан түршігерлік дәрежеде көтеріп жіберген. *2018 жыл* — арадан сегіз жыл өткен соң, Санкт-Петербургте де дәл осындай жағдайда – керісінше, көлігі бар адамдар басқаларға тегін жүруді ұсынған. Демек, **қоғам жақсы жаққа өзгеруде, мұнда элеуметтік журналистиканың ықпалы бар, әрине.**

**Кәсіби журналистика мен азаматтық журналистика  
арасындағы шекараны жою**





Мамандар айтувинша, бүгінде кез келген адам элеуметтік мәселелерді көтеретін журналист бола алады. Мәселен, дүкенде бірденеге ақшасы жетпеген әжеге қаржылай тегін көмектесу. Бұл жайлы Facebook-те жарияланса, шынымен де резонанс тудырады. Өйткені, ең бастысы, бұл жәйт сізді бей-жай қалдырмайды, еш болмағанда, лайк түймесін басып өтесіз.

Осылайша, сіз айналаңыздағы адамдарды жақсылық жасауға үндейсіз.

### **Көлемді материалдардың танымалдығы**

**Лонгрид** (ағылш. longread; long read – «ұзақ оқу») – ерекшелігі әртүрлі фотосуреттер, бейнежазбалар, инфографикалар және т.б. мультимедиялық элементтерді пайдалана отырып, бөлінген жазбаша мәтіннің үлкен көлемін құрайтын журналистік материалдарды ұсыну форматы.

«Өлшем енді маңызды емес», демекші редакцияға келіп түскен материал шынымен қызықты болса, оқырман ондағы мәтіннің көлеміне де қарамай оқиды, ал, көрермендер үш сағаттық фильмді де ерінбей көреді.

### **Негативті суреттеу арқылы элеуметтік мәселеге назар аударту**

Әлеуметтік журналистикаға әлі де оңтайлы позитив жаңалықтар мен оптимистік көзқарас жетіспейді. Себебі, жақсы нәрсе көп жағдайда үнсіз қалады немесе жай ғана байқаусыз қалады. Әлеуметтік тақырыптағы материалдарды біз көбінесе аянышты түрде береміз, немесе оқырманды жалықтырып аламыз, тіпті қоғамды кінәлауға да барамыз.

Көбінесе маңызды әрі позитив бастамасы бар жұмысымыздың нәтижелері туралы жиі айта бермейміз. Мәселен, баланың ауырғаны туралы хабар тараттық, әрі қарай не болады? Бұл оқиға немен бітті, бала түзелді ме, денсаулығы қалпына келді ме? Бұл туралы көбіне айта бермейміз! Ал егер бақытсыз жағдай болып, нәресте өлсе ше? Онда иә, кейде солай да болады, бірақ бұл баланың соңғы күндері бүкіл халықтың жанашырлығы, мынадай еріктілердің арқасында бақытты өтті, деп қорытындылауға болады емес пе?

### **Қарапайым форматтарға жүгіну**

Сарапшылар қазіргі элеуметтік журналистиканың тағы бір тенденциясы – қарапайымдылыққа ұмтылуды атап өтті. Болашақ нақты, қарапайым нәрселерде. Жалпы сөздер басталған кезде адамдардың қызығушылығы сөніп қалады. Сондықтан да бүгінгі элеуметтік журналист: міне, мұқтаж жандар, олардың





жағдайы мынадай, оларға былайша көмектесуге болады, тиянақты іс жүзіндік мынадай көмек көрсетсек болады, деп айту керек.

### **Басты кейіпкер — адам, оның мүддесі екенін ұмытпау**

Әлеуметтік тақырыптағы журналистік материалдарда екпін **оқиғадан** (мысалы, адамның ауруы) **тұлғаға** (бұл адам ауруға дейін кім болған, қазір не істейді) ауысады.

Мамандар белгілі бір оқиғаны суреттеу барысында жеке тұлғаның қасиеттері жайлы айтыңыз, стереотиптерден аулақ болыңыз, деп ескертуде. Егер сіз еріктілермен сұхбаттассаңыз, «қайырымдылыққа қалай келдіңіз» деп сұрамаңыз және әңгіме нәтижесі бойынша сапарнама жазбай-ақ қойыңыз. Қарапайым адам туралы жазыңыз, оның қандай қасиеттерге ие екенін суреттеңіз. Егер сіз қиын жағдайға тап болған адаммен сөйлесіп жатсаңыз, оған «қалай төзіп келесіз?» сияқты сыйқысыз банальды сұрақтар қоя бермей, оның бақытсыздығы туралы емес, оның өзі туралы көбірек айтыңыз.

### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Жақсылықбаева Р.С. Журналист этикасы: оқу құралы. - Алматы: Қазақ университеті, 2013.
2. Еркімбаев А. Жаңа медиа: монологтан диалогқа. – А. Асыл кітап баспасы, 2012.
3. Балапанов Е., Бөрібаев Б., Мадиярова Г. Жаңа ақпараттық технологиялар – А. Алматы 2007.
4. Джадоян А., Коханова Л., Калмыков А. СМИ и современные медиа-технологии. – М.: Аспект-пресс, 2009.
5. Носик А. СМИ русского Интернета: теория и практика // Интернет для журналиста / Под ред. А. Носика, С. Кузнецова. М., 2001.
6. w  
w  
w  
:  
reutersinstitute, journalism.co.uk.

