

СВОД УСПЕШНЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАКТИК

***Взаимодействие
журналистов***

***с социальными сетями
и другими онлайн-ресурсами***

СВОД

УСПЕШНЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАКТИК



*Взаимодействие журналистов
с социальными сетями
и другими онлайн-ресурсами*



Издатель:

Совет прессы Республики Молдова
www.consiliuldepresa.md

Автор:

Инга Бурлаку

Дизайн:

Анжела Иванеси

Перевод:

Людмила Скокова

Секретариат Совета прессы:

мун. Кишинев, ул. Романэ 2/2, тел.: 022 220996
secretariat@consiliuldepresa.md

Совет прессы является национальной структурой саморегулирования СМИ, созданной в целях повышения ответственности учреждений масс-медиа Республики Молдова перед общественностью путем урегулирования и мирного разрешения споров, возникающих между читателями и средствами массовой информации, развития культуры диалога и взаимного уважения между прессой и потребителями медийных продуктов, продвижения высокопрофессиональной журналистики и соблюдения профессиональных стандартов и норм журналистской этики учреждениями масс-медиа и журналистами. В соответствии с Деонтологическим кодексом журналиста, Совет прессы осуществляет мониторинг применения Деонтологического кодекса и рассматривает жалобы, связанные с нарушением его положений. Совет прессы состоит из девяти членов, отобранных путем открытого конкурса. Четыре члена Совета являются представителями журналистской среды, а пять членов представляют потребителей медийных продуктов.

СВОД УСПЕШНЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАКТИК

Взаимодействие журналистов с социальными сетями и другими онлайн-ресурсами

Роль интернета в повседневной деятельности каждого человека становится все более и более значимой, а скорость происходящих в интернете изменений обязывает нас быстро адаптироваться к этим переменам. Журналисты и средства массовой информации могут и даже обязаны использовать онлайн-ресурсы для выполнения своей миссии по обслуживанию общественного интереса. Веб-страницы и поисковые системы YouTube, Google, Wikipedia, всевозможные блоги, социальные сети LinkedIn, Facebook, Twitter, Одноклассники и другие онлайн-ресурсы можно использовать для поиска новостей, сбора и проверки данных или слухов, налаживания связей и сотрудничества с различными поставщиками информации/новостей, узнавания мнения читателей/телезрителей/радиослушателей об опубликованных или выпущенных в эфир сообщениях, взаимодействия и обсуждения тенденций либо мнений об определенных событиях, продвижения медийных продуктов и др.

Исследование произошедших изменений в использовании социальных медийных ресурсов профессио-

нальными журналистами¹, проведенное в 2012 году Компанией «CISION», в котором участвовали 3650 журналистов из 11 стран: Великобритании, Франции, Германии, Финляндии, Швеции, Италии, Испании, Голландии, Соединенных Штатов Америки, Канады и Австралии, из которых 769 – британские журналисты, показывает, что треть журналистов считают, что не смогли бы успешно осуществлять свою издательскую деятельность без помощи социальных сетей, а 39% из них считают, что социальные сети помогли им улучшить свою профессиональную деятельность. Хотя журналисты Республики Молдова не участвовали в исследовании, эти данные большей частью применимы и к нашей прессе.

В контексте стремительной эволюции новых информационных технологий, Facebook в партнерстве с Компанией «Storyful» создали недавно общую платформу для журналистов, озаглавленную FBNewswire², на котором отбираются и посредством которой распространяются «самые релевантные и достоверные» новости, информация, фотографии, аудио- и видеозаписи, размещенные на онлайн-социальных платформах, в помощь профессиональным работникам средств массовой информации.

Хотя взаимодействие СМИ и журналистов с ресурсами сети интернет не регулируется законодательством, журналистам необходимо относиться к этим ресурсам

1 Social journalism study 2012: <http://obswebjournalisme.files.wordpress.com/2012/10/social-journalism-study-cision-2012.pdf>

2 <https://www.facebook.com/FBNewswire/info>

с максимальной ответственностью и осторожностью, как и к любому другому источнику информации. Также как и во всех других случаях, черпая информацию из интернета, журналисты должны соблюдать деонтологические нормы по обеспечению корректности и точности сведений. Так, согласно статье 2.1 Деонтологического кодекса журналиста Республики Молдова³, «журналист представляет информацию честно, объективно и только после ее проверки», а согласно статье 2.5 «журналист публикует лишь информацию, в подлинности которой он убедился в результате проведенной проверки». И при заимствовании информации из виртуального пространства следует соблюдать положение Деонтологического кодекса (статья 4.15), согласно которому журналист должен одинаково относиться ко всем людям, с которыми ему приходится общаться в процессе профессиональной деятельности, не дискриминировать кого-либо по признаку пола, возраста, национальности, вероисповедания, социальной принадлежности или же сексуальной ориентации.

За последние два года Совет прессы Республики Молдова рассмотрел несколько жалоб, связанных с заимствованием непроверенных сведений и изображений из социальных сетей, что свидетельствует о взаимодействии журналистов с источниками в сети интернет. Одна из рассмотренных жалоб касалась ситуации, в которой **отец несовершеннолетнего ребенка поместил**

3 Деонтологический кодекс журналиста Республики Молдова:
http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

в сети Facebook объявление о том, что неизвестные лица похитили его ребенка из детского сада, и просил помочь в установлении места, в котором похитители спрятали ребенка. Учреждения масс-медиа и, в первую очередь, онлайн-пресса сразу же распространили это объявление, руководствуясь стремлением помочь в поисках ребенка, о котором было известно, по словам отца, что он похищен. Однако позднее обнаружилось, что в действительности из детского сада ребенка забрала его мать, а родители находились в процессе расторжения брака и оспаривали право воспитывать ребенка. Женщина, обвиненная в похищении своего же ребенка, пожаловалась в Совет прессы на то, что СМИ нарушили ее права, представив искаженные сведения о мнимом «похищении» своего же ребенка. В данном случае, медийные учреждения были вовлечены одним из родителей в оказание давления на второго родителя. В своем решении Совет прессы⁴ отметил, что «на первом этапе, когда отец ребенка разместил в социальной сети информацию о похищении ребенка, журналисты распространили данные сведения, сочтя их правдивыми и действуя в высших интересах ребенка». В то же время, Совет прессы напомнил, что журналисты и учреждения масс-медиа обязаны проверять информацию перед ее распространением и узнавать мнения всех причастных к вопросу сторон. Согласно решению, «на втором этапе, когда всплыли на поверхность дополнительные детали «похищения», в том числе тот факт,

4 Решение Совета прессы от 6 июня 2013 года: <http://consiliuldepresa.md/ro/stiri/detalii-stire/articol/decizie-cu-privire-la-plangerea-doamnei-irina-ganeva-impotriva-comportamentului-institutiilor-m//nb/2.html>

что ребенка забрала из детского сада его мать, которая была в конфликте с отцом ребенка, журналисты и органы СМИ были обязаны вернуться к распространенным ранее сведениям с уточнениями, изложением мнения всех причастных сторон конфликта и соблюдением должного баланса».

Другой рассмотренный Советом прессы случай связан с **опубликованием одним из телеканалов непроверенных мнений, почерпнутых из социальных сетей, согласно которым мать обвиняли в самоубийстве дочери**. Эта информация оказала пагубное психологическое воздействие на мать девушки, которая и так переживала очень трудный период. В результате рассмотрения жалобы матери умершей девушки, Совет прессы рекомендовал соответствующему телеканалу принести публичные извинения матери девушки, покончившей жизнь самоубийством, удалить с сайта репортаж «Повесилась из-за матери?» и выпустить материал, восстанавливающий достоинство умершей девушки и необоснованно обвиняемой матери.

Заимствование непроверенных видеоматериалов или информации может поставить журналистов в трудное положение, особенно когда фотоснимки, видеозаписи или сведения касаются третьих лиц и опубликованы без их согласия. В подобных случаях, средства массовой информации не должны участвовать в распространении недостоверной информации или изображений, касающихся частной жизни соответствующих людей. **Так, некоторые молдавские СМИ заимствовали из социальных сетей и обнародовали снимки эроти-**

ческого характера преподавательницы лица, а один телеканал даже посвятил этому целую передачу. Эти фотографии стали предметом пересудов и обсуждения в учебном заведении, в котором работала учительница, и в конечном итоге она уволилась из школы. Впоследствии стало известно, что фотографии разместил в социальных сетях бывший друг преподавательницы, который попытался путем шантажа заставить ее возобновить их отношения.

Использование информации, размещаемой на различных блогах, также сопряжено с проблемами этического характера для журналистов и средств массовой информации. Совет прессы рекомендует редакциям и журналистам проявлять максимальную осторожность при перепечатке информации, размещенных в блогах, так как с момента перепечатки учреждение СМИ должно брать на себя определенную этическую ответственность, в том числе за предоставление права на реплику⁵. Также, учреждениям СМИ рекомендуется заимствовать информацию только с блогов, авторов которых можно определить, с прямой ссылкой на источник, размещая перепечатанные материалы в рубриках мнений, а если они содержат обвинения в адрес других лиц, то сведения следует проверить, лицам же, о которых рассказано в блоге, должно быть гарантировано право на реплику.

5 <http://consiliuldepresa.md/ro/stiri/detalii-stire/articol/consiliul-de-presa-recomanda-preluarea-cu-atentie-a-informatiilor-publicate-pe-bloguri///nb/1.html>

Рекомендации

- ➔ Тщательно проверяйте аккаунт, на котором размещена информация, фотография или видеоматериалы, которые вы намереваетесь перепечатать.
- ➔ Анализируйте, когда создан аккаунт, с кем взаимодействует обладатель аккаунта, проверяйте, кто числится в его друзьях или сообществе друзей, являются ли они известными и заслуживающими доверия лицами.
- ➔ Нередко злонамеренно создаются аккаунты-фантомы некоторых общественных деятелей, на которых умышленно размещаются сведения или месседжи, не принадлежащие означенным лицам (например, в социальной сети Facebook «на имя» политиков Влада Филата, Влада Плахотнюка или Владимира Воронина открыты по два-три аккаунта). Проверяйте принадлежность аккаунта именно соответствующему лицу.
- ➔ В социальных сетях существуют опции, позволяющие отправлять личные сообщения обладателю аккаунта. Не стесняйтесь написать обладателю аккаунта в целях проверки размещенной информации, подлинности фотографий или видеоматериалов и спрашивать разрешение на их перепечатку.

- Чтобы обезопасить себя от возможных последующих обвинений в распространении ложной информации, копируйте сообщение при помощи опции «print screen».
- Проверяйте не только информацию, но также фотографии или видеозаписи, размещенные в интернете. Деонтологический кодекс журналиста устанавливает, что изображения должны как можно точнее передавать действительность, а приемы электронной обработки нельзя использовать для создания ложного впечатления о представленных людях и событиях. Лучше всего работать с первоисточником и избегать заимствования информации, фотографий или видеоматериалов от других лиц из социальных сетей во избежание перепечатывания искаженной или поддельной информации.
- Установите, откуда и когда была загружена фотография и/или видеоматериал. BBC рекомендует своим сотрудникам проверять существование объекта, изображенного на снимке, сопоставлять час и дату, когда была сделана фотография или видеосъемка, метеоусловия в данном регионе с погодой, зафиксированной на изображении, проверять диалект речи на аудио- или видеозаписи с диалектом региона, в котором производилась съемка видеоматериала и др. Проверка этих аспектов позволит исключить опубликование недостоверных изображений,

способных оказать серьезное негативное воздействие на общество.

- ➔ В отношении информации и изображений, заимствуемых из социальных сетей, также применяются положения Деонтологического кодекса о презумпции невиновности, защите людей, оказавшихся в уязвимом положении, защите несовершеннолетних, об изображениях обнаженных людей, шокирующих изображениях и др. Максимальной корректности от журналистов требует представление трагических ситуаций, повлекших гибель людей. Журналисты должны с уважением относиться к родственникам и друзьям умерших и с особой осторожностью публиковать заимствованные из социальных сетей прижизненные изображения умерших людей, на которых они сняты в моменты радости.
- ➔ Даже размещение личных изображений в публичном пространстве не всегда дает вам право использовать их для опубликования. Международные учреждения масс-медиа считают что любой человек помещает в социальных сетях сообщения и фотографии о своей личной жизни в целях общения с определенным кругом людей и не рассчитывает на опубликование и широкое распространение этих личных сведений. Вот почему важно, чтобы журналист руководствовался публичным интересом и ставил в известность о намерении заимствовать информацию и опубликовать или распространить ее.

- ➔ Не прибегайте к непорядочным уловкам для получения информации. Журналист должен действовать прозрачно и корректно по отношению к остальным пользователям социальных сетей. Инцидент с потерпевшим крушение итальянским судном «Costa Concordia», в результате которого погибли десятки людей, стал широко известным в нашей стране из-за того, что гражданка Республики Молдова в момент крушения находилась рядом с капитаном корабля. Общественность Молдовы внимательно следила за сообщениями об этом трагическом происшествии. Однако в момент крушения на судне находился еще один наш соотечественник, который с удивлением обнаружил, что один из молдавских телеканалов опубликовал его личные фотографии с членами экипажа судна «Costa Concordia», хотя доступ к помещенным на Facebook снимкам был ограничен только для группы друзей. Впоследствии было установлено, что журналист телеканала преднамеренно отправил названному лицу запрос на включение в круг друзей с целью получения доступа к фотографиям на его личном аккаунте и их опубликования безо всякого на то разрешения. Подобное поведение подрывает доверие к журналистам и не исключает возможность судебных последствий.
- ➔ Будьте корректными и честными по отношению к пользователям интернета, послужившим вам источниками информации. Используйте в точ-

ности цитаты, почерпнутые из социальных сетей, указывайте источник информации, фотографий, видеоматериалов и др.

- ➔ Журналист должен анализировать каждый случай в отдельности, чтобы решить, можно ли заимствовать непроверенную информацию или нет. В определенных ситуациях журналист может руководствоваться добрыми намерениями и действовать в интересах исчезнувших или похищенных людей и т.д. Избегайте ловушек размещения различных заявлений или изображений с заголовками типа «Бомба!» или «Шок!», не убедившись в их достоверности. Если считаете, что немедленное опубликование информации, изображения, видео- или аудиозаписи представляет особый общественный интерес, рекомендуется указать, что информация или изображения непроверенные, а коллектив редакции работает над проверкой их достоверности. Согласно этическим нормам, журналист обязан оперативно исправлять допущенные им фактологические ошибки и публиковать надлежащие поправки либо сообщать о допущенной опечатке. Вот почему необходимо указывать время опубликования сообщения, а впоследствии отслеживать ситуацию и актуализировать информацию в целях предоставления потребителям информации полной и объективной картины развития событий.

Библиография:

- Neiman Foundation for Journalism at Harvard, Neiman Report, vol. 22, no. 6, summer 2012, Truth in the age of social media: <http://www.nieman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/NRSummer2012.pdf>
- Associated Press, Social Media Guidelines for AP Employees: http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines_tcm28-9832.pdf
- Agence France-Press, Guidelines for Using Social Media: <http://www.afp.com/newsletter/new-social-media-guidelines.pdf>
- Reuters, Reuters Handbook of Journalism: <http://handbook.reuters.com/extensions/docs/pdf/handbookofjournalism.pdf>
- BBC, Pictures from Social Media Sites: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>
- The Guardian: <http://www.theguardian.com/media/2014/apr/24/facebook-storyful-fb-newswire>



Данное издание разработано Советом прессы Республики Молдова при финансовой поддержке Восточно-европейского фонда за счет средств, предоставленных Шведским агентством по международному развитию и сотрудничеству (Sida) и Министерством иностранных дел Дании/DANIDA. Мнения, изложенные в данной публикации, принадлежат их авторам и не обязательно отражают точку зрения финансирующих организаций.