

Плоцинская А.А.

студентка

ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Россия, Магнитогорск

Научный руководитель: А.М. Максимова,

канд. филол. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

ЭТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СОЗДАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ ДАЙДЖЕСТОВ

***Аннотация:** В создании и распространении дайджестов в современных средствах массовой информации (СМИ) этические и правовые аспекты играют не менее важную роль, чем технологические и контентные. Эти аспекты охватывают широкий спектр вопросов, начиная от авторских прав и заканчивая этикой журналистики и ответственностью перед аудиторией. Между тем, осознание и учет этих аспектов необходимы для поддержания доверия аудитории, обеспечения справедливости и прозрачности в информационном пространстве. Рассмотрению этико-правовых аспектов функционирования дайджестов посвящена настоящая работа.*

***Ключевые слова:** журналистика, СМИ, дайджест, этика, авторское право.*

***Annotation:** In the creation and distribution of digests in modern media, ethical and legal aspects play no less a role than technological and content ones. These aspects cover a wide range of issues, ranging from copyright to journalism and responsibility to the audience. Meanwhile, awareness and consideration of these aspects are necessary to maintain the environment, ensure fairness and*

transparency in the information space. Digests dedicated to this work are designed to address ethical and legal aspects.

Key words: *journalism, media, digest, ethics, copyright.*

Дайджест – один из самых традиционных типов СМИ. «Исторически дайджест возник и сформировался как информационный жанр утилитарного характера, назначением которого было извлекать из первоисточников только такую объективную (с позиций читателя) информацию, которая была нужна для определенного дела», отмечает Б.А. Лапшов [1; 148].

Несмотря на бурное развитие Интернета и, как следствие, практически моментальную доступность для пользователя любой информации, дайджесты не лишились своего места в современной системе СМИ. Связано это в первую очередь с тем, что в огромном насыщенном информационном пространстве читателю по-прежнему нужен проводник – чтобы извлекать из массы опубликованных сведений достоверные, соответствующие персональным интересам и т.п.

Однако создание и распространение дайджестов сопряжено с определенными этико-правовыми коллизиями, которые необходимо учитывать. Одним из ключевых правовых аспектов создания дайджестов является соблюдение авторских прав. В процессе компиляции дайджестов материалы часто заимствуются из различных источников, и здесь крайне важно удостовериться, что все использованные материалы либо находятся в общественном достоянии, либо их использование разрешено их владельцами. Несоблюдение этих правил может привести к юридическим последствиям, включая иски о нарушении авторских прав, что подрывает репутацию СМИ и может привести к финансовым потерям.

Этическая сторона создания дайджестов касается в первую очередь достоверности и объективности представления информации. Важно, чтобы дайджесты не искажали смысл оригинальных материалов и не создавали

предвзятого восприятия событий. Это требует от редакторов и журналистов высокой степени профессионализма и ответственности за каждый выбор, сделанный в процессе подготовки дайджеста — от отбора новостей до формулировки заголовков и аннотаций.

Один из основополагающих принципов этики журналистики был сформулирован Джоном Стюартом Миллем, который в своем труде «О свободе» [2] подчеркивал важность свободы слова и ее границы, определяемые вредом, который может быть нанесен другим. Эти идеи актуальны для дайджестов, где сжатое представление информации требует особой аккуратности в выборе и интерпретации фактов.

Также важно учитывать права и интересы аудитории. Это означает не только предоставление качественного и проверенного контента, но и уважение к личной жизни людей, упоминаемых в новостях, избежание распространения недостоверной информации, которая может нанести вред репутации или психологическому состоянию. В этом контексте особое внимание следует уделять защите данных пользователей и соблюдению принципов конфиденциальности.

Кроме того, важную роль играет соблюдение принципов равноправного доступа к информации. Это означает, что дайджесты должны быть доступны широкому кругу аудитории, включая людей с ограниченными возможностями. Технологии и форматы представления дайджестов должны адаптироваться к различным потребностям пользователей, обеспечивая равные возможности для получения информации.

Учет и соблюдение этих аспектов не только помогают избежать юридических и этических проблем, но и способствуют поддержанию доверия аудитории, укреплению профессиональной репутации СМИ и созданию здорового информационного пространства. Ответственный подход к созданию дайджестов, уважение к авторским правам, стремление к объективности и проверке фактов, а также учет интересов и прав аудитории

являются ключевыми факторами в обеспечении высокого качества информационных продуктов.

Важно также осознавать социальную ответственность СМИ перед обществом. Этические дилеммы, связанные с представлением информации и ее воздействием на аудиторию, были глубоко исследованы в работах таких ученых, как Клэй Ширки, особенно в его анализе социальных медиа и их роли в современном обществе в «Как социальные сети создают историю». Ширки обсуждает, как новые медиаплатформы изменяют способы распространения и восприятия информации, что непосредственно относится к созданию и использованию дайджестов [3]. Предоставляя аудитории сжатые сводки новостей и аналитических материалов, СМИ не только информируют публику о текущих событиях, но и формируют общественное мнение, влияют на восприятие реальности и способствуют образовательному процессу. Это подчеркивает необходимость баланса между стремлением к привлечению внимания аудитории и обязательством передавать информацию честно и этично.

Для поддержания этого баланса СМИ могут разработать и следовать собственным кодексам этики, которые будут включать руководства по обработке информации, правилам цитирования, способам представления различных точек зрения и обеспечению равного доступа к информации для всех слоев общества. Такие кодексы способствуют повышению доверия к медиаконтенту и стимулируют журналистов и редакторов к соблюдению высоких стандартов профессионализма.

Кроме того, важно прозрачно коммуницировать с аудиторией относительно используемых методов сбора, отбора и анализа информации, а также об источниках, на которые опираются дайджесты. Прозрачность процессов и открытость для обратной связи способствуют созданию доверительных отношений между СМИ и их аудиторией, а также позволяют аудитории лучше понимать и оценивать представленную информацию.

В заключение, этические и правовые аспекты создания дайджестов требуют от СМИ не только соблюдения законодательных норм и профессиональных стандартов, но и приверженности принципам ответственной журналистики. Постоянное внимание к этим аспектам поможет СМИ не только избежать потенциальных рисков, но и способствовать развитию информированного, образованного и критически мыслящего общества.

Использованные источники:

1. Лапшов, Б. А. Дайджест-библиотека – инструмент понимания для человека дела / Б.А. Лапшов // Теория и практика обществ.-науч. информ. – 1990. - Вып. 10. - С. 148–155.

2. Милль, Д. О свободе / Д. Милль // Образовательная платформа Юрайт [Электронный ресурс]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497852> (дата обращения: 10.05.2024).

3. Ширки, К. Как социальные сети создают ситорию/ К. Ширки // TED [Электронный ресурс]. URL: https://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_social_media_can_make_history/transcript?language=ru (дата обращения: 10.05.2024).