Сяосяо Хао

Санкт-Петербургский государственный университет

[haoxiaoxiao95@gmail.com](https://e.mail.ru/compose/?mailto=mailto%3ahaoxiaoxiao95@gmail.com)

**Проблема этики в китайской медиакоммуникации**

«Подлинность», «человеческое достоинство» и «ненасилие» являются естественным правилом глобальной этики медиакоммуникации. В сегодняшнюю эпоху, когда «у каждого есть микрофон», эти принципы постоянно подрываются. Исследование этических проблем медиакоммуникации и предложение возможных решений этих проблем имеет важное значение.

Ключевые слова: медиакоммуникация, этика СМИ, клавиатурный воин, моральное похищение.

Как утверждает исследователь медиа Маршалл Маклюэн в своей книге «Понимание медиа: внешние расширения человека», «медиа не просто передают информацию, они рассказывают людям, каким является мир. Медиа – внешние расширения человека». Этика медиакоммуникации считается одним из полюсов социальной и моральной экологии, так что исследование этических проблем медиакоммуникации и предложение возможных решений этих проблем имеет важное значение.

Клиффорд Кристианс, американский исследователь этики СМИ, утверждает, что «подлинность», «человеческое достоинство» и «ненасилие» являются естественным правилом глобальной этики СМИ [1]. В сегодняшнюю эпоху, когда «у каждого есть микрофон», эти принципы постоянно подрываются.

В жизни мы обычно дважды думаем, прежде чем действовать, но в медиакоммуникации, поскольку люди не несут ответственности за свои слова, они чаще всего не думают тщательно, говоря все, что им хочется сказать. Это явление отражается в построении социальной этики, которая заставляет людей потакать своим эмоциям и пренебрегать разумом, так что неэтичное поведение, такое как распространение слухов, становится нормой. Например, в случае слуха о том, что «в голове креветки находятся паразиты», распространитель слухов вскрыл голову креветки и выбрал два белых объекта, определил их с помощью своей интуиции и заявил, что это паразиты, широко распространив свой видеоролик. Большинство людей, увидевших сюжет, также прямо предположили, что это паразиты, и распространили информацию, создав тем самым проблемы для общества, не понимая, что это всего лишь гнезда сперматозоидов самца креветки, часть тела самой креветки. Это вовсе не паразит, и в Интернете есть статьи, развеивающие слухи, но люди слишком ленивы, чтобы использовать свои мозги для поиска истины.

В связи с преобладанием консьюмеризма многие СМИ также были вынуждены идти на поводу у своей аудитории. Чтобы привлечь внимание, СМИ распространяют больше негативной информации, перехватывают и усиливают односторонние события в процессе распространения новостей. Поскольку внимание напрямую влияет на экономическую стоимость СМИ, некоторые безответственные самоиздатели даже стремятся привлечь к себе внимание, создавая ложные новости и слухи.

Кроме того, эмоциональный шантаж и насилие в Интернете являются важными этическими проблемами в медиакоммуникации.

Есть группа людей, которые робки и боязливы в реальной жизни, но занимают высокие моральные позиции в Интернете и публикуют «личное чувство справедливости» и «личные комментарии», их называют «клавиатурными воинами».

Для клавиатурных воинов характерно то, что они применяют двойные стандарты в отношении себя и других. Наиболее типичным примером являются благотворительные пожертвования. Богатые люди бескорыстно жертвуют свою собственность, что должно восхваляться обществом, но сейчас это сводится к тому, что как только возникает необходимость в пожертвованиях, клавиатурные воины стремятся привлечь внимание к более известным богатым людям, тем самым вынуждая их жертвовать, что превращает пожертвования в моральный долг богатых людей.

Проблема этики в медиакоммуникации – актуальный вопрос нашего времени, и для ее решения потребуются время и многочисленные усилия. Традиционные авторитетные СМИ должны взять на себя ведущую роль, уважая факты и будучи объективными, всесторонними и справедливыми в своих репортажах. Что касается самостоятельных создателей СМИ, правительство должно усилить регулирование и руководство, сосредоточившись на обучении граждан медиаграмотности и повышении этического сознания участников СМИ, чтобы решить проблему в корне.

Литература

1. Гань Л. Глобальная медиаэтика и вызовы технологизированной эпохи – академическое интервью с Клиффордом Кристиансом // Журналист. 2015. № 7. С. 4–14.