АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070:004.9
DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/41

Калініченко М. М.
Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»

Малиш М. М.
Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»

Кучерявенко В. С.
Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університетут «Одеська юридична академія»

ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ ОНЛАЙН-МЕДІА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Стаття присвячена дослідженню етичних засад, яких повинні дотримуватися онлайн-медіа поширюючи інформацію в соціальних мережах.

У статті розглянуто ключові положення Кодексу етики українського журналіста. Особлива увага приділена питанню викликів, які постають перед онлайн-медіа при поширенні інформації на власний сторінках в соціальних мережах. Зауважено, що існуючі обмеження щодо обсягу публікацій, їх рубрикації, а також можливості додавати активні посилання на розширені тексти публікацій (попередньо розміщені на офіційному веб-сайті онлайн-медіа) обумовлюють складнощі у дотриманні онлайн-медіа при поширенні інформації в соціальних мережах вимог п.п. 6, 7, 8, 10 Кодексу етики українського журналіста. А саме, вимог Кодексу етики українського журналіста в частині забезпечення повноти та об'єктивності поширюваної інформації, розмежування реклами та журналістських матеріалів, дотримання правил редакційної обробки матеріалу та забезпечення балансу точок зору опонентів.

Зауважено, що подолання існуючих труднощів у дотриманні вимог п.п. 6, 7, 8, 10 Кодексу етики українського журналіста можливе і таке подолання має здійснюватися з урахуванням особливостей соціальної мережі, на платформі якої поширюється матеріал. У статті з огляду на особливості функціонування окремих соціальних мереж запропоновано основні способи забезпечення дотримання онлайн-медіа вимог п.п. 6, 7, 8, 10 Кодексу етики українського журналіста при поширенні журналістських матеріалів в соціальних мережах.

Визначено роль Комісії з журналістської етики у дотриманні положень Кодексу етики українського журналіста.

Визначені основні потенційні негативні наслідки порушення етичних вимог онлайн-медіа при поширенні журналістських матеріалів в соціальних мережах. Зауважено, що порушення онлайн-медіа етичних вимог при поширенні матеріалів в соціальних мережах може спричинити серйозні наслідки як для суспільства, так і для самих онлайн-медіа. А саме обумовити: зниження довіри аудиторії до онлайн-медіа, поширення дезінформації, виникнення юридичних ризиків.

Ключові слова: *онлайн-медіа, журналістська етика, соціальні мережі, Кодекс етики українського журналіста, Комісія з журналістської етики, етичні засади журналістики.*

Постановка проблеми. У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі стали основною платформою для поширення новин та інформаційного контенту. Онлайн-медіа активно використовують Instagram, Facebook та TikTok для охоплення ширшої аудиторії, що сприяє опе-

ративному інформуванню суспільства. Однак поряд із позитивними можливостями виникають нові виклики, пов'язані з дотриманням журналістських стандартів та етичних вимог при поширенні онлайн-медіа інформації на платформах соціальних мереж.

Мета статті – дослідження етичних засад, яких повинні дотримуватися онлайн-медіа поширюючи інформації в соціальних мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Етичні аспекти журналістики постійно знаходяться у фокусі уваги дослідників. Зокрема, питання етичних засад журналістської діяльності ставали предметом дослідження в працях Афанасьєвої О.М., Іванова В.Ф., Квіта С.М., Кузнецової О.Д., Сердюка В.Є., Старкової Г.В., Стеблини Н.О., Яресько К.В. та ін. Дослідники акцентують увагу на сутності та стану дотримання журналістської етики традиційними та новими медіа.

Виклад основного матеріалу. Основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків закріплені в Кодексі етики українського журналіста.

«Кодекс містить 19 статей. Вони написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства» [1]. Так, в межах Кодексу етики українського журналіста закріплено наступні положення:

1. Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста.

2. Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.

3. Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини.

4. Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених.

5. Журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України.

6. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста.

7. Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією.

8. Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст.

9. Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.

10. Точки зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано.

11. Не допускається таке вибіркове цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту.

12. Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилося, що вона не відповідає дійсності.

13. Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації.

14. Плагіат несумісний із званням журналіста.

15. Ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання.

16. Журналіста не можна в службовому порядку зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам.

17. Незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста.

18. Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми.

19. Свідоме порушення норм журналістської етики є абсолютно несумісним з професійною журналістикою.

Відповідно до положень **п. 1 ч. 3 ст. 11-1** Закону України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста»: «Дотримання вимог Кодексу етики українського журналіста при здійснені професійної діяльності – один з професійних обов'язків журналістів». Характерно, що обов'язок з дотримання етичних вимог поширюється і на випадки поширення онлайн-медіа журналістських матеріалів на офіційних сторінках в соціальних мережах. Адже, як слушно зауважує Комісія з журналістської етики публікації у облікових записах онлайн-медіа, які самоідентифікують свої акаунти як медійні, слід розглядати саме як журналістські публікації [2].

Поряд з наведеним доречно враховувати, що переважна більшість соціальних мереж має свої особливості, врахування яких журналістами є необхідним для забезпечення суворо дотримання етичних вимог журналістики.

Так, до прикладу соціальні мережі Instagram та ТікТок є одними з найпопулярніших соціальних платформ, що активно використовується онлайн-медіа для поширення новинного контенту. Instagram та Тік Ток має візуальну природу. В Instagram перевага надається фотоконтенту та відеоконтенту. В Тік Ток перевага надається, як правило лише відеоконтенту. Для вищезазначених соціальних мереж характерним також є алгоритмічне просуванням постів, обмеження щодо розміщення активних посилань. Нехарактерним для розглядуваних соціальних мереж є підхід з чіткої рубрикації матеріалу, чіткого відокремлення інформаційних, аналітичних матеріалів від рекламних матеріалів. А тому дотримання вимог Кодексу етики українського журналіста в частині забезпечення повноти та об'єктивності поширюваної інформації (п. 6 Кодексу), розмежування реклами та журналістських матеріалів (п. 7 Кодексу), а також дотримання правил редакційної обробки матеріалу (п. 8 Кодексу) та забезпечення балансу точок зору опонентів (п.10 Кодексу) в певній мірі ускладнене.

Так, зокрема дотримання онлайн-медіа етичних вимог визначених п.п. 6, 8, 10 Кодексу етики українського журналіста при поширенні матеріалів в Instagram та ТікТок видається ускладненим, адже простір для поширення інформації («опис» відео чи фотоматеріалу) обмежений певною кількістю символів, додати до публікації в стрічці активне посилання на веб-сторінку онлайн-медіа, на якій розміщено більш детальна інформація про ті чи інші події є неможливим. Втім, складнощі у забезпеченні дотримання вищевказаних етичних положень не нівелюють переваги використання платформи Instagram та ТікТок для доведення до громадськості суспільно важливої інформації. Поширення відповідної інформації має здійснювати з урахуванням технічних можливостей соціальної мережі (наприклад, оприлюднення каруселі з фото, закріплення посилання "Link in bio" чи актуальних історіях, тощо). За рекомендаціями Комісії з журналістської етики з метою забезпечення виконання вимог п.п. 6, 8, 10 Кодексу етики українського журналіста онлайн-медіа при поширенні інформації в соціальних мережах слід: «ретельніше ставитись до описів до дописів для пояснення контексту ситуації, що висвітлюється; використовувати так звану карусель для публікації тексту дописів чи новини в медіа, оскільки цей інструмент дозволяє використати більшу кількість тексту та візуальних матеріалів для публікації, зокрема для досягнення балансу; забезпечувати можливість аудиторії медіа ознайомитися з повноцінним матеріалом через текстову вказівку про те, під яким заголовком він розміщений на вебсайті онлайн-медіа, або використання спеціальних інструментів на кшталт "Link in bio" чи їх аналогіві» [2].

Враховуючи, що для Instagram та ТікТок не характерний поділ на рубрики, дотримання онлайн-медіа вимог п. 7 Кодексу (відмежування інформаційних та аналітичних матеріалів від реклами) можна забезпечити такими способами: використовувати вбудовані інструменти платформ, які сприяють ідентифікації матеріалу як такого, що містить рекламу; здійснювати належне маркування у відео (додавати хештеги та написи на кшталт «Реклама», «Партнерський контент» в описі чи відео); здійснювати візуальне відокремлення рекламних матеріалів від інформаційних, аналітичних матеріалів (шляхом використання окремого стилю оформлення рекламних матеріалів або використання титрів, субтитрів з поясненням, що матеріал є рекламним або створений у співпраці).

Онлайн-медіа для поширення новинного контенту активно використовують і таку соціальну мережу як Facebook**.** Facebook як соціальна мережа має змішану природу контенту, що включає текстові публікації, фото, відео та інтерактивні формати. Facebook надає більше можливостей для розширеного представлення матеріалу в порівнянні з Instagram чи TikTok. Найбільш гостре питання з дотриманням онлайн-медіа етичних вимог журналістики стосується п. 7 Кодексу (відмежування інформаційних та аналітичних матеріалів від реклами). Втім, використання вбудованих рекламних інструментів платформи, належне маркування рекламного матеріалу здатне слугувати надійною передумовою належного виконання онлайн-медіа вимог п. 7 Кодексу.

Важливу роль у дотриманні журналістами етичних положень, в тому числі при поширенні онлайн-медіа матеріалів на офіційних сторінках в соціальних мережах відіграє Комісія з журналістської етики. Основним напрямком роботи Комісії з журналістської етики є розгляд конфліктних ситуацій етичного та професійного характеру, які виникають як у журналістському середовищі, так і між журналістами та громадськістю у процесі виконання журналістами своїх професійних обов'язків.

Розгляд відповідних конфліктних ситуацій здійснюється Комісією з журналістської етики на підставі звернень заявників (фізичних чи

юридичних осіб) або може бути розпочато Комісією з журналістської етики за власною ініціативою у разі виявлення останньою у процесі моніторингу медіа порушень професійних та етичних норм журналістики. За результатом розгляду залежно від порушення Комісія з журналістської етики може виносити рішення у таких формах: дружнє попередження; заява Комісії з журналістської етики; заява у формі публічного осуду [3].

Висновок. У сучасному цифровому середовищі, де соціальні мережі стали однією з основних платформ для поширення інформації, дотримання онлайн-медіа Кодексу етики українського журналіста при поширенні публікацій на власних офіційних сторінках в соціальних мережах набуває особливої важливості. Порушення онлайн-медіа етичних вимог при поширенні матеріалів в соціальних мережах може спричинити серйозні наслідки як для суспільства, так і для самих онлайн-медіа. А саме обумовити: зниження довіри аудиторії до онлайн-медіа, поширення дезінформації, виникнення юридичних ризиків.

З огляду на специфіку платформ Instagram, TikTok та Facebook, онлайн-медіа поширюючи журналістські матеріали у соціальних мережах повинні адаптувати свої підходи до подачі інформації, зберігаючи баланс між технічними можливостями соцмереж та етичними вимогами журналістики. Важливим інструментом саморегуляції медійного середовища залишається Комісія з журналістської етики, яка здійснює моніторинг порушень, розглядає конфліктні ситуації та сприяє підвищенню професійних стандартів.

Список літератури:

1. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики: офіційний веб-сайт. URL: https://cje.org.ua/ethics-codex/

2. Рекомендації КЖЕ щодо дотримання стандартів журналістської етики онлайн-медіа в Instagram та інших соціальних мережах. Комісія з журналістської етики: офіційний веб-сайт. URL: https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-kzhe-shchodo-dotrymannia-standartiv-zhurnalistskoi-etyky-onlayn-media-v-instagram-ta-inshykh-sotsialnykh-merezhakh/

3. Роз'яснення щодо функцій та повноважень Комісії з журналістської етики. Комісія з журналістської етики. URL: https://cje.org.ua/news/roz-iasnennia-shchodo-funktsiy-ta-povnovazhen-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky/

Kalinichenko M. M., Malysh M. M., Kucheriavenko V. S. COMPLIANCE WITH STANDARDS OF JOURNALISTIC ETHICS OF ONLINE MEDIA IN SOCIAL NETWORKS

The article is devoted to the study of ethical principles that online media must adhere to when disseminating information on social networks.

The article examines the key provisions of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist. Special attention is paid to the issue of challenges that online media face when disseminating information on their own pages on social networks. In particular, it is noted that the existing restrictions on the volume of publications, their classification, as well as the ability to add active links to extended texts of publications (previously posted on the official website of online media) cause difficulties in strict compliance by online media when disseminating information on social networks with the requirements of paragraphs 6,7,8, 10 of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist. Namely, the requirements of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist in terms of ensuring the completeness and objectivity of the information disseminated, the separation of advertising and journalistic materials, compliance with the rules of editorial processing of material and ensuring a balance of the points of view of opponents.

It is noted that overcoming existing difficulties in strict compliance with the requirements of paragraphs 6,7,8, 10 of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist is possible and such overcoming should be carried out taking into account the characteristics of the social network on the platform of which the material is distributed. The article, taking into account the features of the functioning of individual social networks, proposes the main ways to ensure compliance by online media with the requirements of paragraphs 6,7,8, 10 of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist when distributing journalistic materials on social networks.

The role of the Commission on Journalistic Ethics in compliance with the provisions of the Code of Ethics of a Ukrainian Journalist is determined.

The main potential negative consequences of violating the ethical requirements of online media when distributing journalistic materials on social networks are determined. It is noted that violating the ethical requirements of online media when distributing materials on social networks can have serious consequences

for both society and the media themselves. Namely, to cause: a decrease in audience trust in online media, the spread of misinformation, and the emergence of legal risks.

Key words: *online media, journalistic ethics, social networks, Code of Ethics of a Ukrainian Journalist, Commission on Journalistic Ethics, ethical principles of journalism.*