

Ольга Пелешок

доктор філософії з журналістики (PhD), асистент,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
ORCID: 0000-0002-9844-4480

ЕТИКА ЖУРНАЛІСТА В ЕПОХУ СОЦМЕРЕЖ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ

Цифрова трансформація початку XXI століття зумовила глибокі структурні зміни в більшості суспільних інститутів, зокрема у сфері медіа. Журналістика як соціальний інститут зазнала суттєвої модернізації внаслідок впровадження цифрових технологій, що призвело до дестабілізації традиційних медіасистем, зміни комунікативних моделей споживання інформації та формування нових підходів до виробництва і дистрибуції контенту. Одним із ключових наслідків цих процесів є поступовий занепад традиційної друкованої преси, яка втрачає свою функціональну релевантність і фінансову життєздатність в умовах конкуренції з цифровими платформами. Ці платформи орієнтовані на оперативність, мобільний доступ, а також на персоналізований контент, адаптований під алгоритмічно сегментовану аудиторію. Водночас висхідна роль соціальних мереж як джерела інформації, середовища комунікації та каналу поширення журналістських матеріалів актуалізує питання етики професійної діяльності. Відсутність чітких редакційних стандартів у цифровому середовищі, розмитість меж між приватним і публічним висловлюванням, а також вплив алгоритмічного відбору контенту спричиняють нові виклики та загрози для дотримання етичних норм журналістики в умовах динамічної цифрової екосистеми.

У XXI столітті розвиток соціальних мереж істотно вплинув на функціонування журналістики. Змінилася не лише технологічна база, а й сам характер інформаційної діяльності, що спричинило перегляд усталених етичних норм. Соціальні мережі стали потужним інструментом поширення інформації, але водночас й джерелом викликів для журналістської професії. Зокрема, швидкість та повнота подачі фактів, характерні для високотехнологічних конвергентних медіа, можуть стати джерелом небезпек, таких як травматичні наслідки для аудиторії, розвиток залежностей, а також поширення неперевіреної та свідомо неправдивої інформації. Ці аспекти потребують глибшого осмислення у контексті етики медіа у цифрову епоху,

коли кожен матеріал може мати значний вплив на громадську думку і соціальні процеси.

У сучасному медіапросторі соціальні мережі виступають не лише інструментом поширення інформації, але й платформою для професійної діяльності журналістів, що супроводжується низкою етичних викликів (Рис. 1). Однією з ключових загроз є розмиття межі між приватною та професійною комунікацією, що може призвести до втрати об'єктивності або звинувачень у конфлікті інтересів. Комісія з журналістської етики (КЖЕ) зазначає, що «аудиторія журналіста в соціальних мережах не бачить різниці між професійною поведінкою та особистими уподобаннями журналіста. З точки зору читачів або глядачів ви є журналістом завжди, незалежно від того, перебуваєте на роботі чи відпочиваєте вдома» [5]. Це підкреслює необхідність усвідомлення журналістами постійної публічності їхньої діяльності в соціальних мережах.

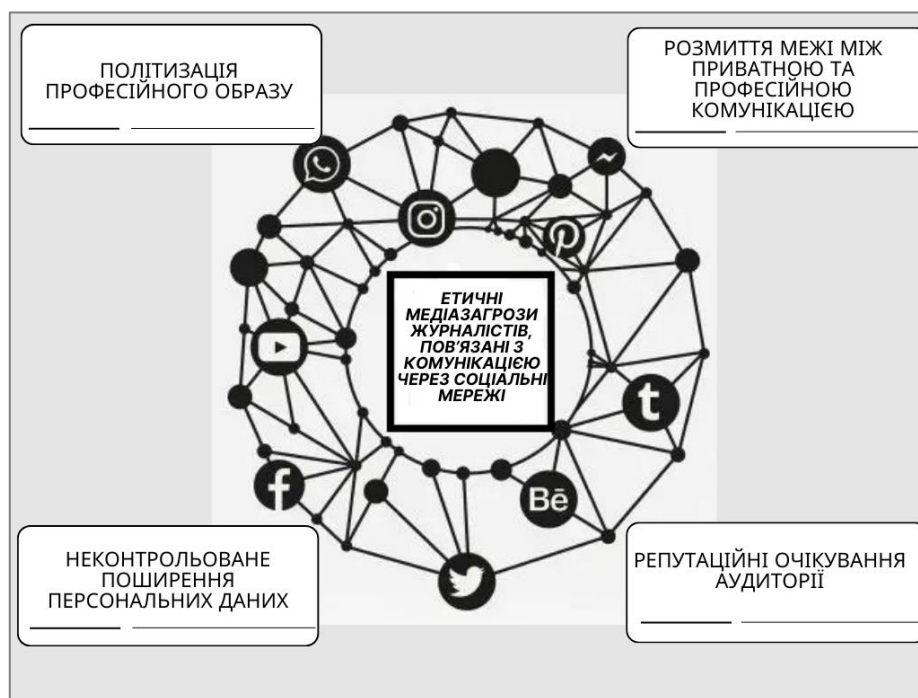


Рис. 1. Етичні медіазагрози журналістів, пов'язані з комунікацією через соціальні мережі

Незалежна медійна рада рекомендує журналістам чітко визначати статус своїх акаунтів у соціальних мережах, розмежовуючи особисті та професійні сторінки. Зокрема, на професійних акаунтах слід уникати контенту, що може свідчити про упередженість чи прихильність до політичних сил, партій, організацій і суспільних рухів [8]. Таке розмежування сприяє збереженню об'єктивності та неупередженості журналіста в очах аудиторії.

Таким чином, розмиття межі між приватною та професійною комунікацією журналіста в соціальних мережах вимагає від медійників підвищеної відповідальності та дотримання етичних норм, щоб зберегти довіру аудиторії та професійну репутацію.

У сучасному цифровому середовищі журналісти у соціальних мережах часто перебувають під тиском *репутаційних очікувань аудиторії*, що спонукає до спрощення або емоційного забарвлення повідомлень, знехтування перевіркою фактів, а подекуди – свідомого поширення непідтвердженої інформації з метою залучення уваги. Соціальні мережі, що слугують інструментами самовираження та професійної комунікації, водночас створюють ситуації, де межа між особистим і професійним стає розмитою. Як зазначає Марк Літтл, засновник ресурсу Storyful, «велика небезпека соціальних медіа в тому, що тепер значно легше сказати щось погане чи непристойне у фейсбуці чи твітері, це може зробити кожен журналіст, і контролю тут немає» [4]. Це свідчить про необхідність усвідомлення журналістами постійної публічності їхньої діяльності в соціальних мережах.

Омбудсмен нідерландського суспільного мовника Марго Сміт підкреслює, що журналіст, як публічна особа, повинен дотримуватися певних етичних норм, і це стосується й поведінки в соцмережах: «Медійник має дбати про свою репутацію, він представляє редакцію, і його репутаційні втрати можуть завдати шкоди репутації ЗМІ, в якому він працює» [4]. Це підкреслює важливість відповідального ставлення до контенту, який журналісти публікують у своїх особистих акаунтах. Крім того, КЖЕ наголошує на тому, що висловлювання журналіста в соціальних мережах мають значно більший вплив і довіру, ніж слова приватної особи. Незалежно від бажання журналіста, його сторінка в соціальній мережі сприймається як комунікаційний майданчик та платформа для поширення ідей [6]. Це зобов'язує журналістів до дотримання високих стандартів етики та професіоналізму в онлайн-просторі.

Таким чином, репутаційні очікування аудиторії вимагають від журналістів усвідомлення своєї ролі як публічних осіб, відповідального ставлення до контенту в соціальних мережах та дотримання етичних норм, що забезпечує довіру до них як до професіоналів.

Окрему етичну загрозу становить *неконтрольоване поширення персональних даних* у процесі журналістських розслідувань або збору свідчень через соціальні платформи. Такі дії можуть суперечити нормам недоторканності приватного життя, закріпленим як у національному законодавстві, так і в міжнародних етичних кодексах журналістики.

Неконтрольоване поширення персональних даних журналістами становить серйозну етичну загрозу, що порушує фундаментальні права людини на приватність та може призвести до психологічних, соціальних і правових наслідків для осіб, яких це стосується. Згідно з Кодексом етики українського журналіста, «журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини» [7] і не повинен розголошувати персональні дані без згоди особи, якщо відсутній переважаючий суспільний інтерес. КЖЕ наголошує, що «навіть у тому випадку, якщо особа має намір оскаржувати розголошення її персональних даних, журналісти повинні під час прийняття рішення спиратись на те, чи переважає у цьому випадку суспільний інтерес над захищеними правами приватних осіб» [7]. Це означає, що журналісти несуть етичну відповідальність за баланс між правом громадськості на інформацію та правом особи на приватність.

У резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Право на приватність у цифрову епоху» від 18 грудня 2013 року акцентується увага на глобальному характері Інтернету та динамічному розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, які розглядаються як ключовий чинник, що сприяє соціально-економічному розвитку в різних його проявах. Документ підтверджує, що «ті ж права, що люди мають в оффлайн-режимі також повинні бути захищені онлайн, в тому числі право на приватність» [3]. У цьому контексті визнається, що цифрові трансформації не повинні знижувати рівень правового захисту особистих даних, а навпаки – потребують адаптації міжнародних стандартів прав людини до умов цифрової епохи.

Таким чином, журналісти повинні дотримуватися високих етичних стандартів при обробці та поширенні персональних даних, забезпечуючи повагу до приватного життя осіб та уникаючи необґрунтованого втручання в їхню особисту сферу.

Активність журналістів у соціальних мережах дедалі частіше призводить до *політизації їхнього професійного образу*, що створює етичні виклики щодо збереження неупередженості та довіри аудиторії. Висловлення особистих суджень, політичних оцінок чи емоційних коментарів здатне вплинути на сприйняття журналіста як об'єктивного комунікатора. Як зазначає Крістіан Крістенсен, «взаємодія журналістів у соціальних мережах позитивно впливає на сприйняття їхньої особистості, але водночас може негативно позначатися на сприйнятті їхньої професійної ролі» [2]. Дослідник Ентоні Адорнато підкреслює, що журналісти повинні утримуватися від висловлення особистих політичних поглядів у соціальних мережах, навіть на приватних акаунтах, оскільки це може поставити під сумнів їхню

об'єктивність [1]. Таким чином, активність журналістів у соціальних мережах вимагає ретельного дотримання етичних стандартів, щоб уникнути політизації їхнього образу та зберегти довіру аудиторії до журналістської професії.

Як бачимо, нові технології нерідко породжують нові етичні виклики, і відповідно, способи їх вирішення також часто є технологічними. Сучасна тенденція свідчить про те, що реакція на етичні проблеми, спричинені розвитком соцмереж, здебільшого формується через самі соціальні мережі. У зв'язку з цим актуалізується необхідність формування цифрової етики журналіста – системи норм, що регламентуватимуть поведінку фахівця у цифровому середовищі, зокрема в соціальних мережах. До ключових напрямів запобігання етичним порушенням належатиме: впровадження внутрішньоредакційних політик щодо присутності журналістів у соцмережах, посилення професійної підготовки з цифрової безпеки та медіаграмотності, а також розробка нормативних актів, що регулюють взаємодію журналіста з аудиторією в онлайновому середовищі.

Список використаної літератури та джерел

1. Bedei C. How can journalists engage with politics on social media? *International Center for Journalists*. 2018. URL: https://ijnet.org/en/story/how-can-journalists-engage-politics-social-media?utm_source=chatgpt.com.
2. Christensen C. Journalists on social media: Politics, privacy, personal branding. *Popular Communication*. 2018. Vol. 16, No. 4. P. 245–247. URL: <https://doi.org/10.1080/15405702.2018.1548019>
3. Documents – General Assembly Resolution «The right to privacy in the digital age», A/RES/68/167. *Human Rights Voices*. URL: https://hrvoices.org/document/general-assembly-resolution-the-right-to-privacy-in-the-digital-age-ares68167/?search_highlight=167.
4. Голуб О. Журналіст у соціальних мережах. Рекомендації для медіа. Сумський прес-клуб «Media-коло». URL: https://mediakolo.sumy.ua/the-media/community/798-zhurnalyst-u-sotsialnykh-merezhakh-rekomendatsii-dlia-media.html?utm_source=chatgpt.com.
5. КЖЕ рекомендує журналістам розмежовувати професійні та особисті сторінки в соцмережах. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/news/kzhe-rekomenduye-zhurnalistam-rozmezhovuvaty-profesijni-ta-osobysti-storinky-v-sotsmerezah-i36913?utm_source=chatgpt.com
6. КЖЕ розробила рекомендації для журналістів щодо поведінки в соцмережах. *Детектор медіа*.

URL: https://detector.media/community/article/183666/2020-12-28-kzhe-rozrobyla-rekomendatsii-dlya-zhurnalistiv-shchodo-povedinky-v-sotsmerezhakh/?utm_source=chatgpt.com.

7. Кузьменко Є. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо поведінки журналістів з персональними даними. *Ресурсний центр ГУРТ*.

URL: https://gurt.org.ua/news/informator/65620/?utm_source=chatgpt.com.

Рекомендація №17: Як журналістам поводитися у соцмережах – Незалежна медійна рада. *Незалежна медійна рада*.

URL: https://mediarada.org.ua/recommendations/yak-povodytysia-u-sotsmerezhakh/?utm_source=chatgpt.com