

Сумський державний університет
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

СИНЧАК БОГДАН АНАТОЛІЙОВИЧ

УДК 070+316.774]:174.7(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ДЕОНТОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
ВИКЛИКИ, ДИЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ**

Спеціальність – 061 «Журналістика»

Галузь знань – 06 Журналістика

Подається на здобуття наукового ступеня
доктора філософії в галузі журналістики

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Б. А. Синчак

Науковий керівник: Садівничий Володимир Олексійович, професор, доктор
наук із соціальних комунікацій.

Суми – 2023

АНОТАЦІЯ

Синчак Б. А. Деонтологія журналістської діяльності: виклики, дилеми, тенденції. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 «Журналістика». – Сумський державний університет. Суми, 2023.

У дисертації вивчено, теоретично узагальнено та розв’язано комплексну проблему щодо журналістського обов’язку як невід’ємної частини професійної етики, обґрунтування елементів її деонтологічної складової. На підставі ідентифікації актуальних галузевих проблем виокремлено сучасні деонтологічні виклики, дилеми й тенденції, що постають перед українською журналістикою.

Наукове вирішення вказаного питання дозволило здійснити цілісний підхід до вивчення, синтезу, аналізу та оцінки журналістського обов’язку в розрізі професійної етики як проблеми журналістикознавчої науки; виокремити деонтологію журналістської діяльності як розділ журналістської етики; обґрунтувати елементи деонтологічної складової професійної етики журналіста; визначити зв’язок між компонентами професійних журналістських цінностей та чинниками, що впливають на сповідування професійних етичних норм. Також удосконалено поняттєвий апарат дослідження проблематики журналістської етики, що розширився завдяки комплексному дослідженню деонтологічної проблеми; набули подальшого розвитку теоретичні та практичні підходи до вивчення журналістської етики, а саме виокремлення в ній деонтологічної проблематики; методологічні засади вивчення деонтології журналістської діяльності, зокрема підхід до визначення особливостей сповідування професійного обов’язку; рекомендації щодо вивчення деонтологічних викликів і дилем, які виникають у межах функціонування професійних журналістських цінностей.

Наукова проблема дослідження постає з недостатньої розробленості питань журналістської етики та деонтології у національній науковій парадигмі. Характеризуючи стан дослідницьких напрацювань в означеній проблематиці, слід відзначити, що безпосередньо деонтологія журналістської діяльності в Україні комплексно не досліджувалася. Окреслення, постановка та розв'язання на рівні науковому викликів, труднощів, випробувань, запитів, проблем, дилем, норм, тенденцій, пов'язаних зі сповіданням професійного обов'язку, є актуальними не лише для сучасної журналістики та комунікативістики, а також актуальними для інформаційної безпеки держави.

Сукупність проаналізованої інформації та виокремлення в ній вектору наукового пошуку автора дозволили ідентифікувати об'єкт і предмет дослідження. *Об'єкт* – деонтологія журналістської діяльності як розділ професійної етики на теоретичному та практичному етапах функціонування. *Предмет* – етичні та деонтологічні виклики, дилеми й тенденції, що постають у межах новітніх інформаційних явищ.

Хронологічні межі дослідження окреслені 2002–2021 роками. Нижня межа пояснюється внесенням суттєвих змін у Кодекс етики українського журналіста, які адаптували професійний обов'язок у відповідності з часом. Верхня межа – повномасштабне вторгнення РФ в Україну й початок відкритої війни. Оскільки війна категорично змінила суспільний устрій і багато в чому перевернула звичний порядок речей, питання журналістської етики та деонтології у цей час вимагають окремого ґрунтовного вивчення. У нашому дослідженні ці події згадуються фрагментарно та використовуються для ілюстрації прикладів у порівнянні.

Джерелом фактичних даних став контент видань «Українська правда», «Детектор медіа», «BBC News Україна», «Українська літературна газета», «Liga.net»; фактчек проєктів «Доступ до правди», «Stopfake.org», «Слово і діло», «Без брехні», «Reporter's Lab»; радіостанцій «Громадське радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»; а також матеріали ГО «Інститут масової інформації», «Texty.org.ua», ГО «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» та ін.

Теоретико-методологічним підґрунтям у процесі розв'язання наукової складової окресленої теми стали напрацювання українських і закордонних науковців, які досліджували проблеми стандартів новинних повідомлень, недостовірну інформацію у мас-медіа, поняття маніпуляцій у національному інформаційному просторі, явища медіаграмотності та соціально-відповідальної журналістики, питання, пов'язані з олігархізацією медіавиробництва, свободи у мас-медіа, правового статусу ЗМІ тощо. І, безперечно ж, питання журналістської етики та деонтології.

Для досягнення визначеної наукової мети методологічна специфіка в роботі представлена у вигляді емпірично вироблених та науково обґрунтованих елементів, що сприяють розкриттю особливостей окремих компонентів заявленої проблематики. Дослідження деонтології журналістської діяльності здійснене із застосуванням методів аналізу та синтезу задля з'ясування стану розробленості теми дослідження і вивчення особливостей окремих компонентів роботи. До зразків практичної цінності дослідження слід віднести ідентифікацію баз для оперативної перевірки публічної інформації та формування переліку національних фактчек проєктів.

Шляхом ідентифікації сучасних галузевих проблем вдалося виокремити актуальні деонтологічні виклики, дилеми й тенденції, що постають перед нашою журналістикою. До них віднесено протидію інформаційній агресії, питання антропоцентризму, служіння інтересам громади, дотримання стандартів, верифікацію фактів, виправлення недостовірних відомостей, сприяння свободі вибору і дій, персональну відповідальність поширювача інформації, підтримку медіаграмотності. У контексті цього актуалізується деонтологія – розділ професійної етики, спрямований на вивчення питань журналістського обов'язку. Предметний акцент у дослідженні зроблено на пропозиції рішення для визначених етичних та деонтологічних викликів і тенденцій, які є невід'ємною частиною новітніх інформаційних явищ.

Установлено, що фахова деонтологічна проблема в науковому дискурсі широко висвітлена українськими та зарубіжними дослідниками в медицині й

юриспруденції. Бпосередньо на деонтології журналістської діяльності акцентують увагу закордонні дослідники, оскільки в іноземному академічному сприйнятті журналістики деонтологія тісно пов'язана з професійною етикою. Натомість в українському науковому дискурсі деонтологія журналістської діяльності не була об'єктом комплексних досліджень. Власне в цьому контексті й постає траєкторія наукового пошуку, в ході якого розкрито нові проблемні складові в роботі журналіста за сучасних мас-медійних умов. Унікальна особливість журналістської деонтології полягає в тому, що на відміну від медичної чи юридичної індивідуальної практики журналіст взаємодіє з масовою аудиторією, і саме це покладає на нього велику професійну відповідальність, вагомішу, ніж просто дотримання формальних приписів.

У контексті вивчення сучасних питань журналістського обов'язку актуалізуються нові виклики та дилеми професії. Диференціація розвитку інформатизації суспільства ставить перед журналістами завдання, попри максимальну адаптацію до сучасного медіа-середовища, не нехтувати професійністю в роботі. Вагомою подією, що кинула виклик професійній журналістиці в Україні, стала російсько-українська інформаційна війна, котра з огляду на гібридний характер інтегрована в увесь інформаційний простір сьогодення. Тож комплексна протидія інформаційній агресії, з метою зменшення наслідків деструктивного впливу на суспільну свідомість, є найпершим обов'язком журналіста.

Для реалізації саморегулятивної функції в журналістиці замало лише професійної етики, потрібна й деонтологія. Тож ідентифіковано, що деонтологія – це допоміжний внутрішньо-регулятивний механізм професії, особливістю якого є визначення і вивчення питань професійного обов'язку. Структура належного сповідування професійного обов'язку журналіста включає в себе протидію інформаційній агресії, питання антропоцентризму, служіння інтересам громади, дотримання базових професійних стандартів, верифікацію фактів, виправлення недостовірних відомостей, сприяння свободі

вибору і свободі дій, персональну відповідальність поширювача інформації, підтримку медіаграмотності.

Базові професійні журналістські стандарти на тлі війни в Україні потребують доопрацювання механізмів реалізації, адже окремі журналістські цінності можуть конфліктувати із ситуативністю сьогодення. Зокрема йдеться про баланс думок і точок зору, достовірність, точність, повноту й оперативність. Проблеми полягають у видозміні особливостей професійного обов'язку в умовах російсько-української війни. Вирішенню означених проблем можуть слугувати спеціалізовані професійні спрямування, котрі передбачають верифікацію фактів, виправлення недостовірних відомостей, розширення меж повноти інформації тощо.

Як професійну дилему, ідентифіковано явище антропоцентризму в журналістиці, адже з тих пір, коли інформація перетворилася на товар, людиноцентричність стала одним із чільних професійних обов'язків. А ключем до розв'язання цієї проблеми може слугувати соціальна журналістика, як окреме фахове спрямування.

Визначено, що деонтологічна проблема журналістського обов'язку знаходиться й у площині олігархізації та офшоризації. Вона і витікає, і одночасно впливає на проблему прозорості українського медіа-середовища. Це явище характеризується як неприйнятне для забезпечення професійної незаангажованої журналістики в Україні. За такої ситуації медіа використовуються як інструмент впливу.

Водночас робота журналіста безпосередньо узалежнюється свободою вибору та свободою дій у площині мас-медіа. Це питання розглянуто крізь призму роботи цифрових алгоритмів, які на основі так званого користувацького бекграунду підбирають інформаційний порядок денний для масової аудиторії. У цьому контексті деонтологічною проблемою виступає поняття контрольованої свободи вибору. Професійні норми й цінності журналістики конфліктують із цими аспектами. Для свободи вибору і свободи дій етичний компонент національної медіа-системи полягає у деонтологічній

модальності досліджуваного явища, тобто у персональній відповідальності поширювача інформації. Перш за все відповідальності журналіста, як професійного інформаційника. Така персональна відповідальність є невід'ємною складовою професійного обов'язку, адже від якості інформації залежить формування суспільної свідомості.

Значущим питанням для дотримання журналістського обов'язку є рівень усвідомлення споживачами інформації вимог до професійності її подання. У дослідженні це розглядається крізь призму підвищення рівня медіаграмотності. Позитивною тенденцією в цьому контексті є просування основних українських проєктів із медіаграмотності, продукування підручників, розроблення навчальних програм, методичних посібників тощо.

Означені тенденції дають змогу робити висновки про затребуваність якісної інформаційної діяльності, що безпосередньо впливає на актуальність проблематики сповідання журналістського обов'язку.

Детальне вивчення проблем журналістського обов'язку розширює сферу наукового пошуку від формальних положень професійних стандартів до ідентифікації та виокремлення актуальних галузевих питань задля розв'язання комплексної проблеми дотримання журналістського обов'язку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть використовуватись у навчальному процесі як доповнення до курсів, пов'язаних із журналістською етикою, або в якості окремої дисципліни. Матеріали дослідження є актуальними в науковій царині, пов'язаній із вивченням проблем журналістського обов'язку, верифікації фактів, виправлення неправдивої інформації, соціальної журналістики, медіавласності, медіаграмотності тощо.

Ключові слова: журналістика, етика, деонтологія, гуманізм, верифікація, факти, соціальна відповідальність, масифікація, якісна інформація, олігархізація, медіаринок, професійні навички, свобода вибору, медіаграмотність, інформаційний простір.

ABSTRACT

Synchak B. A. «Deontology of journalistic activity: challenges, dilemmas, trends». – Qualifying scientific work on manuscript rights.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 061 «Journalism». – Sumy State University. Sumy, 2023.

The dissertation studied, theoretically summarized and solved the complex problem of journalistic duty as an integral part of professional ethics, substantiation of the elements of its deontological component. Based on the identification of topical industry problems, the current deontological challenges, dilemmas and trends facing Ukrainian journalism are highlighted.

The scientific solution of this issue made it possible to implement a holistic approach to the study, synthesis, analysis and evaluation of journalistic duties in the context of professional ethics, as a problem of journalism science; highlight the deontology of journalistic activity as a section of journalistic ethics; substantiate the elements of the deontological component of the professional ethics of a journalist; to determine the relationship between the components of professional journalistic values and factors influencing the practice of professional ethical standards. Also, the conceptual apparatus for studying the problems of journalistic ethics has been improved, which has expanded thanks to a comprehensive study of deontological problems, theoretical and practical approaches to the study of journalistic ethics have been further developed, namely, the allocation of deontological problems in it; methodological foundations for studying the deontology of journalistic activity, in particular, the approach to determining the features of confession of professional duty; recommendations for the study of deontological challenges and dilemmas that arise within the framework of the functioning of professional journalistic values.

The scientific problem of research arises from the insufficient development of issues of journalistic ethics and deontology in the national scientific paradigm. Describing the state of research developments in this issue, it should be noted that the deontology of journalistic activity in Ukraine has not been comprehensively

studied. The designation, formulation and solution at the level of scientific challenges, difficulties, trials, requests, problems, dilemmas, norms, trends associated with the profession of professional duty are relevant not only for modern journalism and communication science, but also relevant for the information security of the country.

The totality of the analyzed information and the selection of the vector of the author's scientific search in it made it possible to identify the object and subject of the study. *The object* is the deontology of journalistic activity as a section of professional ethics at the theoretical and practical stages of functioning. *The subject* is ethical and deontological challenges, dilemmas and trends that arise within the framework of the latest information phenomena.

The chronological scope of the study is outlined in 2002-2021. The lower limit is explained by the introduction of significant changes to the Code of Ethics of the Ukrainian journalist, which adapted the professional duty in accordance with the times. The upper limit is until the full-scale invasion of the Russian Federation into Ukraine and the start of an open war. Since the war categorically changed the social system and, in many ways, turned the usual order of things upside down, the issues of journalistic ethics and deontology currently require a separate thorough study. In our study, these events are mentioned fragmentarily and are used to compare examples.

The source of factual data was the content of the publications «Ukrainian Truth», «Detector Media», «BBC News Ukraine», «Ukrainian Literary Newspaper», «Liga.net»; fact check of the projects «Access to Truth», «Stopfake.org», «Word and Deed», «Without Lies», «Reporter's Lab»; radio stations «Public Radio», «Radio Liberty», «Radio NV»; as well as materials of the NGO «Institute of Mass Communication», «Texty.org.ua», NGO «Pylyp Orlyk Institute for Democracy» and others.

The theoretical and methodological basis in the process of solving the scientific component of the designated topic was the developments of Ukrainian and foreign scientists who studied the problems of news reporting standards, unreliable

information in the mass media, the concept of manipulation in the national information space, the phenomena of media literacy and socially related to the oligarchizing of media production, freedom in the mass media, the legal status of the media, etc. And, of course, questions of journalistic ethics and deontology.

To achieve certain scientific goals, the methodological specificity in the work is presented in the form of empirically developed and scientifically substantiated elements that contribute to the disclosure of the features of individual components of the stated problem. The study of the deontology of journalistic activity was carried out using methods of analysis and synthesis to determine the state of development of the research topic and study the features of individual components of the work. Examples of the practical value of the study include the identification of bases for the operational verification of public information and the formation of a list of national fact-check projects.

By identifying modern industry problems, it was possible to highlight the current deontological challenges, dilemmas and trends facing Ukrainian journalism. These include verification of facts, correction of false information, anthropocentrism in journalistic activities, oligarchizing and offshorization of the media market, freedom of choice and action in the plane of the Ukrainian mass media, etc. In the context of this phenomenon, journalistic deontology is being updated - a section of professional ethics aimed at studying issues of journalistic duty. The focus of the study is on offering solutions to certain ethical and deontological challenges and trends that are an integral part of the latest information phenomena.

It has been established that the professional deontological problem in the scientific discourse is widely reflected by Ukrainian and foreign researchers in medicine and jurisprudence. Directly on the deontology of journalistic activity, foreign researchers focus their attention, since in the foreign academic perception of journalism, deontology is closely connected with professional ethics. In the Ukrainian scientific discourse, the deontology of journalistic activity has not been the object of comprehensive research. Actually, in this context, the trajectory of scientific research arises, during which new problematic components in the work of

a journalist under modern mass media conditions are revealed. The unique feature of journalistic deontology is that, unlike medical or legal individual practice, a journalist interacts with a mass audience, and this is precisely what imposes on him a huge professional responsibility, weightier than simply following formal prescriptions.

In the context of studying modern issues of journalistic duty, new challenges and dilemmas of the profession are updated. Differentiation in the development of informatization of society sets the task for journalists, despite the maximum adaptation to the modern media environment, not to neglect professionalism in their work. A significant event that challenged professional journalism in Ukraine was the Russian-Ukrainian information war, which, due to its hybrid nature, is integrated into the entire modern information space. Therefore, a comprehensive counteraction to information aggression, in order to reduce the consequences of a destructive influence on public consciousness, is the first duty of a journalist.

To implement the self-regulatory function in journalism, professional ethics is not enough; deontology is also needed. So, it has been identified that deontology is an auxiliary intra-regulatory mechanism of the profession, a feature of which is the definition and study of issues of professional duty. The structure of the proper practice of the professional duty of a journalist includes counteracting information aggression, issues of anthropocentrism, serving the interests of society, observing basic professional standards, verifying facts, correcting false information, promoting freedom of choice and freedom of action, personal responsibility of the disseminator of information, support for medical research.

Basic professional journalistic standards against the backdrop of the war in Ukraine need to be improved on implementation mechanisms, because certain journalistic values may conflict with situationally. In particular, we are talking about the balance of opinions and points of view, reliability, accuracy, completeness and efficiency. The problems lie in the modification of the features of professional duty in the conditions of the Russian-Ukrainian war. The solution to these problems can be specialized professional areas that provide for the verification of facts, the

elimination of inaccurate information, the expansion of the boundaries of completeness of information, etc.

As a professional dilemma, the phenomenon of anthropocentrism in journalism is identified, because since the time when information has become a commodity, human-centricity has become one of the leading professional duties. And the key to solving this problem can be social journalism as a separate professional direction.

It is determined that the deontological problem of journalistic duty is also in the plane of oligarchizing and offshorization. It both follows and at the same time affects the problem of transparency of the Ukrainian media environment. This phenomenon is characterized as unacceptable for providing professional unbiased journalism in Ukraine. In such a situation, the media are used as a tool of influence.

At the same time, the work of a journalist directly depends on the freedom of choice and freedom of action in the mass media. This issue is considered through the prism of the work of digital algorithms, which, based on the so-called user background, select the information agenda for a mass audience. In this context, the concept of controlled freedom of choice is a deontological problem. The professional norms and values of journalism conflict with these aspects. For freedom of choice and freedom of action, the moral component of the national media system lies in the deontological modality of the phenomenon under study, that is, in the personal responsibility of the disseminator of information. First of all, the responsibility of a journalist as a professional information specialist. Such personal responsibility is an integral part of professional duty, because the formation of public consciousness depends on the quality of information.

A significant issue for the observance of the journalistic duty is the level of awareness by consumers of information of the requirements for the professionalism of its presentation. The study examines this through the prism of increasing the level of media literacy. A positive trend in this context is the promotion of the main Ukrainian projects on media literacy, the production of textbooks, the development of curricula, teaching aids, etc.

These trends allow us to draw conclusions about the demand for high-quality information activities, which directly affects the relevance of the issue of confession of journalistic duty.

A detailed study of the problems of journalistic duty expands the scope of scientific research from the formal provisions of professional standards to identifying and highlighting topical industry issues to solve the complex problem of observing the journalistic duty.

The practical significance of the results obtained is that they can be used in the educational process as an addition to courses related to journalistic ethics, or as a separate discipline. The research materials are relevant in the scientific field related to the study of the problems of journalistic duty, verification of facts, correction of false information, social journalism, media property, media literacy, etc.

Key words: journalism, ethics, deontology, humanism, verification, facts, social responsibility, massification, quality information, oligarchizing, media market, professional skills, freedom of choice, media literacy, information space.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Синчак Б. А. Свобода слова та журналістські стандарти в контексті блокування «телеканалів Медведчука». Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 4 (3), 2021. С. 211–218.
2. Синчак Б. А. Механізм адаптації компонентів журналістської етики у професійній практиці журналістів-початківців. State and Regions. Series: Social Communications. № 3 (47), 2021. С. 53–58
3. Синчак Б. А. Антропоцентризм у соціальній журналістиці України. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 2 (79), 2021 р. С. 38–51.
4. Синчак Б. А. Особливості ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 5 (2), 2021. С. 205–214.
5. Синчак Б. А., Коваль А. Г., Кеда А. О. Вплив соціальних мереж на журналістику. Габітус. Вип. 25. 2021. С. 21–26.
6. Синчак Б. А. Oligarchization and Offshorization as a Problem Transparencies of the Ukrainian Media Market. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). № 6 Том 3, 2021. С. 165-171.
7. Синчак Б. А. Тенденційне підвищення рівня медіаграмотності як результат збільшення запитів на якісну інформацію. Український інформаційний простір, 1 (9), 2022. 133–146.
8. Синчак Б. А. Свобода вибору та свобода дій у площині українських мас-медіа. Вісник Львівського Університету. Серія журналістика. № 51 2022. 106–124.

9. Синчак Б. А. Прямоефірна інформаційна війна та російсько-українська війна 2022-го на медійному плацдармі. Український інформаційний простір, 2 (10), 2022. 85–97.

10. Yelisovenko, Y., Nahorniak, M., & Synchak, B. Медійна активність та ставлення респондентів до української телерадіоаналітики. Communications and Communicative Technologies, (22), 2022. 71-86.

Статті в наукових періодичних виданнях інших держав

11. Синчак Б. А., Коваль А. Г. Рекомендації щодо подолання розриву між теорією та практикою в журналістиці. Norwegian Journal of development of the International Science. №70. 2021. С. 39–43.

12. Synchak B. Verification of facts as an integral part of professional journalism in hybrid wars. European Socio-Legal Humanitarian Studies. № 1. 2021. С. 111–124.

13. B. Synchak, A. Koval. Recommendations for bridging the gap between theory and practice in journalism. Norwegian Journal of development of the International Science №70, 2021. P. 39-43.

Публікації в наукометричній базі Web of Science

14. Synchak, Bohdan; Livak, Petro; and Fedorenko, Mykhailo (2022) "Training of Military Chaplains for the Armed Forces of Ukraine in Conditions of the Invasion by the Russian Federation," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 3, Article 8. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2345>.

15. Synchak, Bohdan; Livak, Petro; and Kuvaldina, Olga (2022) "Religious Beliefs of World Boxing Champions as a Factor of Influence on Ukrainian Society in the Context of Social Responsibility," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 1, Article 6. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2319>.

16. Synchak, Bohdan; Balaklytskyi, Maksym; and Dudarets, Volodymyr (2022) "Non-Religious Influence of the Ukrainian Orthodox Church of the Moscow

Patriarchate on Ukrainian Society," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 4, Article 6. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2352>.

17. Kuryliak, Valentyna and Synchak, Bogdan (2022) "Reasons for the Rupture of the Ukrainian Orthodox Church with the Moscow Patriarchate against the Backdrop of the War in Ukraine 2022," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 7, Article 4. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2377>.

18. Synchak, Bohdan; Ovchar, Mariia; Shevchuk, Valentyn; and Tsurina, Eleanora (2023) "Media Coverage of the Peacekeeping Activities of Pope Francis' Support of Ukraine in the Russian-Ukrainian Full-Scale War," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 43: Iss. 1, Article. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2401>.

Публікації в колективних монографіях

19. Федоренко М. О., Синчак Б. А. Інформаційний плацдарм «гарячої» стадії російського військового вторгнення в Україну 2022. «Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти». DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-81>.

20. Синчак. Б. А. Російські військові злочини проти мас-медіа в Україні за 21 день війни 2022. «Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти». DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-130>.

21. Синчак Б. А. Паралелі між російськими утисками української журналістики в ХІХ, та на початку ХХІ століття. Society and Politics: Current Trends in Ukraine and The European Union as a Result of Military Aggression by the Russian Federation. 2022, Bratislava, Slovakia. С. 63-84.

Наукові праці, які засвідчують апробацію результатів дисертації

Матеріали конференцій

22. Синчак Б. А. Теоретичні та творчі проблеми розвитку мистецтва в сучасних умовах. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії: матеріали наук.-практ. конф., м. Київ, 21–22 березня Київ, 2018.

23. Синчак Б. А. Деонтологічна проблематика сучасних медіа. Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2019. С. 68–71.

24. Синчак Б. А. Права та свободи людини у медіапросторі. Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2019. С. 71–76.

25. Синчак Б. А. Філософські передумови значимості деонтології у мас-медіа. Актуальні проблеми соціальних та економічних процесів в умовах трансформації українського суспільства: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2020. С. 106–109.

26. Синчак Б. А. Свобода вибору та свобода дій у площині вітчизняних мас-медіа. Антикризовий розвиток соціальних та економічних процесів в умовах глобалізації: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2021. С. 137–140.

27. Синчак Б. А., Гриненко І. В., Кушнір Г. О. Філософія настінного графіті: символізм та соціальні смисли: Інноваційні технології у будівництві, цивільній інженерії та архітектурі: матеріали наук.-практ. конф., Чернігів, 2021. С. 290–294.

ЗМІСТ

ВСТУП	19
РОЗДІЛ 1	27
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ДОСЛІДЖЕННЯ	27
1.1. Стан розробленості теми дослідження	27
1.2. Деонтологія журналістської діяльності: основні поняття і твердження	54
Висновки до розділу 1	69
РОЗДІЛ 2	71
ПРОФЕСІЙНІ ЖУРНАЛІСТСЬКІ ЦІННОСТІ: ДЕОНТОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ Й ДИЛЕМИ	71
2.1. Верифікація фактів	71
2.2. виправлення недостовірних фактів та повноти інформації	92
2.3. Антропоцентризм у соціальній журналістиці України: військовополонені	114
Висновки до розділу 2	134
РОЗДІЛ 3	137
ДЕОНТОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК	137
3.1. Олігархізація та офшоризація як проблеми прозорості медіаринку	137
3.2. Свобода вибору та свобода дій	151
3.3. Тенденції до підвищення рівня медіаграмотності та збільшення запитів на якісну інформацію.....	171
Висновки до розділу 3	188
ВИСНОВКИ	190
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	196
ДОДАТКИ	224

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасна українська журналістика знаходиться в епіцентрі активних інформаційних протистоянь, пов'язаних із Помаранчевою революцією 2004 р., Революцією гідності 2014 р., війною Російської Федерації проти України, що розпочалась у 2014 р. Усі ці значущі та державницько-чутливі події на перші позиції у сфері професійної журналістики підняли проблеми достовірності інформації, перевірки фактів, дотримання стандартів новинної журналістики, маніпуляцій, кібератак через медіаканали, дезінформації, професійної етики, приналежності провідних мас-медій до олігархічних груп, правомірності використання медіа-ресурсами приватної інформації, неправдивості поширюваних наративів тощо. Ситуація визначається тим, що засоби масової інформації про одну й ту саму подію часто вміщували публікації з абсолютно різною фактологічною складовою та інформаційними посланнями. Тож не випадково в українському суспільстві почали звучати заяви про необхідність і важливість інформаційних фільтрів, із чого й постає окрема увага до питань належного сповідування працівниками редакцій, медіаустанов та організацій професійних норм і стандартів, соціальної відповідальності за зроблене, усунення інформаційних перенавантажень, семантичних шумів і, зрештою, активізації деонтологічної складової в журналістській діяльності.

Проблема одночасно ускладнилася, поглибилася, окреслилася новими гранями, змінила підходи до деяких, здавалося б, істотних принципів, після розв'язання Російською Федерацією 24 лютого 2022 р. відвертої загарбницької війни проти України.

Ігнорування загальновстановлених у світовій мас-медійній практиці вимог до збору, обробки, продукування та поширення інформації призводить до дискредитації журналістської професії в очах громадськості. Внаслідок цього чимало професійних дилем набувають нових форм і значень. Передусім виділяється журналістська етика як наука про стосунки виробника й

поширювача інформації, виробника та споживача інформації, творчого працівника редакції та керівника, головного редактора та власника тощо. У контексті професійної діяльності саме етика виступає регулятором забезпечення загального паритету для всіх учасників масово-інформаційного та комунікаційного процесів. Фактично забезпечення фундаментального права громадськості на своєчасну, об'єктивну, повну й достовірну інформацію обумовлюється, у тому числі, й етичними засадами, які скеровують журналіста на шляху до взаємодії з аудиторією.

Охарактеризована проблематика постає у формі викликів, труднощів, випробувань, запитів, проблем, дилем, норм і тенденцій, пов'язаних зі сповіданням професійного обов'язку. Їх окреслення, постановка та розв'язання на рівні науковому є актуальними не лише для сучасної журналістики та комунікативістики, вони є актуальними для інформаційної безпеки держави.

Хронологічні межі дослідження окреслені 2002–2021 роками. Нижня межа пояснюється внесенням суттєвих змін у Кодекс етики українського журналіста, які адаптували професійний обов'язок у відповідності з часом. Верхня межа – повномасштабне вторгнення РФ в Україну й початок відкритої війни. Оскільки війна категорично змінила суспільний устрій і багато в чому перевернула звичний порядок речей, питання журналістської етики та деонтології у цей час вимагають окремого ґрунтовного вивчення. У нашому дослідженні ці події згадуються фрагментарно та використовуються для ілюстрації прикладів у порівнянні.

Теоретико-методологічним підґрунтям у процесі розв'язання наукової складової окресленої теми стали напрацювання українських і закордонних науковців, які досліджували проблеми стандартів новинних повідомлень, достовірності інформації у мас-медіа, поняття маніпуляцій у національному інформаційному просторі, явища медіаграмотності та соціально-відповідальної журналістики, питання, пов'язані з олігархізацією медіавиробництва, свободи у мас-медіа, правового статусу ЗМІ тощо. І,

безперечно ж, проблему журналістської етики й деонтології. В означеній парадигмі вирізняються напрацювання таких науковців і медіафахівців, як А. Алімпієв [1], І. Бондаренко [10], З. Бржезьська, Г. Гайдур та А. Аносов [12], О. Бусол [14], Ю. Гайдар [21], О. Доценко [40], Т. Захарова [48], В. Іванов [54, 55, 56], Т. Ковальова [260], С. Криворучко [81], О. Кузнецова [82], А. Куликов [83], О. Курбан [84], О. Лаврик [87], А. Лебідь [248], Є. Магда [90], О. Мельникова-Курганова [99], О. Маруховський [93], М. Погуляєвський [123], Т. Пояркова [125], Т. Приступенко [126], О. Рак [133], В. Різун та В. Мостовий [46], Т. Романенко [138], В. Садівничий [146, 147, 248, 260], Г. Сафроньєва [149], Г. Склярєвська [160, 161], К. Соколова [163, 164, 165], О. Сушкова [147], О. Терєбус [182], О. Тур [184], Т. Хоменко [188], В. Шевченко [195], К. Шендеровський [196, 197, 198], Я. Ширченко [199], ін.

Наукова проблема дослідження постає з недостатньої розробленості питань журналістської етики та деонтології у національній науковій парадигмі. Характеризуючи стан дослідницьких напрацювань в означеній царині, слід відзначити, що безпосередньо деонтологія журналістської діяльності в Україні комплексно не досліджувалася. Окремі науковці фрагментарно згадують її у своїх працях, однак вона не виступає базовим об'єктом та/або предметом вивчення.

У той же час моніторинг питань і проблем деонтології, що виникають перед українськими журналістами в сучасних реаліях, дає змогу краще розуміти специфіку функціонування медіа-систем у межах «деонтологічної модальності: зобов'язань, заборон та дозволів, що коливаються між полюсами дихотомічної шкали: нерівність – справедливість, нетерпимість – толерантність, дискримінація – антидискримінація, ексклюзія – інклюзія» [197, с. 121] тощо. У контексті дослідження деонтологія журналістської діяльності розглядається як розділ етики й тлумачиться як «наука про належне» [183, с. 110], зокрема характеризуються проблемні кути явища відповідного сповідування журналістами професійних стандартів, а також чинники, які на це впливають.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано в межах: 1) науково-дослідної діяльності кафедри журналістики ПВНЗ «Український гуманітарний інститут», а саме фундаментального наукового дослідження «Журналістика як інструмент суспільного служіння», 2021–2026 рр. (номер державної реєстрації 0121U113030); 2) науково-дослідної роботи кафедри журналістики та філології Сумського державного університету «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи», 2021–2025 рр. (номер державної реєстрації 0121U111164).

Мета дослідження – розв'язання комплексної проблеми щодо журналістського обов'язку як невід'ємної частини професійної етики, обґрунтування елементів її деонтологічної складової. Виокремлення на підставі ідентифікації актуальних галузевих проблем, деонтологічних викликів, дилем і тенденцій, що постають перед українською журналістикою.

Реалізація мети в процесі роботи над дослідженням забезпечується формуванням таких **завдань**:

– проаналізувати стан розробленості визначеної наукової проблеми та розв'язання питань журналістської етики в науковій царині;

– визначити зв'язок між етикою та деонтологією в реаліях сучасної журналістики;

– розглянути поняття етики та моралі в роботі журналіста щодо належного сповідування професійного обов'язку;

– виокремити нові деонтологічні виклики й дилеми, що постають у межах функціонування професійних журналістських цінностей;

– дослідити аспекти, що впливають на дотримання журналістами професійних етичних норм, показати позитивні й негативні чинники їх подальших перспектив;

– виокремити актуальні тенденції щодо суспільної реакції, запитів і розуміння виробниками та споживачами медіапродукту ключових етичних питань професійної журналістики.

Сукупність проаналізованої інформації та виокремлення в ній вектору наукового пошуку автора дозволили ідентифікувати об'єкт і предмет дослідження.

Об'єкт дослідження – деонтологія журналістської діяльності як розділ професійної етики на теоретичному та практичному етапах функціонування.

Предмет дослідження – етичні та деонтологічні виклики, дилеми й тенденції, що постають у межах новітніх інформаційних явищ.

Широке використання власне **емпіричного матеріалу**, що сконцентрований у вигляді результатів наукових досліджень, журналістських та експертних праць, надає роботі практичної цінності. Джерелом фактичних даних став контент таких авторитетних видань, як «Українська правда», «Детектор медіа», «BBC News Україна», «Українська літературна газета», «Liga.net»; фактчек проєктів «Доступ до правди», «Stopfake.org», «Слово і діло», «Без брехні», «Reporter's Lab»; радіостанцій «Громадське радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»; а також матеріали ГО «Інститут масової інформації», «Texty.org.ua», ГО «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» та ін.

Методи дослідження. Для досягнення визначеної наукової мети методологічна специфіка в роботі представлена у вигляді емпірично вироблених та науково обґрунтованих елементів, що сприяють розкриттю особливостей окремих компонентів заявленої проблематики. У формі історіографії встановлюється зв'язок досліджуваного поняття з його аналогами в інших наукових галузях, досліджується етимологія ключових термінів для їх цілісного тлумачення. Дослідження деонтології журналістської діяльності здійснене із застосуванням методів аналізу та синтезу задля з'ясування стану розробленості теми дослідження і вивчення особливостей окремих компонентів роботи. Процес теоретичного наукового пошуку супроводжується аналізом уже наявних наукових доробків, що контекстуально межують із темою дослідження, а також встановленням паралелей між теорією та практикою у вигляді співставлення теоретичних узагальнень із реальним станом речей. За допомогою симбіозу індуктивного й

дедуктивного методів встановлено актуальні проблеми в журналістських цінностях. Методи моніторингу й моделювання застосовані з метою предметного вивчення проблемних факторів досліджуваних явищ. Метод анкетування використано для уточнення тенденцій щодо розуміння респондентами проблематики журналістського обов'язку. До зразків практичної цінності дослідження слід віднести ідентифікацію баз для оперативної перевірки публічної інформації та формування переліку національних фактчек проєктів.

Наукова новизна одержаних результатів визначається об'єктом дослідження, що охоплює проблематику належного сповідання професійних цінностей та етичних норм на теоретичному й практичному етапах функціонування. Акценти в завданнях розкривають нові проблемні складові роботи журналіста за сучасних мас-медійних умов. У процесі роботи випрацювано авторський підхід до розв'язання комплексної проблеми щодо журналістського обов'язку як невід'ємної частини професійної етики, отримано результати, наукова новизна яких полягає в тому, що

уперше:

- здійснено цілісний підхід до вивчення, синтезу, аналізу та оцінки журналістського обов'язку в розрізі професійної етики як проблеми журналістикознавчої науки;

- виокремлено деонтологію журналістської діяльності як розділ журналістської етики;

- обґрунтовано елементи деонтологічної складової професійної етики журналіста;

- визначено зв'язок між компонентами професійних журналістських цінностей та чинниками, що впливають на сповідання професійних етичних норм;

удосконалено:

- підходи до розуміння сутності базових понять дослідження («журналістська етика», «мораль», «журналістська деонтологія»);

– поняттєвий апарат дослідження проблематики журналістської етики, що розширився завдяки комплексному дослідженню деонтологічної проблеми;

набули подальшого розвитку:

– теоретичні та практичні підходи до вивчення журналістської етики, а саме виокремлення в ній деонтологічної складової;

– методологічні засади вивчення деонтології журналістської діяльності, зокрема підхід до визначення особливостей сповідування професійного обов'язку;

– рекомендації щодо вивчення деонтологічних викликів і дилем, які постають у межах функціонування професійних журналістських цінностей.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть використовуватись у навчальному процесі як доповнення до курсів, пов'язаних із журналістською етикою, або у якості окремої дисципліни. Матеріали дослідження є актуальними в науковій царині, пов'язаній із вивченням проблем журналістського обов'язку, верифікації фактів, виправлення неправдивої інформації, соціальної журналістики, медіавласності, медіаграмотності тощо.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійною роботою, здійсненою в галузі теорії та історії журналістики. Теоретичні обґрунтування, практичні результати, фактологічні дані та висновки здобуті самостійно у процесі наукових пошуків автора. Основні положення дисертації викладено у 27 наукових публікаціях, із яких: 10 статті у фахових виданнях, рекомендованих МОН України, 3 статті в іноземних виданнях (2 у співавторстві), 5 публікацій у виданнях, індексованих у наукометричній базі «Web of Science» (у співавторстві), 3 публікації в колективних монографіях (у співавторстві), 6 тез доповідей у матеріалах конференцій. Статті у фахових виданнях, рекомендованих МОН України, а також матеріали конференцій опубліковано одноосібно.

Апробація результатів дослідження. Праці апробаційного характеру опубліковано у збірниках міжнародних науково-практичних конференцій: «Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії» (Київ, 2018), «Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку» (Буча, 2019), «Актуальні проблеми соціальних та економічних процесів в умовах трансформації українського суспільства» (Буча, 2020), «Антикризовий розвиток соціальних та економічних процесів в умовах глобалізації» (Буча, 2021), «Інноваційні технології у будівництві, цивільній інженерії та архітектурі» (Чернігів, 2021).

Структура й обсяг дисертації. Мета і завдання дослідження зумовили структуру дисертації, яка складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, дев'яти підрозділів, загальних висновків та списку використаних джерел із 260 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСОБИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Стан розробленості теми дослідження

За час вивчення науковцями явища журналістської етики та її адаптації до національних реалій підготовлено чимало вартих уваги праць у контексті тематики, що межує з дослідженням деонтології журналістської діяльності. До переліку проаналізованих входять дисертації, монографії, наукові статті, підручники посібники та інші науково-теоретичні та навчально-практичні результати діяльності українських і зарубіжних авторів, що суголосне з проблематикою дослідження професійного журналістського обов'язку.

В Україні тему журналістської етики й дотичну до неї тему професійного обов'язку ґрунтовно досліджували О. Кузнєцова «Журналістська етика та етикет» [81], Я. Ширченко «Журналістська етика: проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід)» [199], С. Криворучко «Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні» [81], Г. Миролубенко «Інформаційна етика в просторі сучасних комунікативних процесів (філософсько-етичний аналіз)» [102], Н. Стеблина «Етика у сфері соціальних комунікацій: професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR» [173], а також В. Іванов, В. Сердюк, В. Різун, В. Мостовий, С. Штурхецький, В. Здоровега, Т. Хоменко та ін. У роботах зазначених науковців основні акценти фокусуються на моральних нормах і професійних принципах роботи журналіста. Однак в означених працях основна увага не спрямована на дослідження журналістського обов'язку у вигляді деонтологічних ідей.

Загальні теоретичні концепції дослідження базуються на працях із журналістикознавства, соціальних комунікацій, наукознавства та філософії, що контекстуально межують із заявленою проблематикою. Важливим

науково-теоретичним фундаментом дослідження стали роботи науковців, які в дослідницькій діяльності охоплюють проблематику професійної етики та журналістського обов'язку.

Зокрема О. Кузнєцова формує цілісне уявлення саме про українські етичні парадигми всередині професії. Ключовим у її роботах є орієнтир на гуманізм, як невід'ємну складову цих процесів. С. Криворучко підходить до розгляду питання з позицій професійної етики журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні. Авторка висуває ідеологію, згідно з якою професійну етику у виробничому процесі варто вибудовувати таким чином, щоб ефективно поліпшувати саму журналістську діяльність. Я. Ширченко в контексті вивчення проблем і концепцій порівнює світовий та національний досвід, проводячи паралелі між позитивними й негативними чинниками перебігу процесів в Україні та закордоном. В. Іванов і В. Сердюк зробили цілісний огляд явища національної журналістської етики в однойменному підручнику [56], даючи змогу освітянам і журналістам перейняти узагальнений досвід.

У працях В. Здоровеги, В. Різуна, В. Мостового простежуються тенденції до постановки проблем, пов'язаних із професійним обов'язком та журналістською етикою. С. Штурхецький вивчає моральні проблеми журналістської діяльності крізь етичні та юридичні аспекти їхньої регуляції в Україні. Праці К. Шендеровського, К. Соколової та Ж. Степанова в контексті теми дослідження розглядаються з позицій характеристики явища соціальної журналістики в Україні. Автори зазначають, що журналістика, де в центрі уваги знаходиться людина та її проблема, передбачає особливі вимоги до професійності самих мас-медійників. Праці В. Кебуладзе охоплюють філософські узагальнення питання свободи волі, а його постановка проблеми актуалізується в контексті дослідження свободи вибору та свободи дій у площині національних мас-медіа. Т. Хоменко одна з небагатьох українських науковців, котра досліджувала саме деонтологію в журналістиці, зокрема її місійний аспект. Авторка наголошує на необхідності

усвідомленості журналістами відповідальної місії, котру передбачає їхня професія [188].

Журналістське розслідування Інституту масової інформації та ГО «Детектор Медіа» за 2020–2021 рр. (О. Братущак, Р. Головенко, О. Голуб, Н. Данилюк, О. Довженко, О. Ілюк, Я. Зубченко, З. Красовська, О. Романюк), націлене на виявлення та ідентифікацію проросійської й антизахідної конспірології в інформаційній війні, дає змогу оцінити масштаби, методи, наслідки російсько-української інформаційної війни. У роботі вони постають у співвідношенні із журналістським обов'язком, протидії дезінформації та дотриманням професійних стандартів діяльності. Журналістські матеріали Г. Складарської, щодо проблематики медіаграмотності, демонструють актуальні тенденції доносити журналістами правду. Їх доповнюють результати досліджень А. Сафарова, котрі вказують на механізми протидії дезінформації. М. Горбань зазначає про виклики у професійній діяльності для журналіста-розслідувача. З. Григорова формує актуальну ієрархію інформаційного простору. Журналістські роботи Г. Рибалки та В. Шрамовича, що стосуються проблеми військовополонених, дозволяють практично оцінити характер реалізації журналістської діяльності, спрямованої на вирішення соціальних питань. Предметом розгляду М. Погуляєвського виступила українська олігархічна власність у контексті олігархізації та офшоризації медіаринку. В. Єрмоленко деталізує інформацію, пов'язану з тіншовими офшорами та механізмами їх використання. А. Бродецький висвітлює питання свободи вибору в контексті роботи алгоритмів у мас-медіа.

Також у процесі дослідження деонтологічної проблематики журналістської діяльності залучено напрацювання зарубіжних дослідників. Зокрема роботи Д. Агудело, В. Верду, А. Ситримбулум, М. Літла, що стосуються ідентифікації проблем і виокремлення підходів до соціальної журналістики. Окреме значення мають узагальнення Н. Шексона щодо природи існування явища офшорів у глобальній міжнародній площині.

Під час розгляду історіографії деонтологічної проблематики розглянуто основні її концепції на прикладах праць Дж. Суарес Вілега, С. Матеус, Ж. Діас-Кампо, М. Кхапаро-Домінгуес, Ф. Сегадо-Бокс, А. Квін, М. Раян, Д. Жак'юетте, Ж. Сінгер, А. Апелман, К. Хетінга, Т. Харкуп, Дж. Фореман, Д. Біддл, Е. Лоунсбері, Р. Джонс, М. Луенго, С. Херара-Дамас, Е. Сомфалву, Х. Плінс, Т. Ускалі, П. Іконен, І. Костера-Меїджер, Б. Мутсваіро, С. Салгадо, С. Ладжаджік, Ф. Мартін та ін.

Саме тому результати робіт зазначених дослідників, журналістів, експертів і багатьох інших авторів у своїй сукупності становлять теоретичні концепції основних засад дисертації. Однак проблема деонтології журналістської діяльності на основі українського досвіду не була предметом комплексного дослідження учених, журналістів та експертів.

Вивчення питань журналістського обов'язку передбачає задіяння концепцій фахівців зі сфер журналістської етики, журналістикознавства, соціальної журналістики та філософії, а також низки матеріалів журналістів і медіаекспертів, що контекстно межують із виокремленими в дослідженні викликами, проблемами, дилемами, тенденціями. А саме: верифікація фактів, виправлення неправдивої інформації, соціальна журналістика, де в центрі уваги знаходиться людина та її проблема; чинників, що впливають на сповідування журналістами професійних стандартів; олігархізація та офшоризація, як проблеми прозорості медіаринку та питання свободи вибору і свободи дій у площині національних мас-медій; тенденції підвищення рівня медіаграмотності, як результату збільшення запитів на якісну інформацію.

Для вичерпної характеристики стану розробленості теми дослідження необхідно предметніше розглянути праці окремих авторів. Так О. Кузнецова одна з перших у незалежній Україні ґрунтовно та систематизовано узагальнила підходи до явища журналістської етики в професійній діяльності. За її словами важливість професійної етики полягає у розумінні того, що журналістика в «перехідний період до демократії впливає на мораль суспільства та формує його культуру» [82]. У роботі «Журналістська етика

та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень» (1998 р.), окрім вступного розгляду понять журналістської моралі та етики, авторка особливо увагу звертає на «гуманізм, як основний критерій журналістської етики і моралі» [82, с. 39]. Висловлюючи свою гуманістичну концепцію, вона зауважує: «сучасна українська демократична журналістика повинна існувати в ім'я людей, а не влади, партій, чи комерційних структур, що реально тільки для ЗМІ, незалежних від державних та інших інститутів» [82, с. 43]. Якби у професійній журналістиці на першому місці завжди стояла людина, ми б не мали у сучасній історії української журналістики такого демократично ганебного явища, як темники. Суспільний інтерес, а не комерційний, повинен бути одним із ключових критеріїв якості сучасної журналістики. Саме тому О. Кузнецова з-поміж інших виділяє такі «аргументи на користь гуманізму, як загальної філософської основи журналістики:

- необхідність спільного розв'язання державних, політичних, економічних, національних, релігійних, соціальних, екологічних проблем;
- повна реалізація прав і свобод людини в державному та міжнародному масштабі;
- усунення протистоянь націй, конфесій, партій, соціальних груп, для співробітництва в ім'я виживання» [82, с. 44].

У сучасних українських реаліях, на тлі гібридних інформаційних протистоянь, що охоплюють усі зазначені О. Кузнецовою в першому пункті сфери, зауважуємо актуальність наукових орієнтирів щодо необхідності розв'язання суспільних проблем. У контексті дослідження етики розуміємо, що перш за все професійна журналістська діяльність, виступаючи комунікативним каналом для суспільства, несе відповідальність за публічну розстановку акцентів і пріоритетів по вирішенню означеного кола проблем. У цьому контексті на важливості відповідальності журналіста наголошує Д. Жакетт: «журналісти зобов'язані розповідати правду в інтересах суспільства» [233].

Торкаючись питання етичних цінностей журналіста, О. Кузнецова звертає увагу на важливе місце аксіології та деонтології журналістики. За її словами, перша вивчає «етичні цінності, що ґрунтуються на загальних принципах професійної етики журналістів», та має тісний зв'язок із деонтологією журналістики у контексті «цінніснооцінюючих відношень до предмета пізнання і його відтворення» [82, с. 49]. Авторка вважає ці відносини індивідуальними, хоча у їх основі лежать «ціннісні принципи з міжнародних та національних документів журналістської етики» [82, с. 49]. Називаючи «цінніснооцінюючі відношення до предмета індивідуальними» [82, с. 49], вона підкреслює роль особистої моральності журналіста, адже професійні етичні цінності є лише однією складовою з-поміж загальнолюдських, національних, етичних та індивідуальних цінностей людини. З цього постає висновок, що лише за умови всебічної ціннісної розвиненості журналіста, є реальним сповідування ним професійно-етичних норм журналістського ремесла.

Іншу частину монографії О. Кузнецова присвячує питанню професійного етикету, який за висновком науковиці охоплює сфери офіційного спілкування, вербальну, полеміки і критики, невербальну, неформального спілкування.

Проте, як влучно підмітила С. Криворучко, ототожнення етикету з етикою «видається не зовсім доречним», адже «етикет має лише дотичний стосунок до етики, бо не базується на цінностях, не потребує свідомого осмислення для сприйняття його правил», «етикет оформлює комунікацію за правилами хорошого тону» [81, с. 32]. Словникове тлумачення цих двох понять підтверджує такі міркування. Етика, в основі якої лежать моральні цінності, значно глибше розглядає питання індивідуальної внутрішньої мотивації, що спонукає людину чинити належним чином. Етикет, як «норми поведінки і правила ввічливості в якому-небудь товаристві» [42], виступає значно формалізованішим. Місце професійного етикету впливає з концепції журналістської етики, яку О. Кузнецова вбачає в «особливих вимогах:

цінностях, нормах, правилах і обов'язках, характерних тільки для журналістської діяльності [82, с. 28]. Тут бачимо, що, за визначенням авторки, етикет не суперечить етиці, а будучи формальним компонентом доповнює її.

Подальший розгляд О. Кузнецовою питань етики реклами у ЗМІ, мережевої Інтернет-етики, регулювання порушень етичних норм спрямований на виведення теоретичних узагальнень, що поряд із працями зарубіжних науковців лягли в основу підходів до цих понять у незалежній Україні. Монографія О. Кузнецової розкриває «величезну кількість конкретних проблем, які потребують докладного вивчення» [81, с. 33]. З огляду на технологічну трансформацію масово-комунікаційних процесів, розглянуті О. Кузнецовою проблеми потребують свіжого погляду та оновлення у відповідності з сьогоденням.

С. Криворучко у своєму дисертаційному дослідженні «Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні» (2003 р.) [81], огляд досліджень у галузі етики преси починає з теоретичного доробку Д. Авраамова «Професійна етика журналіста» (1991 р.). На переконання дослідниці, Д. Авраамов вносить «певні доповнення» до підходів та розуміння журналістської етики. Зокрема акцентує увагу на відмінностях між професійною етикою журналіста, та загальними моральними нормами [81, с. 18]. Про це вже йшлося у монографії О. Кузнецової, тому обґрунтування тези доволі просте – професійна журналістська етика є галузевою, тож її установки не призначені для будь-кого, хто працює з публікацією текстів. Такі особливості й відрізняють професійну журналістську діяльність від непрофесійної. При цьому людина, не будучи журналістом, може професійно володіти основами подачі матеріалів, а відмінність полягає у меті – особистій чи суспільній. Навіть громадянська журналістика, за словами А. Куликова, можлива лише за умови співпраці професійного журналіста з особою, що вирішила поділитися інформацією [83]. Проте подекуди її сучасні інтерпретації змушують медіасферу переосмислювати підходи до її

розуміння [242]. Тож, за висновками С. Криворучко, професійна етика повинна функціонувати таким чином, щоб «здійснювати журналістську діяльність з максимальною віддачею, але при цьому – з мінімальними відхиленнями від суспільної моралі, яких, на думку Д. Аврамова, уникнути неможливо» [81, с. 19]. Суспільна мораль може мати набагато більше варіацій, ніж вузькопрофесійна, адже перша має на меті суб'єктивне благо, тоді як журналістська передбачає забезпечення саме суспільного блага. Один із ключових демократичних постулатів про те, що громадськість має право знати правду, і покликана забезпечувати якісна журналістика.

Окрім розгляду значення етичних цінностей, свободи й відповідальності особистості, морального вибору, співвідношення цілей та засобів у роботі журналіста С. Криворучко звертає окрему увагу на етичний компонент демократії і свободи преси, на етику в демократичних державах. За її словами, «дві іпостасі демократії – політична та соціокультурна – обумовлюють одна одну, перетинаючись у місці визначення й прийняття цінностей» [81, с. 73]. Тут авторка проводить думку про тісний зв'язок соціальних інститутів щодо забезпечення самої демократії. За умови уникнення конфлікту інтересів між владою та суспільством, можливе функціонування демократії, однією з візитівок якої є свобода висловлювань та свобода преси. Сама по собі якісна журналістика можлива лише у демократичному суспільстві, тому С. Криворучко досліджує журналістську етику саме на етапі розвитку демократії в Україні та робить паралелі зі сталими демократичними країнами. За словами авторки, унаслідок «демократизації соціального і політичного життя» ідеали демократії «екстраполювалися на етику, зокрема на етику преси» [81, с. 74]. Таким чином дослідниця підкреслює тенденційність розвитку журналістської етики в демократичних країнах. Проте радить не абсолютизувати досвід розвинених країн, адже «не всі цінності Заходу є безперечним зразком для нашого етичного відновлення». Це пояснюється тим, що «не завжди цей досвід відповідає нашим потребам», даючи не ті відповіді на «питання, які

найбільше хвилюють нашого співвітчизника, за плечима котрого – досвід підвладності імперським режимам, помножений на трагічні реалії ХХ сторіччя» [81, с. 75]. Таким чином впливає доктрина, за якою Україна має пройти власний унікальний шлях до демократизації суспільства та вироблення власних професійних етичних установок, що відповідають особливим запитам українського буття. Насправді жодна мова та культура не витерпіла стільки цькувань, як українська. Тож не дивно, що під впливом і по нині прогресуючих негативних чинників цілеспрямованого впливу українська демократія має свої, невідомі Заходу чинники дії на свободу преси та професійну етику. «Демократія потребує громадських ЗМІ, зокрема незалежної преси» [81, с. 76], що в сучасних умовах олігархізації та офшоризації ідентифікується як проблема прозорості українського медіаринку.

Попит на конкретні мас-медіа в Україні здебільшого прямопропорційний фінансовим вкладенням власників у просування медійного продукту, його накладення на смаки аудиторії. Фактично в Україні немає цензури, але є конкуренція на продукування інформації. І коли «понад 75 % українців регулярно дивляться телеканали, які належать олігархам» [247], доцільно припустити, що така «свобода слова» має свою упередженість.

До речі, С. Криворучко, проаналізувавши Кодекс професійної етики українського журналіста від 17 квітня 1997 року, приходять до висновку, що всі його положення «повністю або частково списані» в інших, та «майже не адаптовані до нашої дійсності» [81]. Проте чомусь авторка не бере до уваги той факт, що у квітні 2002 року Кодекс переглянуто на Х з'їзді Національної спілки журналістів України. З тих пір Кодекс налічує одинадцять пунктів, і хоча кардинальних відмінностей від своєї давнішої версії там небагато, мусимо зауважити, що все ж певні адаптаційні зміни у ньому на той момент відбулись. У Таблиці 1.1.1 вказано оновлені тези Кодексу 2002 р.

Таблиця 1.1.1. Зміни у Кодексі етики українського журналіста 2002 р. [68]

№	Пункт та його зміст
1.	1 пункт – «Журналіст відповідальний перед читачем, слухачем та глядачем»;
2.	4 пункт – «Особливу чуйність і тактовність журналіст має виявляти щодо дітей та неповнолітніх. Водночас журналіст зобов’язаний сприяти зміцненню моральних та етичних засад суспільства, збереженню національних, культурних традицій, протистояти впливу культу насильства, жорстокості, порнографії»;
<i>Зміщується останній 10-й пункт на 11-й, натомість постає новий:</i>	
3.	Новий 10 пункт – «Журналіст покликаний постійно працювати над підвищенням власного фахового рівня, плекати свою основну зброю – слово, суворо дотримуватися конституційних норм функціонування української та інших мов в Україні, рішуче виступати проти фактів неповаги до державної мови, приниження її ролі та значення у житті суспільства».

У новоутворених тезах та пункті 10 бачимо, що учасники X з’їзду НЖСУ переглянули формулювання двох пунктів, наповнивши їх означенням відповідальності перед аудиторією та толерантності по відношенню до неповнолітніх. Цікавим є додаток, що стосується «збереження національних, культурних традицій», адже тут чи не вперше окреслюється питання підтримування національної автентичності. Таке прагнення цілком вписується у етичний контекст, адже неповагою до українців є якраз ігнорування таких речей. Новоутворений 10-й пункт торкається проблеми професійності журналістів. Зокрема увагу акцентовано на професіоналізмі слова, на повазі до державної мови. Це не скасовує журналістської толерантності, але означає її кордони. Нині актуальний Кодекс етики українського журналіста різюче відрізняється від своїх прототипів і налічує 19 положень, в основі яких лежать

саме тези переглянутого у 2002 р. Кодексу. Останні зміни датуються з'їздом журналістів-підписантів 2013 р. [46, с. 30].

Зауваження С. Криворучко щодо «певних тавтологій та недоречностей», та дещо слабких «відстоювань демократичних тенденцій, ідеалів та цінностей, як для країни, якій потрібно боротися за демократію» [81, с. 136], а також щодо дефіциту розголосу на той момент залишалися актуальними. На противагу цьому вкажемо, що з виникненням окремої спеціальності «Журналістика» в українських закладах вищої освіти та активній медійній діяльності НСЖУ, створені вітчизняної Комісії з журналістської етики – останнє зауваження авторки на щастя наразі не актуальне.

Ще однією роботою, котра привертає увагу в контексті дослідження журналістського обов'язку, є посібник «Етична журналістика» (2007 р.) [216], який випустили за підтримки зарубіжних колег із Міжнародного фонду «Відродження» та Офісу демократичних і соціальних перетворень від США. У ньому цінним є «опитування черкаських журналістів і політиків» на тему «Журналісти і політики не повинні безпричинно ні цілуватися, ні кусатися» [216, с. 6]. У Таблиці 1.1.2 тезово виокремлено основні думки учасників опитування, що характеризують журналістську етичну проблематику того часу. Цей приклад є показовим для зіставлення та аналізу нинішніх етичних проблем із тогочасними та демонстрацією деяких тенденцій, притаманних їхній специфіці.

У опитуванні взяло участь 17 осіб, із яких 4 політиків та 13 журналістів. Як бачимо, показовими є розбіжності у розумінні деяких журналістів поняття безпартійності. Вочевидь: аби вони пам'ятали сьомий пункт актуального на той момент «Кодексу професійної етики» (2002 р.), у якому чітко говориться, що журналіст у професійній діяльності «не має права ставити особисті інтереси» над потребами громадськості, судження про партійність відпали б. Однак чимало журналістів обстоювали позицію неупередженості, що говорить про належний рівень професійної свідомості опитаних. Натомість відповіді політиків щодо співпраці з журналістами дещо посоромили медійників, адже

основна претензія – професійна адекватність, яка не завжди притаманна сьогодні журналістам.

Таблиця 1.1.2. Основні думки учасників опитування, що характеризують журналістську етичну проблематику 2007 р. [216, С. 6–8]

№	Питання / Відповіді респондентів
1.	Стосунки між журналістами і політиками?
	<p><i>Відповіді журналістів:</i> «мають будуватися на взаємоповазі»; «бути толерантними»; «без симпатій і антипатій»; «чим більше нашого брата буде у депутатському корпусі, тим легше буде лобіювати наші питання»; «толерантними та взаємовигідними, ...або народу служиш, або таємній політичній силі»; «нормальні робочі стосунки»; «незалежними»; «найкращий варіант, коли журналіст поза політикою. Він має бути збоку»; «джентельменськими, щирими, відкритими, двосторонніми»; «журналісти, як і всі можуть бути партійними»; «порядними, чесними, відвертими і максимально нейтральними»; «до партійності журналіста ставлюся супернегативно»;</p> <p><i>Відповіді політиків:</i> «відкритими»; «політики мають право на приватне життя»; «політики апріорі налаштовані на співпрацю»; «нормальними»; «доброзичливими».</p>
2.	Неприпустимі вчинки журналіста?
	<p><i>Відповіді журналістів:</i> «зловживання словом, помста»; «використовувати брудні технології»; «отримувати зарплату 450-500 гривень, їздити автобусом, ...дізнаватися новини з обласних чи київських газет»; «опускатися до підлості, хамства і продажності»; «брехня, компромат, чорний піар»; «провокаційні матеріали»; «надмірна продажність, бо з рештою ми всі продажні»; «інформувати, повідомляти, досліджувати, а не інтерпретувати»; «використовувати журналістику у корисних цілях»; «нещирість і підступність»;</p> <p><i>Відповіді політиків:</i> «давати неперевірену інформацію»; «брехня»; «необ'єктивність»; «спотворення події»; «вчинки, що йдуть у супереч законодавству».</p>

Іншим прикметним запитанням організатори дискусії намагалися проілюструвати загальну картину знання професійних етичних норм. Журналістів запитали: яких норм професійної етики треба дотримуватися? Як виробничий процес впливає на практику професійної діяльності?

Відповідь від зарубіжних колег говорить сама за себе – за 30 років роботи у Бі-Бі-Сі (Велика Британія) не було жодного випадку звинувачення журналіста, «що він бере гроші у певного політика»; журналісти Бі-Бі-Сі мають право голосувати за кого хочуть, але «їм забороняється бути активними членами будь-якої з політичних партій». Такий крок впроваджено, щоб уникнути конфлікту інтересів та не скомпрометувати себе перед громадськістю: або ти журналіст, або політичний діяч, – середнього між двома спрямуваннями не існує, адже у цих професійних деномінаціях різні цілі діяльності.

Натомість інтерв'юер дискусії О. Вівчарик зауважує: «Найбільше у вічі впадає, що журналісти дуже губилися, коли я їх запитував. Здається, що може бути простіше? ...дехто з журналістів надовго замислювався, а дехто називав це питання складним і, по суті, не відповідав на нього. Очевидно, – чи ці стосунки у нас ще не вибудувалися, чи люди не звикли відверто говорити» [216, с. 9].

Зі слів автора можна підсумувати: не всі учасники зустрічі були знайомі з «Кодексом професійної етики українського журналіста», звідси й різниця у відповідях та загальному розумінні ситуації. Чимало тогочасних журналістів здобули практичні навички за фактом роботи, а не з університетських лав. Це не є підставою для обговорення, але відкритими залишаються запитання про знання та розуміння етичних аксіом журналістського ремесла людьми, які не мали змоги над ними порефлексувати. Серед означених проблем бачимо й деонтологічні питання обов'язку та належного сповідування професійних стандартів. Означене дослідження показує, що деякі етичні проблеми сьогодення є тенденційними, адже тривають досить довго. З огляду на це, існує потреба у пошуку нових рішень щодо врегулювання болючих зон у професійних етичних стандартах.

Дисертація Я. Ширченко «Журналістська етика: проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід)» [199], контекстно переплітається із роботами попередніх авторів, проте має свої сутнісні ознаки. По-перше,

авторка при розгляді «історіографії питання» ставить за мету скомпонувати загальний світовий конструкт уявлень про журналістську етику, цитуючи досить широке коло осіб, які висловлювалися на цю тематику. Ставлячи завдання «виявлення і виправлення помилок та неточностей, що містяться в уже існуючих дефініціях», Я. Ширченко приходять до висновку про диференціацію етики на «етологію, аксіологію, деонтологію» [199]. Починає від тлумачення сприйняття етики за професором Сорбони А. Госеліним, який ділить процес на три рівні аналізу: описовий, нормативний, та метаетичний, – «постає з рефлексивної етики яка, з одного боку вивчає гносеологічні, логічні або семантичні питання, що стосуються двох перших рівнів, і з другого боку... розглядає легітимність практикованих у суспільстві норм»; описових окреслень етики від О. Кузнецової – маніпулювання суспільною думкою; М. Кравенського – проблема вибору; А. Лананде – судження про добре та погане; С. Россел – нематеріальний «діамант цінностей». Після чого повертається до етимології давньогрецького розуміння світу, де етика постає частиною філософії поміж естетикою та гносеологією. Простіше кажучи, до давньогрецького раціонального підходу до етики, як до переліку чеснот, необхідних для підтримування та поліпшення суспільного устрою.

Проте, описуючи ситуацію з М. Ломоносовим та Л. Ейлером, Я. Ширченко називає статтю М. Ломоносова «Міркування про обов'язки журналістів при викладі ними творів призначених для підтримки волі філософії» – дисертацією [199, с. 13]. Хоча це стаття, яка справді вважається «прамоделлю етичних правил поведінки» журналістів часів Російської імперії (1754 р.). Продовжує історіографічний огляд дослідниця описом невід'ємного зв'язку між психологією та етикою, цитуючи В. Вундтома – дослідження реакцій на неетичну поведінку, та З. Фрейда – зв'язок емоцій із фізіологією. Такий спектр огляду тлумачень етики загалом обумовлено означенням рамок теми дисертаційного дослідження, адже авторка береться порівнювати саме «світовий та вітчизняний досвід». Резюмуючи історіографію від Я. Ширченко зауважимо, що за сукупністю тлумачень поняття етики у колективній

свідомості науковців та журналістів тісно переплітається з журналістськими стандартами та не є відокремленою від будь-якого з них. Проте, цитуючи науковців, які приділяли увагу питанню етики журналіста, Я. Ширченко зауважує, що «в Україні недостатньо узагальнюючих робіт із журналістської етики, майже немає досліджень... які могли б забезпечити дотримання норм і принципів журналістської етики» [199, с. 58]. І формує висновок, що «про професійну придатність людини до журналістики не можна судити без урахування її моральних якостей» [199, с. 58]. Авторка підносить розвиток культури громадськості до «інвестицій у сьогодення і майбутнє» [199, с. 60], і закономірно декларує вагому причетність журналістики до цього процесу. Означені етичні компоненти мають зв'язок із деонтологічною проблематикою у контексті питань обов'язку журналіста перед аудиторією та факторами, що впливають на дотримання ним професійних норм.

Міркуючи над «теорією і практикою журналістської етики у національних ЗМІ» Я. Ширченко торкається аспектів етики періодичних видань, аудіовізуальної журналістики та кодексу професійної етики українського журналіста. Дослідниця окремо виділяє проблему саморегуляції українських ЗМІ, яка й у 2022 р. є актуальною, не зважаючи на активну працю НЖСУ та Комісії з журналістської етики. «Регулювання етичних норм – це колективна справа журналістів» [199, с. 118], а не власників медіа-холдингів – проводить думку Я. Ширченко. Однак існує певна редакційна політика будь-якого видання, що передбачає свої особливості відбивання дійсності. Ключовим у цьому аспекті є штучне конструювання реальності за допомогою мас-медіа. Очевидно, що сучасні українські медіавласники мають свої мотиви та ідеологічний вектор інформаційної діяльності. Та відкритим залишається запитання: наскільки журналісти дають зазіхати на власну неупередженість? Саме про це пише Я. Ширченко, означуючи необхідність колективної зацікавленості журналістською спільнотою у етичності ремесла. «Журналіст завжди стоїть перед вибором, як виконати свій обов'язок перед народом,

редакцією. Чи люди потребують тієї інформації, яку має на меті висвітлити редакція, чи ні?» [199, с. 119].

Мотивуючи посиленням впливу мас-медіа на особистість, авторка пропонує «таку класифікацію для телепрограм та фільмів»: З – загальна аудиторія; ЗБ – згода батьків; ТБ-14 – не рекомендовано дітям до 14; М – з віком до 17 у супроводі дорослих; М17 – «молоді до 17 перегляд заборонений»; Д – не підходить для дітей до 16; ТБ-Д – «для дітей будь-якого віку»; ТБ-Д7 – від 7 років; ТБ-К – рекомендується батьківський контроль [199, с. 121]. Усі перераховані категорії мають сенс для контролювання впливу телебачення на формування особистості. Проте не зовсім зрозумілим є ототожнення телепрограм і фільмів з журналістською етикою. Кінематограф та шоу-бізнес не мають задекларованого відношення до професійної журналістики, отже означення такого роду фільтрування медіа-контенту не є частиною питань журналістської етики. З іншого боку воно могло б виступати предметом журналістських ініціатив та набути підтримки громадськості. Однак, з масифікацією мережі Інтернет та безконтрольним користуванням різного роду інформацією, у сучасних дітей та молоді просто не виникає інтересу до телевізора. Крім того в нинішніх реаліях телебачення тлумачиться як «бачити щось на відстані», тож відеоролики з соціальних мереж та відеохостингів теж є телебаченням, контроль за яким належить авторам чи власникам проєктів, та користувачам, що поширюють готовий контент. За таких умов запропонована градація контенту Я. Ширченко є неможливою, та потребує переосмислення і допрацювань для перелаштування під сучасні реалії.

Розглядаючи світовий досвід джерел та проблем журналістської етики Я. Ширченко звужує увагу на зарубіжних ЗМІ та можливостях повторення досвіду. Останнє тлумачимо як перетворення, адже повторити щось ментально чуже є неможливим для українського суспільства. У загальних рисах «більшість Національних рад з питань преси» у кодексах професійної етики торкаються тих самих положень, що зазначенні в національних аналогах.

Однак методики роботи над помилками за кордоном мають свої відмінності. Наприклад, в Україні Комісія з журналістської етики в особі голови реагує на подані скарги та виносить попередження чи суспільний осуд діям журналістів. Натомість у США, Канаді та Великобританії «призначають своїх омбудсменів, часто викладачів журналістики» [199, с. 125]. Міркуючи про такі способи саморегуляції у журналістській діяльності Я. Ширченко підводить до усвідомлення взаємозв'язку трансформації свободи ЗМІ та побудові громадянського суспільства. І влучно підмічає, що існує два поля свободи – абсолютної та потенційної. Журналісти в Україні мають свободу абсолютну, але свідомо послуговуючись професійними стандартами можуть користуватися нею як потенційною, адже моральні орієнтири не стільки забороняють неетичну діяльність, як перестерігають, апелюючи до її наслідків. Саме «чесність забороняє журналістові користуватися перевагами, які випливають із його професійного становища» [199, с. 152].

Підсумовуючи напрацювання Я. Ширченко беремо за основу одну з тез, у якій вказано, що «засоби масової інформації сприяють самовизначенню суспільної думки» [199, с. 155], а не являються її формоутворюючим чи виражальним аспектом. З позицій професійної етики це тлумачиться як принцип, за яким журналісти через мас-медіа за професійний обов'язок повинні мати мету – відтворення об'єктивної дійсності. Але аж ніяк не зумовлювати її з допомогою маніпулятивних технологій. Це явище й відрізняє професійну журналістику від діяльності, що за формальними ознаками її нагадує. З огляду на це, деонтологічна проблематика професійного обов'язку журналіста та факторів, котрі впливають на належне сповідування професійних стандартів залишається актуальною в контексті своєї важливості для існування якісної журналістики – тієї, що відповідає професійним вимогам.

Окрім означених вище робіт українських науковців існує навчальна література, що слугує путівниками для вивчення явища журналістської етики в академічному процесі становлення молодих журналістів. Для науковців це також становить окремий інтерес, адже навчальна література в загальному

вигляді зосереджує в собі певний зріз ідентифікації та характеристики підходів до розуміння журналістської етики. Для ширшого та предметного трактування професійних етичних принципів у навчальному процесі залучається спеціалізована література, що тлумачить та окреслює сфери впливу, які охоплюють межі етичних принципів. У Таблиці 1.1.3 перераховано основні підручники, матеріали яких переважно застосовуються під час опанування курсу «Журналістська етика» в українських закладах вищої освіти.

Таблиця 1.1.3. Основні вітчизняні підручники з журналістської етики

№	Назва книжки	Автор
1.	«Журналістська етика» 2006 р.	д-р філософ. н., проф. Іванов В. Ф.; фахівець у галузі журналістської етики Сердюк В. Є.
2.	«Професійна етика журналіста» 2005 р.	д-р філол. н., проф. Кузнецова О. Д.
3.	«Практикум із журналістської етики» 2012 р.	під ред. д-р філософ. н., проф. Іванова В. Ф.;
4.	«Журналістська етика: посібник для підготовки до державного іспиту» 2014 р.	за ред. екс голови комісії з журн. етики Мостового В. П., д-р філол. н. проф. Різуна В. В.

Ці кілька спеціалізованих праць допомагають студентам-журналістам краще зрозуміти природу явища журналістської етики. В узагальненому вигляді матеріали розміщеної у Таблиці 3 бібліографії складають сукупність етичних принципів, продемонстрованих у Таблиці 1.1.4.

Фактично після засвоєння означених етичних принципів перед журналістами постає власний вибір, який співзвучний із крилатим латинським висловом – «*i, quo virtus tua te vocat!* / іди куди кличе тебе твоя доброчесність». Нагадаємо, що Кодекс етики українського журналіста й інші моральні установки не мають юридичної ваги, але є загальновизнаними та необхідними для повноцінного функціонування професії. Тому в зазначених навчальних працях саме персональний моральний вибір є визначальним для подальшої діяльності. Отже, досліджуючи їх повертаємося до деонтологічної

модальності зобов'язань, заборон та дозволів, котрі передбачає професійна журналістика. Кожен із 13 пунктів безпосередньо у мас-медіа має ширше значення при предметному аналізі журналістських медіа-продуктів. Про це окремо зазначається в розділах 2 і 3.

Таблиця 1.1.4. Узагальнені етичні принципи журналістики

№		Категорія / Тезис	
Громадськість має право			
1.	- знати правду;	3.	- на приватне життя;
2.	- на повну та об'єктивну інформацію;	4.	- на презумпцію невинуватості.
Журналіст повинен			
1.	- бути чесним;	8.	- не порушувати закон при здійсненні професійної діяльності;
2.	- бути безстороннім;		
3.	- усвідомлювати власну соціальну відповідальність за медіапродукт;	9.	- не перешкоджати слідству своєю професійною діяльністю;
4.	- поважати приватне життя людини;	10.	- поважати колег;
5.	- ставити на перше місце громадський інтерес, а не комерційний;	11.	- чітко відокремлювати аналітику від реклами;
6.	- бути толерантним;	12.	- дотримуватися презумпції невинності;
7.	- бути гуманним;	13.	- робити усе можливе для виправлення неправдивої інформації.
Журналіст має право			
1.	- відмовитися від виконання завдання редакції, що суперечать його переконанням або пов'язані з порушенням норм професійної етики;		
2.	- не розкривати джерел інформації, до відповідного рішення суду;		
3.	- журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам.		

Окрім перелічених монографій, дисертацій, підручників і посібників існують варті уваги наукові статті, що з різних кутів висвітлюють

проблематику журналістської етики та невід'ємну від неї – журналістського обов'язку (деонтологічну). Аналіз досліджень і публікацій за період останніх десяти років у контексті заявленої проблематики ілюструє широкий спектр думок щодо дилем, проблем, тенденцій.

Розглядаючи теоретичні й практичні складові журналістської етики О. Теребус бачить питання *належного* у контексті виконання журналістом професійних обов'язків, який, «формуючи погляди населення, смаки та уподобання (в тому числі й політичні), повинен відповідально ставитися до збирання та поширення інформації» [182, с. 188]. Постановка питання таким чином дещо спотворює професійний підхід до продукування інформації, адже журналіст не повинен власноруч формувати суспільну думку. Надаючи повний спектр інформації про ту чи іншу подію, він дає змогу громадськості індивідуально оцінити ситуацію та сформулювати персональну думку.

Досліджуючи окремі аспекти жанрології В. Павлів міркує про професійну етику та журналістський фейлетон. Зокрема йдеться про те, що коли з міркувань етичності навіть у жартівливих текстах журналіст не може «називати речі своїми іменами», то в дію вступають літературні інструменти, серед яких символізм слугує способом висвітлення гостросоціальної проблематики – «використання Езопової мови, пародії на високий стиль, гра слів, неологізми» тощо [116, с. 80]. Фактично в цьому контексті професійний обов'язок журналіста – не опускається до рівня лайки, різного роду брудної чи нецензурної лексики, таким чином не порушувати сприйняття інформації аудиторією. Ця методологія межує з деонтологією сучасної журналістики, адже чисте літературне слово – це найперша ознака професійності.

Коментуючи проблеми духовно-морального статусу сучасної української журналістики І. Бондаренко зауважує, що наразі «зростає роль журналістики, як соціального інституту й ретлянслятора людських цінностей» [10]. Тут автор вочевидь говорить про те, що журналісти та їхні цінності часто є відображенням загальних суспільних. Саме тому «питання духовно-морального статусу й сутності української журналістики є вкрай болючими та

невирішеними» [10, с. 155]. Загальний рівень моральності суспільства та його етичних цінностей безперечно впливає на етику журналіста, як одного з них. Для вирішення окремих етичних проблем часто зусилля потрібно прикладати усьому суспільству, а не лише журналістам. Цю думку доповнює Ю. Гайдар: окреслюючи проблематику журналістської етики у цифрову епоху вважає, що незважаючи на технологізацію та інформаційну революцію для «друкованих ЗМІ, та інтернет-видань» залишається актуальним «головний обов'язок: дотримання професійних журналістських стандартів» [21, с. 35].

Науковиця О. Рак, даючи когнітивну оцінку мовним інтенціям інформації в царині журналістської правової етики, зауважує, що «вагомим правилом у журналістиці є дотримання демократичності, моральності й гуманізму, принципу етики, сприяння інтенції контролю інформації» [133]. Себто задум, який вкладає автор у текст, не повинен бути корисним. Професійний журналіст є посередником для аудиторії, а не маніпулятором. За умови, що його мотив – суспільне благо, стандарти журналістики будуть виконані належним чином. Досить часто корисні задуми притаманні саме політичній журналістиці.

За словами О. Маруховського, «основними етичними засадами професійної діяльності політичного журналіста мають бути: високий професіоналізм та об'єктивність, освіченість та глибина інтелекту, чесність та порядність, законність та неупередженість, соціальна відповідальність, патріотизм і повага до незалежності України та її територіальної цілісності» [93]. Зазначені аспекти професійності політичного журналіста надзвичайно актуальні для сучасних реалій, адже професіоналізм включає не лише формалізовані засади діяльності, а й усвідомлені вчинки та неупереджену позицію. Такий підхід є особливо важливим за нинішніх умов інформаційних війн. У контексті цього О. Тур стверджує, що «ступінь порушення норм журналістської етики мають визначати спеціальні, незалежні комісії, до яких би входили представники різних видань» [184, с. 117]. Насправді проблема ідентифікації та відповідальності за порушення професійної етики в

українських медіа-реаліях досить разюча. Промовистим є той факт, що друге місце у свіжому Антирейтингу від НСЖУ «Вороги преси» – 2021 посіла голова Національної ради з питань телебачення та радіомовлення О. Герасим'юк [101]. Це свідчить про те, що відсутня певна правова збалансованість всередині журналістської спільноти, не говорячи вже про зовнішні проблеми. У цьому контексті слід зауважити, що порушення стандартів професійної діяльності тісно межує з деонтологічною проблематикою журналістської діяльності. Питання обов'язку та чинників, що впливають на його дотримання, потребують регулярного моніторингу задля покращення ситуації.

Відповідальність за недотримання професійних стандартів у мережі Інтернет теж є проблемною в контексті етичних парадигм. З приводу цього Х. Мураль та Х. Білограць зауважують – «через те, що в Україні немає законодавчого закріплення правового статусу Інтернет-ЗМІ, відповідальність за випущену в світ продукцію, її зміст, достовірність, об'єктивність та відповідність іншим вимогам, є значно меншою, ніж у традиційних медіа» [106]. Мережа Інтернет таким чином має всі підстави перетворитися на інформаційне звалище. Задля запобігання деструктивному впливу такого явища, слід переглянути підхід до його врегулювання. Зокрема тут найперше цікавлять питання розриву між теорією і практикою, адже коренем вирішення проблеми є її розуміння учасниками процесу. У цьому контексті О. Вернигоренко вважає, що «між теоретичною та практичною складовими журналістської діяльності наразі існує певна гносеологічна прірва» [18], бо пізнати її особливості буває важко і самим журналістам, що вже говорити про непрофесійних генерувачів інформації. Тож за словами І. Величко «основні етичні принципи та норми повинні не лише декларуватися, але й активно демонструватися у суспільстві, доводячи свою дієвість» [16, с. 137]. Цей процес повинен позиціонуватися як загальне благо, бути зрозумілим та очевидним для ширшого кола дотичних до ситуації осіб. Чим відомішими будуть обов'язки та модель належної професійної поведінки журналіста, тим складніше буде ошукати аудиторію неякісною діяльністю. Своєю чергою

Т. Приступенко вважає, що «моральність кожного окремого журналіста є на сьогодні найголовнішою проблемою в мас-медіа» [126, С. 219-230]. Цей висновок співзвучний із попередніми думками науковців, які досліджували проблематику журналістської етики в Україні.

Серед основних проблем у контексті заявленої проблематики Г. Сафоньєва виділяє «рівень дотримання етичних вимог журналістами, маніпулювання громадською думкою, а також завуальовану пропаганду цінностей, що відповідають лише груповим інтересам, а не загальнолюдським» [149, С. 332-334]. Як альтернативу їм пропонує журналістам «виховати у собі неприйняття будь-яких інших принципів діяльності, окрім морально-етичних» [149, С. 332-334]. Остання теза є дещо ідеалізованою, однак її доцільність пасує до професійних цінностей, на яких базується суспільна діяльність журналіста. Дещо реалістичнішими виглядають слова В. Марченко, за якими найголовнішим для суспільства з боку журналіста «є донесення правди та мінімізація шкоди, бо їх слова впливають на політичний стан у суспільстві, й на думку громадськості» [94]. Автор слушно зауважує, що «майбутнє журналістської етики вимагає побудови нових, більш переконливих та всеосяжних етичних рамок для журналістики загалом» [94, С. 313-317].

На завершення огляду актуальних досліджень за темою дисертації, згадаємо напрацювання Т. Хоменко. Вона фактично єдина цілеспрямовано досліджувала власне деонтологічний аспект місійності журналістики. А також сформувала власний каталог деонтологічних вимог, до якого входять 25 положень: загальні етичні, у тому числі й журналістські постулати та інші, включно з біблійними.

За словами Т. Хоменко, «саме деонтологія, як вчення про обов'язок, підпорядковує собі етику; етику + право; право + етику + усі інші норми... Усвідомлення саме такого порядку може допомогти уникнути не лише «термінологічного збою», але й підштовхне фахівця-журналіста до підпорядкування цінностям вищого порядку» [188, с. 28]. Однак згаданий

термінологічний збій відбувся вже давно з огляду на словникове тлумачення деонтології, як розділу етики. Ми поділяємо думки авторки щодо важливості й нагальності набуття сучасними мас-медійниками високих моральних цінностей та етичних професійних якостей. Цілком закономірним є її висновок про те, що «першочерговим завданням журналіста має стати усвідомлення місії свого фаху, свого майже сакрального призначення» [188, с. 64], у вигляді служіння громадськості та оборони її інтересів. Однак мусимо зауважити, що в сучасних реаліях така постановка питання є дещо ідеалістичною з огляду на широке коло неприналежних до професійної журналістики людей, котрі цілком успішно генерують свої медіа-продукти і масами вважаються саме журналістами. Питання особистісних цінностей не може бути фіксовано підконтрольним, адже демократична європейська світоглядна система передбачає, що «кожен має право на свободу думки, совісті та релігії; це право включає свободу змінювати свою релігію або переконання, а також свободу сповідувати свою релігію або переконання» [75]. Себто особистісні цінності людини будь-якого світоглядного чи політичного спрямування можуть суттєво різнитися, і в цьому немає нічого протизаконного, доки не порушуються права та свободи інших людей. За словами Т. Хоменко, «саме через засоби масової інформації відбувається виховання свідомості громадянського суспільства», а нині медіа втратили цю функцію та генерують «продукти швидкого засвоєння» [188, с. 64]. Громадянське суспільство – це суспільство свідоме щодо власного буття, а функцію суспільного моралізатора на ЗМІ було покладено в тоталітарному Радянському Союзі.

Розглядаючи список деонтологічних вимог до журналіста від Т. Хоменко [188, с. 69], слід зауважити: у процесі поточного дослідження дійшли висновку, що деонтологія сучасної журналістики може бути доповненням до журналістської етики, механізмом її саморегуляції, але не повинна дублювати її. Для нинішньої журналістики об'єктивними є загальні

професійні стандарти, а індивідуальними – моральні (внутрішні) характеристики окремого фахівця.

У ході дослідження окремих тематичних спрямувань розглянуто праці низки зарубіжних науковців, котрі з різних сторін розглядають деонтологічну проблематику в журналістиці. Наприклад, у контексті розгляду питання журналістського обов'язку увагу привертає дослідження Іспанського професора журналістської етики та деонтології JC Suárez Villegas, котрий вивчав етичні й деонтологічні аспекти інтернет-журналістики, зокрема їхнє сприйняття представниками галузі. За результатами проведеного у 2015 році анкетування серед журналістів Бельгії, Іспанії та Італії науковець стверджує, що «ступінь незалежності медіакомпаній, у яких працюють журналісти, та їхні особисті цінності сприймаються як найвпливовіші чинники в етичній практиці журналістики, тоді як вплив взаємодії з громадськістю та її думки вважаються другорядними» [252]. Окрім цього респонденти вказували на залежність дотримання професійних стандартів і від зовнішніх факторів «комерційного, економічного, політичного та технологічного характеру» [252]. Сюди також входять ідеологічні та соціальні чинники. Такі висновки опосередковано співзвучні з результатами нашого дисертаційного дослідження, адже при вивченні питання українського досвіду дотримання журналістського обов'язку, зокрема особлива увага акцентується на проблематиці олігархічної монополізації медіасередовища, а також антропоцентризмі в соціальній журналістиці. Разом із цим основою дотримання професійних етичних стандартів залишаються особистісні моральні орієнтири.

Окремим напрямом зарубіжних досліджень деонтології в журналістиці є її відповідність сучасним вимогам. Наприклад, S. Mateus зауважує, що нові медіа потребують нової деонтології, і науковець розглядає їх крізь призму етичних обмежень онлайн-журналістики. За його словами, «ключовими принципами нових медіа характерним для яких є гіперпосилання, інтерактивність, локальність та миттєвість, – створюють юридичні, корпоративні, професійні та індивідуальні етичні обмеження. Такі обмеження

вказують на те, що журналістам потрібна нова деонтологія, щоб створити конкретні вказівки для спрямування своєї онлайн-практики» [239]. Це вкотре підкреслює актуальність вивчення проблематики журналістського обов'язку, а саме в межах цифровізації мас-медіа, появи нових форматів масово-комунікаційного поширення інформації.

Своєрідним доповненням окремих елементів наведеного дослідження слугує праця Ж. Діаз-Кампо, М. Кпаро-Домінгуез, у якій автори вивчають близько 18 журналістських етичних кодексів видань Латинської Америки щодо відповідності сучасній «комп'ютерній журналістиці» (онлайн-журналістика як і в праці S. Mateusa). Науковці приходять до цікавого висновку про те, що «давність кодексу не є важливим фактором» його актуальності. Оскільки ж «етичні принципи журналістики продовжують застосовуватися до нових категорій і спеціалізованих галузей, їх потрібно переформулювати, щоб адаптувати їх до більш конкретної сфери в кожному конкретному випадку» [226].

Цю проблематику в дещо ширшій інтерпретації Ж. Діаз-Кампо вже раніше досліджував спільно з Ф. Сегадо-Бокс у статті, присвяченій адаптованості журналістських етичних кодексів до Інтернету й інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) загалом. Тоді науковці проаналізували «99 кодексів журналістської етики з усього світу» та виявили, що «лише 9 з них містять посилення на Інтернет та ІКТ» (найбільше у Канаді та Нідерландах) [227]. На тлі цих досліджень очевидною є вимога сучасності до професійної етики – її адаптивність.

Також слід згадати працю А. Квін, присвячену моральним чеснотам журналіста. Окрім загальних понять «доброго» і «правильного» в роботі медійника автор звертає увагу на деонтологічне вчення І. Канта, як на взірцеву традицію формування етики обов'язку [245]. Її принципи влучно сформулював А. Матвійчук у дослідженні етики обов'язку Канта в деонтологічній традиції – «людина може бути лише метою і у жодному разі – засобом». Відповідно «обов'язок є свідченням вільного вибору індивіда

сторони добра, німецький мислитель показує, як спираючись на розум людина може забезпечити свободу морального вибору, а отже моральну поведінку» [95]. Саме на цій ключовій концепції базується й журналістський обов'язок сьогодення, усвідомлення журналістом власної соціальної відповідальності, своїх професійних зобов'язань перед суспільством.

Сукупність основних концепцій згаданої наукової бібліографії та праць авторів, які досліджували проблематику журналістської етики і питань професійного обов'язку журналіста, свідчить про загальну увагу до проблемного явища та потребу в його розробці. До переліку основних проблем входять означені науковцями тематичні спрямування: духовно-морального статусу особистості журналіста, його ціннісних орієнтирів, теорії та практики журналістської етики, фейлетону і професійної етики, журналістської етики в цифрову епоху, зокрема в інтернет-виданнях, та в умовах інформаційної війни, етичних аспектів політичної журналістики, інтенцій інформації в царині журналістської правової етики, ключових проблем свободи слова і професійної етики, деонтологічного аспекту місійності журналістики тощо. В усіх зі згаданих векторів окресленої проблематики присутні спрямування, що відповідають меті нашого дослідження, а саме розв'язанню комплексної проблеми щодо журналістського обов'язку, як невід'ємної частини професійної етики, та обґрунтування елементів її деонтологічної складової.

Отже, на протигагу основним акцентам попередніх досліджень нині актуалізуються нові наукові проблеми медійного характеру. Це зокрема стосується перевірки фактів, виправлення неправдивої інформації, антропоцентризму в журналістиці, олігархізації медіаринку, свободи вибору та дій у площині мас-медіа, медіаграмотності. У цьому контексті окремого розгляду потребують аспекти невід'ємного для означених проблем журналістського обов'язку. Тож вивчаючи розробленість деонтологічних аспектів, приходимо до висновків про актуальність наукового вивчення проблематики обов'язків, заборон і дозволів у роботі журналіста – журналістської деонтології.

1.2. Деонтологія журналістської діяльності: основні поняття і твердження

У процесі розроблення практичної частини дослідження орієнтирами у пошуках проблем, дилем і тенденцій, що стосуються журналістського обов'язку, стали праці мас-медійників, фактчекерів, соціологів, суспільних діячів та експертів, чії матеріали тематично перетинаються з науковими пошуками автора. Джерельною базою для фундаментальних визначень і термінів, що використовуються в дослідженні, є нормативно-правові документи щодо журналістської діяльності в Україні та світі, а також «Академічний тлумачний словник української мови», «Енциклопедія Сучасної України» від Інституту енциклопедичних досліджень НАН України, праці науковців, котрі спеціалізуються чи дотично наближені до окремих аспектів деонтологічної проблеми журналістської діяльності.

Традиційно визначення понять дослідження бере свій початок із античності. У грецькій термінології деонтологія складається з двох компонентів: «δέον (деон) означає – потрібне, необхідне, і λόγος (логос) означає – слово, чи вчення». У сукупності вони складають вчення про належне, «деонтологію – δέοντος – належним чином» [86]. Однак особливості тлумачення слова на цьому не вичерпуються, адже друга складова слова – логос, є досить відомою для широкого загалу, наприклад у значенні біблійного першопочатку буття, де за словами Івана (котрий писав грецькою) «на початку було Слово, і Слово було в Бога, і Слово було Бог... Усе через Нього постало» [7]. Звернімо увагу на те, що «слово» тут скрізь пишеться з великої літери, ніби воно виступає не просто позначенням правильної сукупності звуків, а є рівнею Богові з іудаїзму, який у цьому контексті і є Словом. За такою логікою варто дещо деталізованіше підходити до тлумачення терміну, адже його друга частина може свідчити про глибинність сутності досліджуваної проблематики.

Окрім згаданих тлумачень «слова, чи вчення» давньогрецький логос має ще низку, з яких нас цікавлять «основа, розум, смисл». Щоб не

поглиблюватися в абстракції існуючих трактувань зауважимо, що згідно з історією вперше це слово застосовував Геракліт у значенні «загальної закономірності, розумної основи світу». Не оминули логос увагою й інші античні світоглядні системи, серед яких стоїки розуміли його як «те, що існує у всіх речах і направляє їх розвиток» [86], а гностики вбачали у ньому божественну «мудрість, що відкриває людям структуру світу» [86]. Судячи з наведених тлумачень у основі давньогрецького логосу лежить щось набагато глибше, ніж звичне нам тлумачення слова, яким звикли послуговуватися гуманітарії для означення потреби будь-яких дотичних до слова пізнавальних спрямувань. «Глибинна, стійка й суттєва структура буття, об'єктивна властивість світу – єдине єство речей, що приховане за видимістю і доступне лише розуму» [30], так слово описував давньогрецький Хрісіпп. За даними Енциклопедії сучасної України, «у словниках давньогрецької мови зафіксовано понад 30 значень поняття Логос, що не передається адекватно жодною іншою мовою, бо в ньому «слово» – це сама «думка», яка лише проявляється через щось словесне [30]. Іншими словами – це невід'ємна сутність речей, за якою стоїть розуміння навколишнього світу, як окремих явищ, котра для людського сприйняття виражається у слові та його поєднаннях.

Вивчаючи проблематику професійної етики, ми стикаємося з конкретними проблемами, дилемами, тенденціями, котрі узалежнюються низкою факторів. На нашу думку, саме дослідження факторів, які суттєво впливають на дотримання журналістами професійних норм, слугуватиме віднайденню шляхів для подолання коренів проблем, а не лише похідних симптомів. Фактори, що впливають на належне функціонування журналістики прямопропорційно важливі для збереження здорової демократії.

Згідно з «Академічним тлумачним словником», деонтологія – це «розділ етики, що вивчає проблеми обов'язку, сферу обов'язкового, всі форми моральних вимог та їх співвідношення» [32]. Це визначення розуміється значно вичерпніше з огляду на вищеописану етимологію слова. Вивчення

журналістського обов'язку, його сфери реалізації та їх співвідношення з формами моральних вимог дозволить виокремити проблемні кути особливостей функціонування сучасної журналістики. Цікаво, що за пошуковим запитом «δέον» на грецькому сайті Книгарні «Політія» бачимо перелік книжок, із назв та ключових слів яких видно, що деонтологія цифровим перекладачем сприймається як етика: «δημοσιογραφική δεοντολογία – журналістська етика, δημοσκοπησεις και δεοντολογία – опитування та етика, або ιατρική δεοντολογία – медична етика», та ін. [31]. Насправді ж ці назви означають дещо вузькоспрямованіше, ніж етику в загальному розумінні.

У процесі дослідження використовується різна термінологія, що постає в рамках заявленої проблематики, але як загальновідомі, так і вузькоспеціалізовані поняття можуть набувати характерних значень, оскільки часто прив'язуються до проблемних явищ, подій чи фактів. Для уникнення спотворення змісту наукових пошуків дамо тлумачення ключової термінології у дослідженні з роз'ясненням її трактувань та застосувань у тому чи іншому контекстах.

Загальні поняття етики й моралі в дослідженні трансформуються у вузькопрофесійні. Коли мова йде про етику, маємо на увазі саме журналістську етику, як ідеалізовану концепцію, за якою для поширювачів масової інформації обов'язковим є виконання набору професійних правил і норм поведінки [43]. Пишучи про ідеалізованість професійної етичної концепції не заперечується її правильність чи необхідність, однак зауважуємо, що сфера реальної відповідальності за порушення цих стандартів для загалу є практично відсутньою. Всередині професії існують репутаційні прецеденти, однак в українських реаліях журналісти, які себе скомпрометували, часто безперешкодно продовжують роботу з мас-медіа, а їхні послуги користуються загальною популярністю на ринку праці.

Мораль у дослідженні вживається у двох значеннях. Загальному – як «духовно-культурний механізм регуляції поведінки особистості, та груп за допомогою уявлень про *належне*, в яких узагальнено норми, цінності, і зразки

поведінки» [105]. Та професійному – як особистісна мораль журналіста, яка обумовлюється специфікою його професії. Для розуміння природи формування «морального стрижня» згадаємо класика філософії моральності Сенеку, котрий у «Моральних листах до Луцілія» розглядав філософію, як тричленну науку, що ділиться на моральну, філософію природи, та філософію розуму. За словами мислителя, моральна філософія «доводить до ладу людську душу», філософія природи займається однойменною діяльністю, а філософія розуму «вникає у властивості слів, у їхній порядок, розглядає способи доведення, аби під виглядом правди не прокралася брехня» [152]. Парадоксально, але ще в античності великий мислитель у філософському розумінні буття та інформації в ньому, робить акцент на тому, «аби під виглядом правди не покралася брехня», мало того, «розглядає способи доведення» належної аргументації такого «порядку та властивості слів», щоб запобігти пропагуванню брехні під виглядом правди. Отже, особистісну професійну моральність журналіста вбачаємо у належному сповідуванні ним професійних норм. Таким чином, за сукупністю вищенаведеного у дослідженні, етику та мораль розглядаємо в філософському та прикладному контекстах.

Доброчесність журналіста та її природа трактується в роботі як система набутих протягом становлення фахівця світоглядних орієнтирів. Етимологічні складові цього поняття розглядаються в декількох наукових галузях. У «Нікомаховій етиці» Аристотель роздумує над справедливістю та її протилежністю, зауважуючи – «люди впевнені, що від них залежить чинити, або не чинити несправедливо, а тому думають, що легко бути справедливим. Але це не так, бо легко і в їх владі зійтися з дружиною сусіда, побити того, хто поблизу, і дати хабар, але робити це, маючи відповідний склад душі, не легко і не залежить від них» [4]. Філософ стверджує, що індивідуальна особистісна складова розуміння справедливості й несправедливості лежить глибоко в «несвідомій душі» – себто, якщо за Фройдом – «душевне життя людини зовсім не є потік вражень і реакцій, а містить в собі якусь субстанцію, якусь

константу, яка не тільки не піддається впливу зовнішніх вражень, а навпаки, зсередини їх визначає (зумовлює), надаючи їм таке значення, яке абсолютно незрозуміло ні з цього, ні з минулого досвіду» [92], то притаманна нашому характеру, набута моральність на підсвідомому рівні зумовлює добродетельність. Отже, той комплекс цінностей, який вдалося вкласти у людину, за період формування її особистості, та в процесі становлення фахівця, можна вважати підсвідомим керівним механізмом будь-якого роду дій (у контексті добродетельності). Тут ми спостерігаємо симбіоз думок античного філософа та батька психоаналізу. Твердження обох митців доповнюють і розкривають сутність «душі» як матеріального, розумового явища, що має в собі ряд напрацьованих, вже за Д. Сваабом, «макросів» – програм мозкової пам'яті, які реалізують виконання дії за шаблоном [150]. Відомий нейробіолог зауважує, що з віком наш мозок прагне до автоматизації, таким чином економлячи енергію, яка іде на усвідомлення власних дій. Ця «хитрість» звичайно прекрасно слугує нам в моториці, але чи має вона якусь спільність із формуванням морального критерію наших дій? Вочевидь, так! Адже за висновками Аристотеля та Фрейда, подібним чином працює і наша душа, тож певна схожість у механізмі функціонування безумовно присутня. І ось тут ми маємо справу з кореляцією «душі», ототожненої Аристотелем із механізмом реалізації етичності з нематеріального явища в матеріальні моральні цінності. Це дає фундамент для розуміння того, що насправді наша здатність до добродетельності, а з нею і до етичності, насамперед обумовлюється відповідним внутрішнім світом. Останній формується за рахунок отриманої та переусвідомленої інформації. Тож оскільки «свідомість – це знання. Без знання свідомості не існує» [107, с. 5]. Сутність етики, в яку входять емпатичність, толерантність, лояльність, чесність, відповідальність, вихованість, принциповість та навіть соціальність... – полягає у формуванні гармонійного, свідомого, та освіченого індивіда, якому під силу зрозуміти природу добродетельності. Така людина здатна притримуватися етичних засад не просто на рівні догматів, а з усвідомленням їхньої практичної цінності. За

словами J. Singer, саме цим журналістська етика може бути на практиці корисною суспільству [250].

Пишучи про загальноприйняті норми професійної поведінки та ціннісні орієнтири, відштовхуємося від світоглядної системи європейської цивілізації, де на нинішньому етапі для цивілізованого світу усвідомлення та впровадження у буденність загальноприйнятих етичних норм є ознакою соціальності та основою благополучного суспільного співіснування. У рамках журналістської професії її забезпечує низка документів, серед яких у дослідженні використовувалися постулати вказаних у таблиці 1.2.1 основних міжнародних та національних кодексів і рекомендацій.

Таблиця 1.2.1. Основні міжнародні, та українські нормативно-правові документи з журналістської етики [46, С. 13–47]

№	Назва документу	Обґрунтування
1.	Декларація принципів поведінки журналістів, прийнята на II Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (МФЖ), який відбувся у Бордо 25-28 квітня 1954 р., зі змінами, прийнятими на 18-му Всесвітньому конгресі МФЖ (Хельсінгбор, 2-6 червня 1986 р.);	Чи не найдавніший етичний документ, постулати якого нині вважаються чинними, як ціннісні орієнтири професійної діяльності журналіста. «Найбільша у світі організація професійних працівників ЗМІ, сьогодні об'єднує понад 500 тисяч членів, із понад 100 країн світу».
2.	Міжнародні принципи журналістської етики в журналістиці, прийняті на IV Консультативній зустрічі міжнародних і регіональних, професійних журналістських організацій під егідою ЮНЕСКО (Париж-Прага, 1983 р.);	«Вони були підготовлені на консультативних зустрічах низки міжнародних і регіональних організацій (загальна кількість членів – 400 тисяч працюючих журналістів) у період з 1978 по 1983 рік».
3.	ПАРЄ Резолюція «Про етичні принципи журналістики»	«Парламентська асамблея Ради Європи. Резолюція 1003 (1993) «Про етичні принципи журналістики». Цей документ налічує 38 положень, у яких викладені основні міжнародні принципи журналістської діяльності».
4.	США. Кодекс професійної етики Товариства професійних журналістів (SPJ) Ухвалено Товариством професійних журналістів США 21 вересня 1996 року.	«Це не набір правил, а керівництво, яке закликає всіх, хто займається журналістикою, взяти на себе відповідальність за інформацію, яку вони надають, незалежно від виду медіа. Кодекс повинен бути прочитаний як ціле – окремі принципи не повинні бути вирвані з контексту»

Продовження таблиці 1.2.1

№	Назва документу	Обґрунтування
5.	США. Декларація принципів Американського товариства редакторів газет (ASNE). Прийнятий в 1922 році як «Канони журналістики». Документ був переглянутий і перейменований в «Заяву про принципи» у 1975 році.	«ASNE є організацією для редакторів, продюсерів і медіаменеджерів, деканів і викладачів факультетів журналістики та керівників, пов'язаних зі ЗМІ фондів і навчальних організацій. Засноване у 1922 році».
6.	Україна. Кодекс етики українського журналіста затверджений 12 грудня 2013 року на пленумі НСЖУ.	Єдиний актуальний на сьогодні вітчизняний кодекс, що містить елементи попередніх прототипів, та є їх вдосконаленою версією.
7.	Україна. Журналістські стандарти: нормативна довідка.	Нормативна довідка посилається на положення Кодексу, однак, має характер загальних стандартів та вимог до здійснення професійної медійної діяльності.
8.	Україна. Рекомендації щодо висвітлення виборів засобами масової інформації, та захисту права на приватне життя.	«Ці рекомендації були підготовлені за підсумками обговорення 1 жовтня 2012 року між представниками журналістських об'єднань, асоціацій засобів масової інформації, інших громадських організацій, експертів».
9.	Німеччина. Публіцистичні засади (Пресовий кодекс)	«Ухвалений Німецькою пресовою радою у співпраці з пресовими спілками 12 грудня 1973 року в Бонні. У редакції від 20 червня 2001 року».
10.	Німеччина. Принципи поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції.	«Ухвалений Конференцією міністрів внутрішніх справ 26 листопада 1993 року».
11.	Великобританія. Редакційні настанови Бі-Бі-Сі (BBC).	«За кількістю слухачів – найбільша телерадіомовна компанія у світі. У штаті корпорації працює більш ніж 26000 осіб у всьому світі, в тому числі і в Україні».

Сукупність професійних стандартів, що закріплена у цих документах і рекомендаціях, являє собою основні вимоги до здійснення професійної журналістської діяльності та є теоретичною основою в контексті дослідження явища належного сповідання журналістами професійних норм. Дослідники А. Аппелман та К. Хетінга помітили, що найбільш «занедбані» етичні кодекси журналістики «частіше трапляються у країн з меншою свободою преси» [223]. Це вказує на те, що демократичність є важливою умовою дієздатності кодексу.

Серед національних законодавчих підвалин і теоретичних основ слід виокремити певні положення Конституції України, профільних і загальних Законів України, що за сферою поширення дії межують із досліджуваною

проблематикою. У таблиці 1.2.2 продемонстровано перелік таких документів. У контексті дослідження заявленої проблематики нами виявляються рівні відповідальності за порушення норм журналістської діяльності, а їх основні орієнтири відображено у таблиці 1.2.2.

Таблиця 1.2.2. Основні законодавчі підвалини, що обумовлюють особливості журналістської діяльності в контексті дослідження

№	Назва документу	Обґрунтування
1.	Конституція України	Конституція гарантує свободу думки, слова, та їх виявлення, отже робить журналістську діяльність незалежною. До уваги береться частина четверта Статті 32 про «втручання в особисте і сімейне життя» та її співвідношення із медійною діяльністю.
2.	Цивільний кодекс України	До уваги береться Стаття 278 про «заборону поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права» та її співвідношення із журналістською діяльністю.
3.	Закон України «Про інформацію»	Профільний закон для журналістської діяльності. До уваги береться Стаття 28 про «неприпустимість зловживання правом на інформацію», та Стаття 30 про «свободу вільного висловлювання» та їх співвідношення із медійною діяльністю.
4.	Закон України «Про телебачення і радіомовлення»	Профільний закон для журналістської діяльності. До уваги береться Стаття 3 про «неприпустимість зловживання свободою діяльності», та частина шоста Статті 72 про «санкції за порушення законодавства», та їх співвідношення із медійною діяльністю.
5.	Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»	Профільний закон для журналістської діяльності. До уваги береться Стаття 18 про «припинення випуску видань» та її співвідношення із медійною діяльністю.
6.	Кримінальний кодекс України	Документ, що обумовлює найсуворіший рівень відповідальності за правопорушення. До уваги береться Стаття 109 про «дії, спрямовані на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу», Стаття 168 про «розголошення таємниці усиновлення (удочеріння)», Стаття 182 Про «порушення недоторканності приватного життя», та Стаття 232 про «розголошення комерційної таємниці», та їх співвідношення із медійною діяльністю.

Окремі положення цих документів використовувались у роботі в контексті дослідження проблематики належного дотримання журналістами професійних норм. Вони виступають законодавчими основами для класифікації правопорушень у журналістській діяльності та можливостей притягнення до відповідальності за недобросовісність у професії.

У процесі дослідження використовується широкий термінологічний апарат, котрий подекуди має особливе тлумачення з огляду на специфіку дотичності до тієї чи іншої проблематики. Тому вважаємо за необхідне розглянути його особливості.

Фактчекінг у роботі позиціонується не просто як елемент роботи з фактами, а як професійний вектор медійної, у тому числі й журналістської діяльності, націленої на ідентифікацію та обґрунтування фактів, котрі є суспільно важливими й перебувають на піку медійного резонансу. Реалізація такого роду діяльності відбувається у вигляді *фактчек проєктів* – спеціалізованих організацій, котрі займаються означеною вище інформаційною діяльністю [217]. *Верифікація фактів* розглядається як систематизований процес перевірки фактів на достовірність, часто застосовуваний *факт-чекерами* – журналістами, або іншими інформаційниками, які реалізують професійну діяльність у рамках фак-чек проєктів.

Інформаційна, або гібридна війна в контексті дослідження позиціонується як системне явище комплексу глобальних інформаційних дій, націлених на оволодіння сферами інформаційного впливу на маси. Її гібридність вбачається у полівекторності розгортання діяльності, що обумовлюється застосуваннями широкого кола комплексних засобів впливу, які не обмежуються лише ЗМІ. У рамках функціонування будь-якої гібридної війни, основним її інструментом є брехня у вигляді *маніпуляцій інформацією* – «комплексу дій, пов'язаних із вибірковістю, змішуванням правди та неправди, популізмом, пропагандою» [5], іншими спекуляціями суспільною

думкою за допомогою перекручування інформації, з метою фіксованого впливу на аудиторію.

У контексті дослідження явища гібридної війни в національних реаліях, було виокремлено російсько-українську гібридну війну, що розгортається проти України вже тривалий період часу, але з огляду на характерну ознаку відтермінованості наслідків, стала предметом обговорення широкого загалу лише в останнє десятиріччя. З огляду на це, у дослідженні ідентифікуються чинники *проросійської пропаганди* – явища системного поширення заангажованої інформації, що відповідає стратегічним ознакам «заперечення, спотворення, дезорієнтації і залякування, на ряду з фейковими новинами медіа, та фальшивими експертами і подіями» [185]. Увесь цей комплекс прийомів недоброчесного використання інформації, є також *дезінформацією* – зумисним поширенням недостовірної інформації. У контексті дослідження фігурує термін *країна-агресор*, котрий позначає ворожу й агресивну по відношенню до України, направлену ззовні, інформаційну діяльність іншої країни [185]. *Протидія гібридним війнам* є свого роду інверсованим віддзеркаленням механізмів самої інформаційної війни та розглядається нами як сукупність цілеспрямованих дій, направлених на руйнування вже існуючого деструктивного впливу та на запобігання його розповсюдженню.

Інші два терміни є сутнісними антагоністами та існують завдяки взаємної протидії. У контексті дослідження *медіаграмотність* – це загальні навички щодо розпізнавання *недостовірної чи неправдивої інформації* – сукупності даних, що не відповідають професійним вимогам, котрі характеризують якість того чи іншого джерела та інформації [24].

Ще одним важливим фактором дослідження є розуміння національного інформаційного простору. Один із дослідників цього феномену В. Садівничий пропонує під поняттям інформаційного «розуміти простір, що складається з інформації різного рівня, призначеної для її передачі споживачам» [146, с. 17], у той же час зазначаючи, що це середовище, «в якому відбувається вироблення, збір, зберігання та поширення ретельно перевіреної,

документально підтвердженої, достовірної, доступної, валідної інформації» [146, с. 22]. Автор головну увагу акцентує на валідності, достовірності, доступності, документальному підтвердженні, ретельній перевірності інформації [146].

У процесі дослідження проблематики неналежного виконання журналістами професійних норм, ми не могли оминати актуальні безпосередні прецеденти цього явища. Таким чином, «телеканали Медведчука» – це конкретний перелік із трьох цифрових ТБ-мовників, які скомпрометували свою публічну журналістську діяльність систематичною непрофесійністю у вигляді недотримання загальних стандартів та були заблоковані. До їх числа входить «112», «NewsOne», «ZIK» [71]. Їх приналежність до «пулу Віктора Медведчука» є публічною оцінкою аналізу діяльності медійними експертами та громадськими організаціями, що протидіють дезінформації.

Дослідження чинників, що впливають на дотримання журналістами професійних стандартів у процесі наукових пошуків, привело автора до проблем олігархізації та офшоризації, що негативно впливають на сучасний медіаринок. У контексті цього *олігархізація медіаринку* розглядається як зосередження медіавласності в руках бізнесменів, депутатів та інших зацікавлених осіб (можновладців), котрі за логікою демократичного державного устрою не повинні у значних обсягах володіти найпопулярнішими вітчизняними медіа [181]. Таких осіб у дослідженні називаємо *олігархічними власниками*. У контексті дослідження *офшоризацію* розглядаємо як непрозорі структури власності, що дозволяють справжнім власникам залишатися інкогніто, та як механізм ухилення від сплати податків у встановлених законодавством обсягах.

Термін *етичний компонент* у роботі носить широкий характер, однак він завжди сигналізує про наявність у ході дослідження певної проблеми, пов'язаної з порушенням норм журналістської етики та деонтологічної проблематики журналістської діяльності.

Отже, результати розгляду основних понять дослідження свідчать про широке коло тем і проблем, пов'язаних із вивченням особливостей журналістського обов'язку. Завдяки цьому вдосконалено сутність базових понять та розширено поняттєвий апарат галузі журналістської етики, розділом якої є деонтологія.

1.3. Методологія дослідження

Означені у попередніх підрозділах дані, що стосуються питань дослідження журналістської етики, деонтології, стандартів журналістської діяльності, та виокремлення в процесі наукового пошуку проблем у межах явища належного сповідання журналістами професійних норм, зумовлюють методологію дослідження. У роботі вона безпосередньо представлена у вигляді системно-цілісного підходу до вивчення проблематики деонтології журналістської діяльності.

Методологічні особливості дослідження – це емпірично вироблені та науково обґрунтовані елементи, що сприяють розкриттю особливостей окремих компонентів заявленої проблематики. Базуючись на тому, що методологія є «не менш важливою для науки, ніж саме дослідження» [151, с. 47], принципами роботи стали: об'єктивність у підходах до аналізу проблем, усебічність висвітлення охарактеризованих ситуацій, що були реалізовані за допомогою гіпотетико-дедуктивного, логічного, методів аналізу й синтезу та моделювання. Взаємозв'язок теоретичного й емпіричного компонентів охарактеризований у вигляді наукових ідей та ідентифікованих наукових проблем, що формуються на стиках суперечностей між знанням і незнанням у процесі наукових пошуків автора.

На початковому етапі дослідження деонтології журналістської діяльності методами аналізу та синтезу з'ясовано стан розробленості теми. У вигляді історіографії встановлюється зв'язок досліджуваного поняття з його

аналогами в інших наукових галузях, досліджується етимологія ключових термінів для їх цілісного тлумачення. Це відповідає цілям роботи. На основі вивчення академічних доробків авторів національної та закордонних шкіл, їх зіставлення з емпіричними компонентами, котрі були виокремлені з актуального медіапростору, задля ілюстрації реальних проблем і дилем «розбудовуємо визначені у процесі роботи теорії у вигляді систем дедуктивно пов'язаних між собою гіпотез» [151, с. 57], котрі цілісно характеризують результати вивчення досліджуваних явищ. Прикладом таких гіпотез є науково обґрунтовані міркування автора з приводу означення виявлених проблем і похідних, що їх супроводжують. У дослідженні метод аналізу передбачає «розчленування на складові частини» [79] предмета, пізнання та дослідження його складових частин на предмет дотичності до заявленої проблематики. Метод синтезу застосовано для «поєднання розрізнених знань про об'єкт, його частини і властивості, та відображення його, як певної цілості» [124], іншими словами диференціація, та інтеграція досліджуваного автором наукового знання допомагає виявити наукову проблематику та пов'язати її з сучасними мас-медійними реаліями, у межах яких вона й постає.

Під час роботи над дослідженням деонтологічної проблематики журналістської діяльності, умовно можемо поділити його структурні складові на категорії теоретичного й емпіричного методів пізнання. Процес теоретичного наукового пошуку супроводжується аналізом уже наявних наукових доробків, що контекстуально межують із темою дослідження, а також встановленням паралелей між теорією та практикою у вигляді співставлення теоретичних узагальнень із реальним станом речей. Починаючи із відображення змін у Кодексі етики українського журналіста 2002 р., у процесі дослідження виокремлено основні думки учасників опитування (2016 року), що характеризують журналістську етичну проблематику того часу. Наведено перелік із базових підручників із журналістської етики та на основі аналізу спеціалізованої літератури виокремлено узагальнені етичні принципи журналістики. Проаналізовано основні міжнародні й національні нормативно-

правові документи з журналістської етики щодо межування із заявленою проблематикою. Скомпоновано основні законодавчі підвалини, що обумовлюють особливості журналістської діяльності в контексті дослідження. Подано фактичні інформаційні ознаки ведення російсько-української гібридної війни та адаптовано до контексту дослідження модель інформаційної мережевої хай-тек війни з подальшим виокремленням специфічного характеру гібридних інформаційних операцій. Проілюстровано базовий алгоритм перевірки фактів та основні законодавчі аспекти реагування на поширення недостовірної інформації, а також наведено положення КЕУЖ, що стосуються поширення недостовірної інформації. Для предметності встановлених висновків виокремлено основні критерії недостовірності новин та проаналізовано особливості виправлення неправдивої інформації в процесі фактчекінгу. У контексті цього означено роль роботи з документами щодо виправлення неправдивої інформації, фактичні ознаки фальшивості організацій та експертів. Для демонстрації окремих кутів проблематики дослідження побудовано альтернативну модель інформаційного впливу. У контексті дослідження роботи цифрових алгоритмів та пошукових систем, котрі нині є провідниками для користування мережею, вивчено типи персональної інформації, яку збирає Google про користувача. На тлі цього зазначено права та свободи, забезпеченні Конституцією, а також положення КЕУЖ, дотичні до питання свободи вибору та свободи дій у мас-медіа. На підставі теоретичних узагальнень виокремлено орієнтовні умови й наслідки розгортання процесів інформаційного впливу тощо.

Широке використання власне емпіричного матеріалу, що сконцентрований у вигляді результатів наукових досліджень, журналістських та експертних праць, надає роботі практичної цінності. Джерелом фактичних даних стали матеріали більше 20 авторитетних фахових журнальних видань; мас-медій як «Українська правда», «Детектор медіа», «BBC News Україна», «Українська літературна газета», «Liga.net»; фактчек проєктів «Доступ до правди», «Stopfake.org», «Слово і діло», «Без брехні», «Reporter's Lab»;

радіостанцій «Громадське радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»; а також матеріали ГО «Інститут масової інформації», «Texty.org.ua» та ін.

До зразків практичної цінності дослідження слід віднести ідентифікацію баз для оперативної перевірки публічної інформації та формування переліку національних фактчек проєктів. Окрім того використано результати досліджень медіа-фахівців і дослідних центрів, які відображені в роботі у вигляді вивчення елементів динаміки зросту проросійської пропаганди у 2021 році, перевірки актуальності переліку топ-ЗМІ, які поширювали дезінформативні проросійські наративи в Україні, а також матеріалів українських видань, що мають найбільшу кількість ознак недостовірної інформації. У дослідженні також інтерпретується й зарубіжний досвід, прикладом чого є перефразування «десяти принципів соціальної журналістики» від Марка Літла, що відповідає національним реаліям та підходам до тлумачення явища антропоцентрованої журналістики в Україні. На базі вивчення теоретичних узагальнень та дослідного моніторингу мас-медіа, автором виокремлено основні характерні ознаки соціальної журналістики в матеріалах українських видань. У вигляді емпіричних висновків про стан соціальної журналістики в Україні, за темою висвітлення соціальних проблем, пов'язаних зі звільненням та адаптацією до життя військовополонених, проаналізовано на відповідність до професійних стандартів хронологію матеріалів про військовополонених зони АТО за січень 2018 року на шпальтах видання «BBC News Україна». Моніторинг інформації про олігархічних власників українських телеканалів, радіостанцій та інтернет-ЗМІ теж носив елементи практичних досліджень, що стосуються встановлення актуальних структур власності українського медіа-ринку.

У рамках роботи над виокремленням актуальних тенденцій, що виникають внаслідок загальної суспільної реакції та запитів, спрямованих на поліпшення якості національного інформаційного середовища, спільно з Ю. Єлісовенком, М. Нагорняк та А. Нитченко проведено анкетування за темою «Медійна активність та ставлення респондентів до української

телерадіоаналітики». У контексті дослідження деонтологічної проблематики сучасної журналістики нас цікавила актуальна картина ставлення респондентів до журналістської етики та окремих її складових. Саме тому п'ять питань анкети із 21 присвячено з'ясуванню громадської думки щодо явища етики в журналістиці. Реалізації цього завдання допомогли відповіді 1117 респондентів на запитання про важливість дотримання етики у телерадіоаналітиці (004), предмет науки «Етика» (007), концепцію професійної журналістської етики (011). Також ставилися запитання, які б допомогли з'ясувати проблему, чи помічає аудиторія порушення журналістської етики в телерадіоаналітиці (015), та відкрите запитання – «у чому саме воно полягало» (016)? Таким чином ілюстрація ситуації реального ставлення громадськості до журналістської етики та її оцінка безпосередньої поведінки працівників медіасфери слугуватиме орієнтиром для встановлення актуальних тенденцій, котрі виникають унаслідок загальної суспільної реакції та запитів, націлених на поліпшення якості інформації у мас-медіа.

Отже, методологічна база дослідження, мета та поставлені й виконані завдання забезпечують цілісну роботу над вивченням об'єкта та предмета дисертації. Це реалізується шляхом дослідження професійних журналістських цінностей, професійних етичних викликів та дилем, зокрема, дослідженням деонтологічної проблематики журналістської діяльності й чинників, що впливають на належне сповідування професійних етичних норм.

Висновки до розділу 1

Систематизація, огляд та аналіз наукових робіт українських дослідників, у яких так чи інакше простежується аналіз етичної проблеми журналістської галузі показав, що незважаючи на широке опрацювання тематики журналістської етики, з огляду на зміни у форматах споживання інформації в епоху стрімкої інформаційної революції – дослідження проблем у стосунках журналіста й аудиторії в медіапросторі потребують актуального аналізу

ситуації. Деонтологічне питання належного сповідання журналістами професійних норм потребує детального й широкого розгляду.

Прикладами становлення та функціонування наукової площини деонтологічної проблематики є медицина та юриспруденція, у яких досліджуються професійні стосунки лікаря та юриста з пацієнтами, однак за специфікою професії журналіст, на відміну від представників названих професій, працює з людьми не лише персонально, але й масово, через виготовлення та поширення медіапродукту. Саме тому глобальний вплив журналістики на маси робить питання стосунків виробника інформації та її споживача особливо важливим та актуальним для сучасності. З огляду на відсутність цілісного сегменту наукових праць у цьому напрямку, виявлено потребу виокремлення та обґрунтування деонтологічної складової в журналістиці.

Українські нормативно-правові документи з моменту останніх комплексних досліджень явища журналістської етики зазнали змін та вдосконалень, котрі обумовленні відображенням реакцій професійної спільноти та суспільних запитів. Вони проявляються у вигляді змін у Кодексі етики українського журналіста та підходах до саморегулювання всередині професії. Вивчення широкого термінологічного апарату дослідження, котрий подекуди має особливе тлумачення з огляду на специфіку дотичності до тієї чи іншої проблематики показує, що не лише професійні документи, а також наукові дослідження проблематики журналістського обов'язку потребують актуальних уточнень.

Саме тому наукове дослідження проблем журналістського обов'язку крізь призму деонтології журналістської діяльності потребує окремих досліджень у галузі професійної етики.

Основні положення першого розділу ширше висвітлені автором у роботах [157], [253], [180], [159].

РОЗДІЛ 2

ПРОФЕСІЙНІ ЖУРНАЛІСТСЬКІ ЦІННОСТІ: ДЕОНТОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ Й ДИЛЕМИ

2.1. Верифікація фактів

У часи вільного доступу до масової інформації з арсеналом безперешкодного генерування будь-якої інформації усіма охочими, проблема перевірки фактів набуває нової актуальності для медіапростору загалом та для спеціалізованих професій, що за характером своєї діяльності є в епіцентрі охарактеризованого явища, а особливо для журналістики. Як процес перевірки фактів, верифікація актуальна не лише для України, а для всієї міжнародної медіасфери. Так, на спеціальному міжнародному засіданні, організованому Україною разом із США, Литвою, ЄС, Республікою Корея, Коста-Рікою, Ганою та за участі Департаменту глобальних комунікацій Секретаріату ООН, що відбулося сьомого липня 2021 року, активно обговорювалися питання перевірки фактів як глобальної практики з протидії дезінформації та неправдивим відомостям. За словами одного зі спікерів, заступника міністра закордонних справ Литви А. Пранкевичюса, «питання поширення неправдивої інформації зараз розглядається не просто у загальних рисах, а в контексті протидії системній дезінформації, зокрема з боку Росії» [117]. Така постановка питання та широкий спектр проблем, що постають на цьому полі, потребують особливої уваги з боку дослідників інформаційних сфер. Світова спільнота виявляє занепокоєння з приводу об'ємів поширення недостовірної інформації та працює над алгоритмами її ідентифікації й усунення. Базуючись перша за все на вказаних проблемах у цьому підрозділі дослідження розглядається верифікація фактів, як невід'ємна складова професійної журналістики в умовах наймасштабнішої дезінформаційної діяльності – гібридних воєн.

У дисертації явище фактчекінгу характеризується як невід’ємна складова професійної журналістської діяльності. Окрема увага приділяється елементам процесу верифікації фактів, що застосовані в різних виробничих ситуаціях. У дослідженні забезпечення функціонування мас-медійної протидії гібридним війнам, що розгортаються в Україні, дається характеристика активно діючій російсько-українській інформаційній операції. У контексті цього верифікація фактів позиціонується як невід’ємна складова професійної журналістики, в межах якої непересічну роль відіграє діяльність національних фактчек проєктів. Заявлена проблематика пов’язується з актуальними мас-медійними реаліями розгортання гібридних воєн. Зокрема наводяться статистичні дані про кількісні ознаки та пропорції поширюваної дезінформації в Україні.

Питання достовірності інформації та перевірки фактів в Україні особливого сенсу набуло з початком Революції гідності у 2014 р., адже тоді мас-медіа часто фонтанували абсолютно різною інформацією про одну й ту ж саму подію. Відтоді серед українського суспільства почали звучати висновки про необхідність фільтрування інформації, підтвердження її достовірності та, врешті, про інформаційно-гібридну війну – інформаційне поле бою, на якому журналістика, як ретранслятор інформації, посідає чільне місце. Зауважимо, що такий спосіб «ведення бою» не є новим для історичних аналізів, адже ще «у V-му столітті до н. е., у так званій Пелопоннеській війні афінянами було вжито подібну методику. Протягом контактного військового протистояння вони спромоглися підбурити підлеглих своїх опонентів – ілотів, щоб ті завдали спартанцям клопоту «з середини». Таким чином, через внутрішні негаразди Спарта вимушено уклала мир із супротивниками» [90, с. 3]. Ця історична згадка демонструє давність, а головне ефективність та впливовість інформаційних воєн, що в наш час спонукає медіа-фахівців насторожено аналізувати інформаційний контент на достовірність, об’єктивність, збалансованість подачі інформації, протидії фейкам і маніпуляціям. Проблематика способів та методів верифікації фактів наразі

залишається актуальною для медіапростору, з огляду на всеохопність сфер застосування та стрімке проникнення інформації з мережі Інтернет у суспільні реалії.

В Україні проблематику верифікації фактів вивчали Т. Білушак, О. Ващук, Р. Гришук, Ю. Кияшко, О. Клименко, О. Корнієнко, В. Кубко, О. Мельникова-Курганова, В. Рябічев, В. Садівничий, В. Шевченко, Н. Федотова, Л. Ященко та ін. Однак зазначені автори у своїх працях переважно зосереджують увагу на фактчекінгу або верифікації як явищах широкого масштабу, подаючи їх загальну характеристику. Зокрема, Т. Білушак зазначає, що «користувач сприймає та поширює хибну чи спотворену інформацію, яка впливає на свідомість суспільства, таким чином потрапляє під вплив інформаційної маніпуляції» [8]. Тут авторка означає несвідомий процес поширення недостовірної інформації, що замикається у колі поширення, та як наслідок має зворотній вплив і на самого поширювача у вигляді сприйняття інших, так само поширених даних. Натомість В. Шевченко говорить, що «для України важливо збільшувати охоплення тем, за якими перевіряються факти й дані» [195]. І хоч за словами авторки у мас-медіа уже присутні позитивні тенденції у цьому напрямі, процес адаптації перевірки широкого кола інформації потребує налагодження та вдосконалення. Основою цього тематичного спрямування є те, що в рамках протидії дезінформації для журналіста, який комплексно займається фактчекерською діяльністю, не повинно бути неважливої чи меншважливої інформації. Адже механізм просякнення брехні у суспільну свідомість діяльний у різних сферах реалізації.

О. Мельникова-Курганова розглядає фактчекінг як «компетентність, що є важливою відмінністю діяльності професійного журналіста від непрофесійного» [99]. На думку дослідниці, він «допомагає читачам, глядачам, слухачам орієнтуватися у великих обсягах інформації, розрізнити фейки, дезінформацію, маніпулятивний чи пропагандистський контент» [99, с. 139]. Це означення професійної діяльності фактчекера, як різновиду

журналістських розслідувань, наближує нас до заявленої проблематики, адже вказані вище параметри, за якими журналіст допомагає аудиторії зорієнтуватись у правдивості інформації, є характерними атрибутами ведення інформаційних воєн. Сукупність ознак, що супроводжують цей процес, дозволяє говорити про особливу небезпечність явища та актуальність вивчення шляхів протидії.

Дослідження верифікації фактів, як невід'ємної складової професійної журналістики в умовах гібридних війн, допоможе переглянути окремі компоненти підходів до здійснення професійної діяльності та означає сферу реалізації, ризику й загрози, що в ній виникають.

Особливого значення фактчекінг, як процес перевірки інформації на достовірність, набуває в умовах інформаційних воєн. Зазвичай несприятливі інформаційні шуми, що надходить перш за все з мас-медій, переважно стосуються економічного інтересу третіх сторін. Суспільне явище, охарактеризоване як «споживацьке суспільство» з інверсією докола капіталістичної закономірності «попит зумовлює пропозицію» на «пропозиція зумовлює попит», передбачає використання мас-медіа задля реалізації індустріального потенціалу. За таких умов присутні істотні ризики впливу на суспільну свідомість, однак з огляду на усталеність такого порядку речей указані ризики не є критичними для збереження життя, миру та загального благополуччя. В умовах тяглості інформаційних воєн та операцій ризики й наслідки впливу значно загострюються, адже вони можуть стосуватися силової зміни конституційного ладу, обмеження основоположних прав та свобод людей, погіршення добробуту життя суспільства. Для українських реалій ці небезпеки перш за все актуалізуються в контексті російсько-української інформаційної експансії. Гібридна війна може передбачати штучне перекроювання суспільної свідомості, підміну усталених понять, зрушення ціннісних і моральних орієнтирів, обмеження волі та демократичного права людини. Такий спосіб впливу на колективну та індивідуальну свідомість є негативним та у своїй сутності не має позитивних

чинників. Винятком може бути лише протидія деструктивній пропаганді, однак і вона не повинна зловживати своєю метою переходячи межі права, закону та журналістських стандартів, завдаючи руйнівного впливу на масову свідомість. Основна бойова одиниця гібридної війни – неправда. Натомість головний інструмент для протидії – факт. Робота з фактами вважається основою для професійної журналістської діяльності, а отже фактчекінг є ефективним механізмом для протидії інформаційній війні. Проте гібридна війна не передбачає прозорого характеру деструктивної діяльності. Саме обман є основним методом на шляху до її реалізації. Для ефективної цілеспрямованої протидії пропаганді потрібно вміти ідентифікувати гібридну війну до загострення наслідків її дії. У Таблиці 2.1.1 наведені фактичні інформаційні ознаки ведення російсько-української гібридної війни та їх зв'язок із верифікацією. Такі дані допомагають розкрити сутність і значимість процесів, які вона зумовлює.

У колонках «зв'язок із верифікацією» таблиці 2.1.1 описано приклади заявлених інформаційних ознак ведення російсько-української гібридної війни. Серед них вказано саме ті, які в межах власної реалізації передбачають тісний зв'язок із мас-медіа, інтегруючи маніпулятивну інформацію у суспільну свідомість кризь ЗМІ. Розуміння багатовекторності та методології ведення гібридної війни слугує виникненню ефективного алгоритму протидії. Для ідентифікації моделі ведення інформаційної війни слід охарактеризувати функції та методи застосовуваних інструментів впливу. Окрім перелічених інформаційних існують й інші характерні особливості такого типу протистоянь. Однак зазначені в таблиці 2.1.1 ознаки переважно підпадають під категорію «мережевої хай-тек війни» – комплексу інформаційних впливів у мережі Інтернет, на телебаченні та радіо із задіянням спеціалізованих технологічних засобів (хай-рум та хай-сенсоро) для отримання переваг в економічних, військових, політичних, культурних та громадських сферах [84, С. 47-48].

Таблиця 2.1.1. Фактичні інформаційні ознаки ведення російсько-української гібридної війни [22][1]

№	Ознака / Зв'язок із верифікацією фактів
1.	Військова агресія без офіційного оголошення
	Така ситуація передбачає інформаційне спотворення дійсності. У мас-медіа подаються інформаційні перекручування у яких на тлі військового протистояння може йтися про «громадянський конфлікт», «внутрішні протести», «ініціативи громадськості» та натомість заперечуються будь які військові операції із задіянням регулярних військ чи найманців-бойовиків, останніх можуть називати «добровольцями» [34].
2.	Приховування країною-агресором своєї участі в конфлікті
	У випадках передислокування регулярних військ у зону бойових дій, зафарбовуються номери бронетехніки, прибирається символіка окупанта, відбираються документи у особового складу. При виникненні ситуацій із затриманням таких військових країна-агресор спростовує їхню приналежність до регулярної армії [141][191].
3.	Використання інформаційного простору як паралельного поля бою
	Традиційна «четверта колона», активна діяльність медійних ресурсів, що спекулюють інформацією, та фактично займаються пропагандистською діяльністю націленою на деструктивний вплив, розпалювання внутрішньої ворожнечі, та дискредитацію опонентів. Зазвичай таку діяльність легко ідентифікувати за систематичним недотриманням журналістських стандартів [145].
4.	Нехтування агресором міжнародними нормами, нівеляція прав людини
	Невиконання агресором міжнародних домовленостей у вигляді взяття на себе певних обов'язків. Масові порушення прав людини на окупованих територіях. Невизнання самопроголошеною владою анексованих територій міжнародного вектору права. Натомість тотожність політичного вектору та співпраця із країною-агресором [80].
5.	Цілеспрямована легітимізація терористичних дій
	Колабораціонізм у вигляді залучення до легітимізації анексованих територій та самопроголошеної влади шляхом запрошення відомих музикантів та суспільних діячів для публічних виступів, проєктів, концертів та іншої суспільної діяльності, яка покликана демонструвати світовій спільноті нормалізацію та усталеність самопроголошеного режиму. Спроби визнання бойовиків офіційними представниками з їх залученням на міжнародні майданчики [35].

На рисунку 2.1.1 подано схематичну залежність виявлених компонентів, що взаємодіють між собою у рамках ведення російсько-української гібридної війни. Ця схема не є інноваційною, але її у вигляді інтерпретації наукового досвіду адаптовано під потреби дослідження. Модель інформаційної мережевої хай-тек війни характерна тим, що означає основні інструменти, засоби та сферу реалізації. Аналіз шляхів і методології поширення неправдивої інформації дозволить виробити механізми ефективної протидії таким деструктивним явищам, як гібридні війни, дезінформація та маніпуляції інформацією.

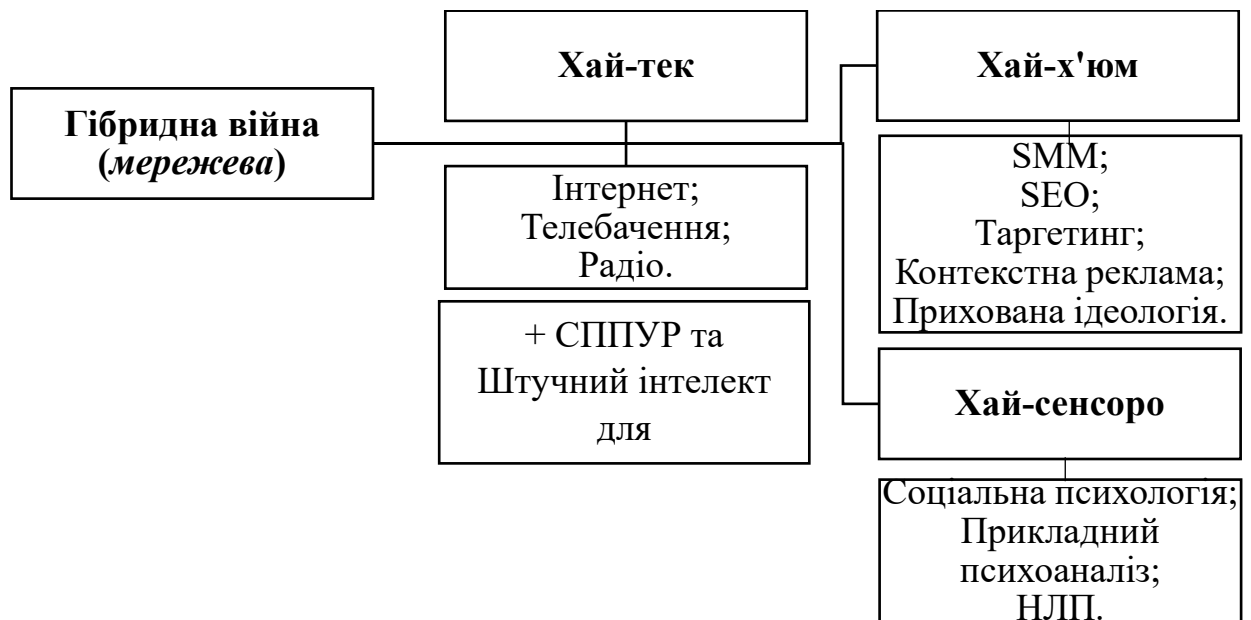


Рисунок 2.1.1. Модель інформаційної мережевої хай-тек війни

[84, С. 47-48]

Тут зображено співвідношення сфери реалізації та засобів впливу, що застосовуються під час ведення інформаційної мережевої хай-тек війни. Така класифікація здійснена на основі похідних, які супроводжують означені у таблиці 2.1.1 інформаційні процеси. Їх трактування передбачає поєднання інформаційних завдань із функціональним технологічним апаратом.

Факт військової агресії без офіційного оголошення усіляко перекручується у медійному просторі задля нівелювання його статусу. Наприклад, знайома нам аббревіатура АТО (антитерористична операція) говорить про протидію терористам абстрактного походження, а отже не вказує на винуватця чи агресора. Такий підхід дозволяє окупанту підтримувати дипломатичні угоди, виступати посередником між сторонами конфлікту та позиціонувати себе третім, «стороннім», учасником сутички. Однак за обставин виявлення фактичних ознак своєї причетності до військових дій відбувається приховування країною-агресором своєї участі в конфлікті. Для ефективності цього процесу використовується інформаційний простір, як паралельне поле бою. Насьогодні наймасовішими каналами миттєвого поширення інформації є мережа Інтернет, телебачення та радіо. Ми оминаємо друковані ЗМІ, адже вони мають дещо іншу специфіку функціонування та меншу сферу охоплення аудиторії. Інтернет є універсальним, а головне абсолютно вільним інформаційним полем бою в контексті можливостей поширення інформації. Не можна оминати присутні у всесвітній павутині телебачення, радіо, газети та журнали. Саме тому найбільшою платформою для розгортання гібридної війни вважаємо Інтернет. На рисунку 2.1.1 ілюстративно показано, як виглядає мережева інформаційна війна за означених у дослідженні умов. Інструменти впливу категорії хай-х'юм (highly human – високо людські) – охоплюють соціально-гуманітарні технології. Їхнє використання у своєму арсеналі налічує: пошукову оптимізацію (SEO), просування конкретного аккаунту чи контенту (SMM), цілеспрямовану рекламу для визначеної аудиторії (таргетинг), інформаційні продукти, що мають прихований підтекст (ідеологію). Ефективній реалізації цих технологій сприяють інструменти психотехнологічного впливу – хай-сенсорно (highly sensory – високосенсорні). Їхня специфіка містить у собі прийоми, які діють на підставі діяльнісних закономірностей поведінки людини (соціальна психологія), розуміння сутнісних аспектів її природи (психоаналіз) та поведінкового програмування «з допомогою різних форм мовлення, руху

очей, тіла та пам'яті» (НЛП) [84]. Закономірності взаємодії елементів систем підтримки прийняття управлінських рішень (СППУР), і систем штучного інтелекту підсилюють ефективність алгоритмів впливу високолюдських та високосенсорних технологій. Саме на базі охарактеризованих компонентів впливу на медійних платформах розміщених у мережі Інтернет здійснюється мережева гібридна війна. Ознаки нехтування агресором міжнародними нормами та нівеляції прав людини свідчать про загарбницький вектор діяльності, і або не освітлюються в маніпулятивних мас-медіа, або ж обґрунтовуються сфабрикованими причинами. Для зменшення масштабів реагування світової спільноти на такі дії у межах інформаційної війни відбуваються спроби цілеспрямованої легітимізації терористичних дій. Ці операції здійснюються шляхом активного використання в мас-медіа сукупності маніпулятивних технологій, охарактеризованих вище.

Симбіоз вказаних у таблиці 2.1.1 та рисунку 2.1.1 ознак, способів та методів впливу обумовлює специфічний характер гібридних війн. У Таблиці 2.1.2 зображені його основні чинники.

Таблиця 2.1.2. Специфічний характер гібридних війн [22, С. 84-85]

№	Ознака	Застосування
1.	Полівекторність	Багатовекторна реалізація діяльності;
2.	Непомітність впливу	Відсутність явних руйнувань, прихована шкода;
3.	Відтермінованість результатів	Робота на перспективу носить стратегічний характер;
4.	Вплив на ментальність	А саме на «інтелект, емоції, психіку людей».

Питання впливу на емоції в журналістиці розглядається й у позитивному ключі, наприклад, щоб «охопити нову аудиторію, змінити спосіб розповіді історій і надати більше інтерактивність в індустрії новин» [255]. Проте частіше цей прийом використовується з корисливими цілями. Маніпулятивна

реалізація високотехнологічного інструментарію з багатовекторною специфікою впливу, яка не є яскраво вираженою, та націлена на довгострокову перспективу – так можна охарактеризувати сучасне явище гібридних війн. Своєю чергою єдина ефективна протидія такому явищу – це органічна робота з фактами. Під «органічною» розуміємо матеріали легкопридатні для широкого сприйняття. Такою може і мусить бути професійна верифікація фактів у журналістиці.

У професійних мас-медіа існують кілька різновидів процесів, що мають суто цільове призначення – перевіряти факти. За словами директора популярної американської фактчекінгової організації «PolitiFact» А. Шарокмана, «якщо журналіст поширює фейки, то ця людина не виконує ролі журналіста» [210]. Він говорить, що ті, хто не послуговується принципами перевірки фактів, лише вдають із себе журналіста. На думку О. Ярощука, «медіа повинні перевіряти тих, хто має владу, задля допомоги тим, хто її не має» [210]. Таке обґрунтування найкраще показує затребуваність верифікації фактів у професійній журналістиці. У фактчекерів для належної обробки інформації щодо правильного використання фактів існують власні алгоритми дій. На Рисунку 2.1.2 продемонстровано один із них.



Рисунок 2.1.2. Базовий алгоритм перевірки фактів [61]

Основною методикою для фактчекера, який працює з широким колом тем і коментарів, є регулярне залучення галузевих експертів, компетентних у питаннях, котрі верифікуються. Виокремлення тверджень відбувається для звуження сфери пошуку та становлення конкретики в роботі фактчекера. Спосіб перевірки повинен обиратися з міркувань раціональності. Існують інформаційні бази, у яких журналіст може оперативно здобути необхідну інформацію, не звертаючись при цьому по сторонню допомогу (Див. таблицю 2.1.3). Часто лише авторитетні джерела допомагають остаточно підтвердити або спростувати ту чи іншу інформацію.

Коментарі до факту в промові публічної особи є невід’ємною складовою, адже крізь них подається тлумачення контексту сказаного. Часто воно може не відповідати наведеному факту або ж використовуватися для спекуляцій. Залучення зовнішнього експерта є авторитетним способом перевірки коментарів. Саме незацікавлена компетентна людина може висловити власну фахову думку про доцільність змісту коментаря. На етапі публікації вказані посилання на джерела, адже часто журналісти публікують інформацію без вказування абсолютно всіх джерел. Для роботи фактчекера це є принципово важливим.

При поданні результатів перевірки, вміння їх легко й доступно візуалізувати, забезпечує швидке розуміння цільовою аудиторією масштабних речей. Звертаючись до цієї теми, автори посібника зауважують: «Якщо повідомлення містило факти чи цифри, краще подати їх у вигляді простих діаграм або графіків – це полегшить читачам розуміння того, в чому саме була брехня» [216]. У таблиці 2.1.3 вказано перелік баз для оперативного доступу до публічної інформації, яким можна користуватися за необхідності.

Таблиця 2.1.3. Бази для оперативної перевірки публічної інформації [61]

№	Назва ресурсу / Характеристика діяльності
1.	Доступ до правди
	Ресурс працює у «якості уніфікованої платформи для надсилання електронних запитів розпорядникам інформації відповідно до Закону «Про доступ до публічної інформації». Усі запити, та відповіді на них, публікуються на сайті, та є доступними для інших користувачів [206].
2.	Державна служба статистики України
	На сайті держслужби можна знайти офіційну статистичну інформацію, що поділяється на різні категорії. Зокрема доступні дані про загальну діяльність служби, населення України, і доступно про статистику. Також присутні цільові категорії для громадськості, респондентів, та ЗМІ [128].
3.	Перелік 105 відкритих реєстрів та баз даних
	Окремою категорією ресурсу «Доступ до правди» вказуємо перелік відкритих реєстрів, на яких доцільно шукати інформацію коли запити не потрібні. Серед посилань присутні стоси публічної інформації від різних державних та офіційних представництв [69].
4.	Перелік 77 відкритих реєстрів та баз даних України
	На цьому «Інвестиційному порталі Запорізької області» зібраний перелік відкритих реєстрів, який не уніфікований зі згаданими 105 джерелами для вільного доступу до інформації. І хоч деякі з них перетинаються, однак з огляду на універсальність списку категорій перелік може стати в пригоді для пошуку різного роду інформації [119].
5.	Держзакупівлі онлайн
	На цьому ресурсі присутній повний спектр публічної інформації про всі державні закупівлі. Окрім того, користувачам пропонуються можливості участі у закупівлях, та подання державі пропозицій у вигляді товарів чи послуг. Цей ресурс є спеціалізовано тематичним, і надає спектр важливої та актуальної інформації для користувачів [20].
6.	Електронна база псевдосоціологів
	У реєстрі зібрані «дані про 116 псевдосоціологічних служб та 215 прихованих піарників», які брали участь в якості експертів у публічному просторі України протягом останніх 15 років. Ця база слугує збиранням інформації про справжню компетентність та приналежність осіб, що позиціонують себе компетентними експертами з тих чи інших питань [130].
7.	Боржники, суди, розшукувані особи, правопорушення, підприємницька, громадська та професійна діяльність, та інше
	У цьому переліку зібрані джерела, що дозволяють перевірити будь-яку людину за відкритими базами інформації. Зокрема, доступні дані про комерційну, політичну, кримінальну, судову та іншу законодавчо-залежну приналежність суб'єкта [118].
8.	Щорічний аудит всесвітніх фактчек-організацій від Reporter's Lab
	«Лабораторія репортерів» є центром досліджень журналістики в Школі державної політики Санфорда при Університеті Дьюка». Цей ресурс має всесвітню базу фактчек організацій. Вона подана у зручному вигляді на мапі світу з точками, назвами та посиланнями на провідні фактчек-організації у різних країнах світу. Користуючись цією базою можна отримати доступ до інформації про всесвітні події, які аналізуються на перевірку фактів [113].

Цей перелік не є вичерпним, адже у кожній фактчек-організації існують свої джерела та алгоритми перевірки інформації. Однак зібрана й прокоментована у таблиці 2.1.3 інформація надає широке поле для пошуку необхідних даних. Запропоновані переліки відкритих реєстрів дають можливість дослідникові категоріально відфільтрувати пошуковий вектор. Особливої уваги у цьому переліку заслуговує пункт 8. Хоч він і не є типовою інформаційною базою, але світова карта з доступом до інформаційних ресурсів професійної фактчек-журналістики дає можливість моніторити готові оцінки експертів із різних куточків світу. Аудит всесвітніх фактчек організацій включає навіть регіональні проекти, а тому може бути корисним джерелом інформації при роботі з перевіркою фактів як локального, так і глобального чи іншого походження.

Переважаючі бази для оперативної перевірки публічної інформації користуються попитом у фахівців, долучених до процесу за професійним спрямуванням. Різного роду аналітики, експерти, розслідувачі, юристи, адвокати, політики, суспільні діячі тощо зацікавлені в доступі до вузькоспеціалізованої публічної інформації, використовують її у якості фактажу та з'ясування точності. Однак широкого кола громадськості наврядчи користуватиметься подібними ресурсами задля задоволення своїх інформаційних потреб. Ними частіше споживається легкодоступна компіляція інформації від блогерів у публіках соціальних мереж, чи в іншого роду так би мовити «адаптивних» каналів. Тому надзвичайно важливою є спеціалізована інформаційна діяльність по спрощенню сприйняття інформації для загальної аудиторії.

В Україні уже не один рік існують власні повноцінні фактчек проекти. Серед них як загальні, так і вузькопрофільні ресурси. Більшість із них працює за підтримки міжнародних партнерів і грантів. Це забезпечує певну внутрішню незалежність і дозволяє безсторонньо освітлювати публічну діяльність можновладців і політиків, а також всебічно коментувати резонансні

теми загалом. У таблиці 2.1.4 подано інформацію про основні вітчизняні фактчек проекти.

Таблиця 2.1.4. Українські фактчек проекти

№	Назва / Характеристика діяльності
1.	Stopfake
	«Перевірка і спростування перекошеної інформації і пропаганди про те, що відбувається в Україні. У Проекті аналізується таке явище, як кремлівська пропаганда, у всіх аспектах і проявах Інформація доступна 13 мовами подкасти та радіопроеграми, читати в газеті «Твоє право знати» [127].
2.	Voxukraine
	Проект поділяється на тематичні категорії: Журнал з аналітикою де усі статті рецензуються, «Вокс Чек» де слова політиків перевіряються на правильне застосування фактів та достовірних джерел, «Індекс реформ» де розміщена кількісна оцінка прогресу реформ в Україні з 2015року.«База даних реформ», «Розвиток економічної журналістики в Україні» де розміщена інформація про доступ до ресурсів та експертів економічної тематики, «Дослідження та аналітика» де інформація подається з вивчення наукових методів [57].
3.	Slovoidilo
	«Перший фактчек-ЗМІ в Україні, який відстежує обіцянки таких українських посадових осіб: Президента та керівництва АП, Секретаря РНБО, Прем'єр-міністра України, членів Кабінету міністрів; голови Національної поліції, голови Державної фіскальної служби, членів Кабінету міністрів України; голови Національної поліції, голови Державної фіскальної служби, голови СБУ, голови Національного банку України, народних депутатів, голів обласних державних адміністрацій, голів обласних рад, міських голів обласних центрів» [129].
4.	Без брехні
	Проект займається «організацією доступу до публічної інформації з метою забезпечення прозорості та відкритості діяльності органів державної та місцевої влади. Сприяє об'єктивному висвітленню в ЗМІ суспільно значущих тем і питань». На підставі перевірених даних подає власні вердикти про якість інформації з публічного простору [189].

Ці ресурси сміливо можна назвати опорою національного фактчекінгу, майже всі з них входять до згаданого в таблиці 2.1.3 щорічного аудиту всесвітніх фактчек-організацій від Reporter's Lab. На сторінках означених ресурсів регулярно демонструються якісні матеріали, що відповідають журналістським стандартам і вимогам до верифікації фактів. Окрім того, ними активно використовується інфографіка та komponуються загальні персоналізовані рейтинги з можливістю відслідковування якості інформаційної діяльності конкретних публічних осіб. Це дозволяє ефективно протидіяти пропаганді, принаймні серед аудиторії ресурсів. Приклади їх фактчекерської роботи доцільно проаналізувати після окреслення зв'язку спеціалізованої верифікації фактів із гібридною війною в Україні.

Для визначення ступеня необхідності протидії російсько-українській інформаційній війні найкраще підходять цифри. За результатами «дослідження контенту онлайн-видань, телеграм-каналів і телеканалів у березні, травні, вересні, листопаді 2020 р., та січні, квітні 2021 р. від Інституту масової інформації та «Детектор медіа», відстежено збільшення проросійської пропаганди аж на 59 % у 2021 (див. рис. 2.1.3) [221].

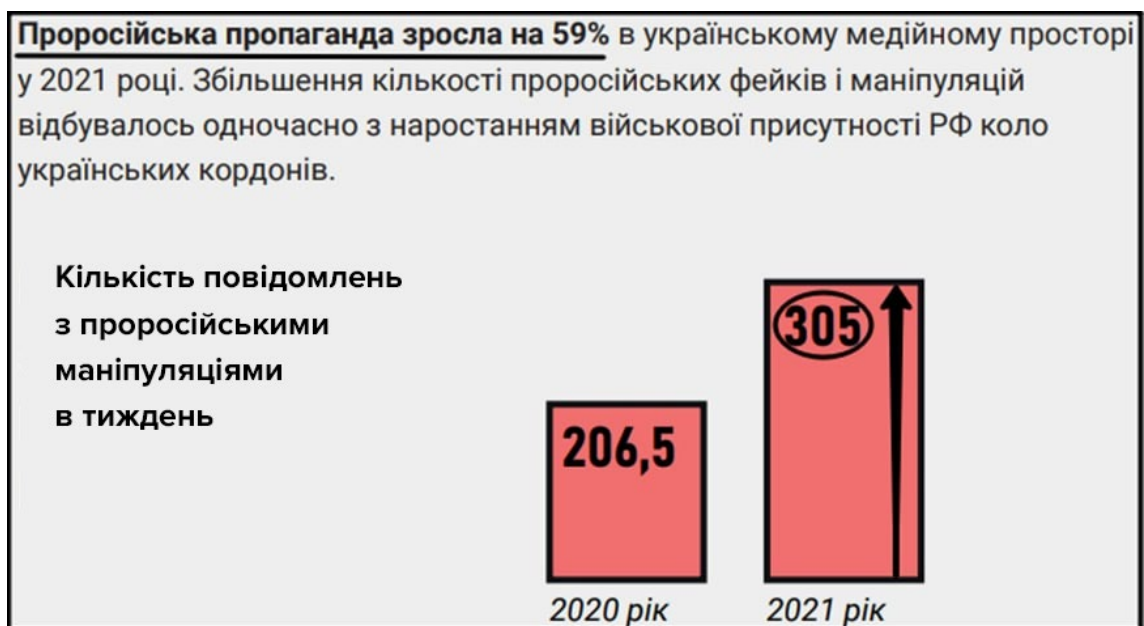


Рисунок 2.1.3. Елементи динаміки зросту проросійської пропаганди у 2021 р. [131]

За результатами дослідження (див. рисунок 2.1.3) методи полівекторності та використання інформаційного простору, як паралельного поля бою, активно застосовується для поширення фейків і маніпуляцій в Україні. Нагадаємо озвучену у 2018 р. з вуст держсекретаря Міністерства інформаційної політики України А. Біденка «4D»-стратегію російсько-української гібридної війни: dismissing, distorting, distracting, dismaying (заперечення, спотворення, дезорієнтація, залякування), яка працює поруч з дезінформаційною «4F»-формулою: fake news, fake media, fake experts, fake events (фейкові новини, медіа, фальшиві експерти і події)» [185]. Такими методами проросійська пропаганда нарощує свій деструктивний вплив на території України, що й підтверджують статистичні дані означеного дослідження. Для ефективної протидії російській «4D»-стратегії та «4F»-формулі, інверсуємо їхню методологію та отримуємо відображення основних функцій фактчекінгу: спростування заперечень, викриття спотворень, організація об'єктивної інформаційної орієнтації, спростування залякувань. На додаток до цього за аналогією до наведених вище «базового алгоритму перевірки фактів» на рисунку 2.1.2 та «бази для оперативної перевірки публічної інформації» в таблиці 2.1.3, протидіємо «4F»-формулі у вигляді: надання достовірних новин, професійних медіа зі справжніми експертами і подіями. Саме так працюють вказані у таблиці 2.1.4 національні фактчек проєкти.

Необхідним компонентом у процесі дослідження неправдивої інформації є ідентифікація основних джерел поширення дезінформації та виокремлення тематичних спрямувань, за якими відбуваються інформаційні атаки. Ці кроки дозволять розуміти масштаби та спрямованість діяльності на поширення неправди. Також за давньоримською мудрістю вкажуть на «тих кому вигідно» [154] – замовників, ініціаторів чи врешті сторону, котра просуває власний інтерес. Будь-яка дезінформація не є непотрібною, адже для її розповсюдження потрібні ресурси та професійна методологія.

Важливим елементом у роботі журналіста є постановка питання цінностей власної діяльності, коли на перше місце ставиться громадський, а не комерційний інтерес. Суспільна важливість професії якраз і полягає в обороні та фільтруванні інформації, що слугує загальним благом. Але аж ніяк не у спекулюванні, маніпуляціях, та інших прийомах інформаційних атак.

Для предметності загальних результатів дослідження ІМІ та «Детектор медіа» контенту онлайн-видань, які є засобами для здійснення російсько-української гібридної війни наведемо статистичні дані про кількісні ознаки та пропорції поширюваної дезінформації. На рисунку 2.1.4 зображено проросійські інформаційні наративи за популярністю та відсоток матеріалів, у яких вони використані. Подано топ медіа з антизахідними та проросійськими наративами й указана кількість матеріалів, у яких виявлено таку інформаційну політику.



Рисунок 2.1.4. Топ ЗМІ, які поширювали дезінформативні проросійські наративи в Україні [131]

З огляду на таку активність та прогресуючу динаміку проросійської інформаційної політики в українському медіапросторі, вважаємо пріоритетним питання інформаційної протидії російсько-українській гібридній війні в контексті спеціалізованої роботи з фактами. У таких непростих умовах верифікація фактів справді виступає як невід’ємна складова професійної журналістики. Наразі нішу протидії займають означені в таблиці 2.1.4 національні фактчек проєкти та різні ЗМІ з належним підходом до роботи з фактами та поданням результатів глобальних досліджень у легкодоступній формі. Серед ЗМІ варто виділити щонайменше «Українську правду», «Детектор медіа», «Texty.org.ua.», «Дзеркало тижня», а серед ГО – Інститут масової інформації, Український кризовий медіа-центр, Інституту демократії імені Пилипа Орлика та ін.

Фактчекінг у роботі журналіста виступає невід’ємною складовою задля оборони інтересів аудиторії. Як явище, перевірка фактів є однією з цінностей якісної журналістики. У часи універсалізації журналіста, покладення на нього функцій одразу кількох професійних спрямувань, не варто забувати про важливість ретельної обробки інформації. За словами відомого журналістикознавця І. Михайлина, «факт протистоїть вимислові, припущенню... він завжди в минулому, бо припущення про майбутнє не є дійсним (чи здійсненим) фактом» [104]. В основі факту вже є протидія неправді, саме його існування суперечить вимислові. Однак у сучасних мас-медіа фактом можна маніпулювати чи спекулювати, його можна спотворювати й перефразувати в інакший контекст. Саме такі дії професіоналів своєї справи не повинні залишати байдужими справжніх журналістів, людей, котрі дійсно служать громадськості у вигляді відтворення об’єктивної реальності, такою як вона є. Фундаментальність досліджуваної проблематики окреслюється тим, що «в основі людського пізнання лежить спостереження й осмислення фактів» [104], а оскільки свідомість – це знання, тож який відсоток фактів повинен її наповнювати для формування якісного індивіда? Новітнім викликом для сучасної журналістики є розбудова механізмів протидії неправді задля

благополучного суспільного співіснування у здоровому демократичному суспільстві.

У часи широкомасштабної російсько-української війни верифікація фактів для професії журналіста набуває надзвичайної важливості. Українське військово-політичне керівництво неодноразово наголошувало на тому, що «питання внутрішньої дестабілізації України через російську агентуру – питання номер один для РФ» [140]. Таким чином робота по встановленню фактичної дійсності, як спеціалізованих фактчек проєктів, так і широкого кола професійних мас-медіа, є визначальною в контексті стабілізації колективної суспільної свідомості на протипагу деструктивній російській інформаційній кампанії. Наприклад, лише за листопад 2022 виданням «Без брехні» опубліковано 42 фактчекінгових та антипропагандистських матеріалів (див. табл. 2.1.5).

Таблиця 2.1.5. Заголовки матеріалів фактчекінгового видання «Без брехні» за листопад 2022

№ / Текст заголовку / Дата публікації			
1.	Фейк росіян про 1200 загиблих поляків на війні в Україні – 30.11.2022	22.	Фейк росіян про «вдале» виведення УСІСІ техніки на Правобережжя – 12.11.2022
2.	Наслідки ударів країни-агресора по інфраструктурі в Україні – 30.11.2022	23.	Фейкове загравання Пескова мирним закінченням “спецоперації” – 11.11.2022
3.	Маніпулятивна підтримка Орбаном суверенітету України – 28.11.2022	24.	Навала фейкових «офіційних» акаунтів в Твіттері – 11.11.2022
4.	Фейковий вкид про заклик до киян збивати російські БПЛА з власної зброї – 25.11.2022	25.	Маніпуляції та фейки російського керівництва щодо втечі військ з Херсону – 10.11.2022
5.	Небензя в ООН видавав фейки з телеграм-каналів за докази – 24.11.2022	26.	Як фейковими постами про нло відволікають від реальних загроз воєнного часу – 10.11.2022
6.	Associated Press звільнили репортера за фейкову “російську” ракету в Польщі – 22.11.2022	27.	Російська фейкова листівка для херсонців “від Азову” – 09.11.2022
7.	«Багатошарова» брехня росіян про черговий обстріл Запорізької АЕС – 21.11.2022	28.	ФЕЙК про те, що окупанти вже знищили 12 установок HIMAR – 09.11.2022
8.	Спроба росіян поширити пропаганду на тему протестів через відсутність світла – 20.11.2022	29.	Нацполіція відкрила 42 000 кримінальних проваджень проти окупантів за скоєні злочини – 09.11.2022

Продовження таблиці 2.1.5.

№ / Текст заголовку / Дата публікації			
9.	Кінець Скабєєвій та Соловйову? ФСБ забороняє не лише критику війни, а й згадки та прогнози – 20.11.2022	30.	Маніпуляція і неправда кремля про те, що для перемовин з Україною «ми никаких требований не предъявляли» – 08.11.2022
10.	Маніпуляції з “закликом” голови ДТЕК до українців виїздити за кордон – 20.11.2022	31.	Брехня лаврова про невиконання «російської частини зернової угоди» – 08.11.2022
11.	Фейкові графіки відключення електроенергії – 18.11.2022	32.	Скільки західної електроніки в іранських дронах, які атакують Україну – 07.11.2022
12.	Брехня очільника МЗС Угорщини Сіярто про те, що санкції заходу не шкодять рф – 18.11.2022	33.	Маніпуляція, пропаганда, шовінізм і сексизм у сумнозвісному пості пропагандистки симоньян – 06.11.2022
13.	Як дезінформація країни-агресора продовжує тероризувати мешканців Херсонщини – 18.11.2022	34.	Хакерська атака на Instagram Головнокомандувача ЗСУ Залужного, як черговий акт інформаційної дискредитації з боку спецслужб рф – 05.11.2022
14.	Маніпуляція і брехня пєскова про те, хто винен в обстрілах української енергетичної інфраструктури – 17.11.2022	35.	Як росія в ООН проголосувала проти свого ж наративу пропаганди – 05.11.2022
15.	Фейки і маніпуляції пропаганди з приводу вибуху російських ракет на території Польщі – 16.11.2022	36.	Фейк пропаганди про те, що у Харкові війська рф «розбомбили» завод по виробництву снарядів для HIMARS – 05.11.2022
16.	Ракетний обстріл України агресором 15 листопада. Факти та наслідки – 15.11.2022	37.	Фейк Стремоусова про “цілодобову комендантську годину” в Херсоні – 04.11.2022
17.	Фейкове звільнення Олешок та Каховок: небезпечний хайп від політиків – 15.11.2022	38.	Брехня головного терориста країни-агресора про те, що Маріуполь «известный, древний русский город» – 04.11.2022
18.	Маніпулятивні пояснення Павла Лебеда щодо пісень про Росії в Лаврі – 14.11.2022	39.	Маніпуляції навколо зниклого триколора над Херсонською ОДА – 04.11.2022
19.	Небезпечний фейк провокація про роздачу гумдопомоги в Херсоні під час розмінування – 14.11.2022	40.	Черговий фейковий спам пропаганди про «предотвращение ядерной войны и использования ядерного оружия исключительно для обороны» – 03.11.2022
20.	Скандал з пісню про Росію у Києво-Печерській Лаврі: аргументи сторін – 13.11.2022	41.	Маніпуляції та невдалий шантаж Росії “призупиненням” зернової угоди – 02.11.2022
21.	Брехня лукашенко про те, що гасло «Жыве Беларусь!» має стосунок до нацизму – 12.11.2022	42.	Російська флешмоб-диверсія з закликом вимкнути світло – 02.11.2022

Наведені в таблиці дані підтверджують охарактеризовану вище сталу тенденційність явища російської пропаганди в Україні. За мінімальними підрахунками на основі продемонстрованого прикладу можемо зауважити, що лише одним фактчекінговим виданням за 10 місяців широкомасштабної російсько-української війни спростовано понад 500 російських інформаційних фейків. Для чотирьох наведених у таблиці 2.1.4 видань зазначена цифра вже збільшується до кількох тисяч. Окрім менш популярних, але найбільш ґрунтовних текстових фактчекінгових матеріалів існують різні формати контроперування фактами в мас-медіа. Окрім генерованого контенту на популярних відеохостингах і цифровому телебаченні великої популярності у щоденному споживанні інформації суспільством набули соціальні мережі. Згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) наразі в Україні «домінують онлайн-канали інформації, найбільше респондентів користуються Telegram (39 % опитаних), трохи менше – Facebook і YouTube (24 і 26 % відповідно). Крім цього 20 % опитаних до топ-2 мереж зарахували Viber» [120]. У цьому контексті стає зрозуміло, що понад «300 телеграм-каналів наразі отруюють український інфопростір завдяки поширенню російської пропаганди». Кількість підписників інформаційних ресурсів варіюється «від 2,7 мільйона читачів до 200 тисяч» [218]. Очевидно, що людського ресурсу для перевірки кожної такої новини на достовірність знайти не так просто. Це свідчить, що сучасна російсько-українська інформаційна війна ставить нові виклики перед професійною журналістикою і її фактчекінговим відгалуженням зокрема.

Отже, верифікація фактів, як невід'ємна складова професійної журналістики, особливого значення набуває в умовах гібридних воєн. В українських реаліях ця проблематика перш за все стосується активно діючої російсько-української інформаційної війни. У національному медіапросторі наявні фактичні інформаційні ознаки ведення цієї гібридної війни. З огляду на її специфічний характер та результати останніх досліджень, які свідчать про прогресуючу динаміку зростання проросійської пропаганди на 59 %, особливо

актуальною є діяльність національних фактчек проєктів, зокрема «Stopfake», «Voxukraine», «Slovoidilo», «Без брехні». Щодо обґрунтування значення явища фактчекінгу простежується певна закономірність. Оскільки основна бойова одиниця гібридної війни – неправда, а головний інструмент для протидії – факт, саме якісну роботу з фактами позиціонуємо як невід’ємний фаховий компонент журналістської діяльності в умовах інформаційних воєн. Особливості досліджень заявленої проблематики полягають у тому, що окрім безпосередньої фонові важливості перевірки фактів, питання верифікації у професії журналіста набуває гострої необхідності в контексті інформаційної оборони суспільних прав і свобод. Деструктивний вплив, що здійснюється на споживачів внаслідок розгортання інформаційного поля бою на теренах України має свої негативні наслідки, серед яких існують потенційні загрози глобального характеру, на кшталт підриву державницького суверенітету, чи розв’язання загального несприйняття до належного розуміння об’єктивної реальності. Приклади проілюстровані в роботі за контекстом популярності поширюваних наративів. Таким чином, що підтверджується проведеним дослідженням, роль журналістської верифікації фактів у процесі протидії гібридній війні є винятково важливою для сучасних українських реалій.

2.2. Виправлення недостовірних фактів та повноти інформації

В умовах надзвичайно об’ємних щоденних обсягів генерування масової інформації надзвичайну актуальність для дослідників викликають проблеми, пов’язані з недостовірними фактами та неповною інформацією. Її поширення спричиняє негативний вплив на інформаційну гігієну суспільства загалом. Окремі елементи вивчення цього явища потребують особливої уваги в контексті дослідження деонтологічної проблематики сучасної журналістики. Зокрема це стосується особливостей ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа. Такий тематичний вектор покликаний розкрити сутність проблемного явища, проаналізувати чинники утворення,

функціонування та механізми протидії його розвитку чи загостренню. Питання поширення неправдивої інформації для журналістики постає у площинах верифікації фактів та виправлення ситуації. Перший компонент розглянутий нами у підрозділі 2.1, другий – це виправлення недостовірних фактів та захист повноти інформації.

За словами адвоката Є. Гончаренка, «в Україні в більшості випадків єдиною можливістю захистити свої права в разі поширення недостовірної інформації є звернення за захистом до суду» [25]. Однак, який відсоток громадян готовий проходити процес подання судового позову та участі в тривалому процесі? Поширювана неправдива інформація не обов'язково повинна стосуватися когось особисто, щоб порушувати його права. Громадське право на своєчасне отримання правдивої й об'єктивної інформації є основоположною конституційною гарантією. Відповідно, порушення цього права безпосередньо впливає на суспільні інтереси. Журналістика може і мусить заповнити нішу оборони громадських інтересів у глобальному контексті роботи над поліпшенням ситуації, у вигляді налагодження професійних механізмів виправлення неправдивої інформації.

Досліджуючи заявлену проблематику, ми характеризуємо особливості ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа. Окрема увага приділяється елементам процесу виправлення неперевіраних фактів у різних виробничих ситуаціях. У межах дослідження явища спростування неправдивої інформації дається загальна характеристика ситуації в цілому: від законодавчих аспектів до фахових та вузькоспеціалізованих алгоритмів дій. У контексті цього верифікація фактів позиціонується як невід'ємна складова професійної журналістики, де непересічну роль відіграє діяльність національних фактчек проєктів. Заявлена проблематика пов'язується з актуальними мас-медійними тенденціями до розвинення медіаграмотності у широкого загалу.

«Питання достовірності інформації та перевірки фактів в Україні особливого резонансу набуло з початком подій Революції гідності у 2014 р.,

адже тоді мас-медіа часто фонтанували абсолютно різною інформацією про одну й ту ж саму подію. З цього моменту серед українського суспільства гучно почали звучати висновки про необхідність фільтрування інформації, та підтвердження її достовірності» [176]. Поширення недостовірної інформації безперечно шкодить громадськості, негативно впливаючи на суспільну думку. Вільне розповсюдження будь-якої інформації в Україні законодавчо існує лише до тих пір, поки не порушує права інших людей. «Справи про спростування недостовірної інформації є одними з найчисельніших категорій судових справ. Реєстр судових рішень містив понад 13 000 таких судових проваджень» [176] станом на квітень 2019 р. Це означає, що попри свою непомітність та переважний вплив на нематеріальні об'єкти чи сфери діяльності, тематика виправлення неправдивої інформації є гостросоціальною й актуальною для сучасних реалій. Предметно розглядаючи масштаби та наслідки продукування неправдивої інформації в Україні, можна спрогнозувати подальші проблеми й алгоритми їх вирішення. Така діяльність здатна посприяти налагодженню інформаційної гігієни у мас-медіа та покращити динаміку наростання громадянської притомності в більшій частині українського суспільства, четверта частина якого наразі «вважає проблеми дезінформації, джинси та маніпуляцій в медіа неактуальними» [160]. У сучасний період розгортання глобальних подій, що зумовлюють перегляд державного курсу в бік європейського розвинення країни в різних сферах та напрямках, достовірна інформація та свідоме громадянське суспільство є невід'ємними складовими умовами для успішності просування цього процесу.

В Україні проблематику недостовірної інформації у мас-медіа досліджували З. Бржезька, Г. Гайдур, А. Аносов, З. Топорецька, О. Доценко, В. Кучерявенко, О. Бондаренко, А. Миронюк, І. Хміль, М. Красноступ, ін. Однак зазначені автори у своїх працях переважно зосереджують увагу на впливі на достовірність інформації як загрозу для інформаційного простору, криміналістичній характеристиці декларування недостовірної інформації,

спростуванні недостовірної інформації як способу захисту права на особисте життя, юридичному змісті категорії «недостовірна інформація», перспективах визнання недостовірної інформації предметом злочину тощо.

Наприклад, З. Бржевська, Г. Гайдур, А. Аносов зазначають, що нинішній «інформаційний простір, зокрема Інтернет, крім виконання функцій обміну думками та отримання інформації його користувачами в період інформаційного протистояння, стає об'єктом і засобом інформаційного керування» [12]. Це свідчить про тотожність думок дослідників із охарактеризованими автором загрозами щодо зумисного впливу на суспільну думку. Означення інформаційного протистояння вказує на виокремлення загрози впливу інформаційних війн та питання недостовірної інформації у цьому контексті. Натомість О. Доценко відзначає, що «право на спростування за ст. 277 ЦК України виникає у разі поширення негативної та позитивної недостовірної інформації. Поширення ж як позитивної, так і негативної достовірної інформації захищається через режим таємниць, зокрема таємниці особистого життя» [40]. Тут авторка наголошує на неважливості факту позитивного чи негативного інформаційного відтінку, адже основним критерієм неправомірності у поширенні неправдивої інформації є її недостовірність. Усе, що стосується чуток, домислів, звичайного або чорного піару та інших способів зумисного спотворення дійсності підпадає під категорію протиправного. А отже, вирішення ситуації у вигляді виправлення неправдивої інформації є необхідною умовою налагодження проблемного явища. Проблемними зонами поширення та споживання неправдивої інформації із мережі Інтернет є найрозповсюдженіші цифрові платформи на кшталт Вікіпедії, YouTube, Facebook тощо. Там побутують як цілеспрямовані, так і ненавмисні способи продукування недостовірного контенту [103, С. 76-77]. Якщо ж законодавчо «суди повинні використовувати широкі можливості, ...для підвищення культури спілкування, з'ясувати обставини поширення недостовірної інформації» [103, С. 76-77] та іншу правоохоронну діяльність,

журналісти зобов'язані діяти «без позовів» та допомагати громадськості відрізнити істину від вимислів.

Дослідження особливостей виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа допоможе переглянути окремі компоненти підходів до здійснення професійної діяльності, здійснити моніторинг явища в сучасних реаліях та означити алгоритми протидії проблемам, що витікають із цього контексту. А на базі отриманих результатів дослідження визначити роль засобів протидії недостовірній інформації в національному медіапросторі.

Особливого значення процес перевірки інформації на достовірність набуває в умовах інформаційної та технологічної революцій ХХІ ст., в умовах гібридних інформаційних воєн, в умовах відкритої агресії РФ проти України. Повсюдність засобів та сфер реалізації інформації у наш час зашкалює, адже навіть в умовах пандемії сучасне постіндустріальне суспільство не мислить себе без гаджетів, що дозволяють мати безперешкодний канал до надзвичайно великих об'ємів інформації і Інтернет-середовищі. Сучасна людина за день обробляє безліч інформації, у якій може бути прихована маніпуляція, фейки, чи помилкові судження. За таких умов «неправдива інформація настільки широко розповсюджена, що слово *misinformation* (англ. помилкова інформація) стало словом року 2018» [257]. Ці показники свідчать про необхідність досліджень проблематики поширення недостовірної інформації з метою налагодження алгоритмів націлених на виправлення ситуації. Така проблемна ситуація є надзвичайно актуальною для українських реалій, в інформаційному просторі якої тривають повномасштабні гібридні війни, що фактично ведуться за погляди людей, як споживачів інформації, та суспільних одиниць. Професійна журналістська діяльність теж зіштовхується з подібними проблемами: всередині галузі існують заангажовані експерти, політики, громадські діячі, некомпетентні автори в питаннях, які намагаються висвітлювати, тощо. Окрім того, в Україні гостро стоїть питання медіавласності, адже станом на середину 2021 р. 9 з десяти найпопулярніших телеканалів належать олігархам [134]: і ситуація тут фактично не змінилася,

не дивлячись на дії Р. Ахметова. Увесь цей спектр чинників, що впливають на якість та достовірність інформації у медійному просторі, зумовлює загальну постановку питання щодо сучасної ситуації розгортання інформаційних процесів у продукуванні недостовірної інформації. За означених умов лише виправлення неправдивої інформації може суттєво покращити ситуацію.

Розгляд особливостей недостовірних фактів та неповної інформації в українському медіасередовищі доцільно розпочати з законодавчих аспектів, що освітлюють елементи відповідальності за порушення інформаційних стандартів у вигляді продукування недостовірної інформації. У таблиці 2.2.1 відображено основні категорії законодавчих аспектів, що регламентують реагування на поширення неправдивої інформації.

Таблиця 2.2.1. Основні законодавчі аспекти реагування на поширення недостовірної інформації [148]

№	Аспект / Обґрунтування
Цивільно-правова відповідальність	
1.	Конституція України У частині четвертій <i>Статті 32</i> . Ніхто не може зазнавати втручання в його особисте і сімейне життя, крім випадків, передбачених Конституцією України. Громадянам України гарантується «судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію» – це свідчить про умовний законодавчий механізм по вирішенню проблемних ситуацій націлених на «вилучення будь-якої інформації» [172], що не відповідає дійсності та завдає шкоди іншим людям.
2.	Цивільний кодекс України У <i>Статті 278</i> . Заборона поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права окреслюються моменти, що стосуються варіацій заборон розповсюдження неправдивої інформації. Тут існують дві варіації, зокрема: « якщо особисте немайнове право фізичної особи порушене у газеті, книзі, кінофільмі, теле-, радіопередачі » у судовому порядку можливе у вигляді припинення розповсюдження у вигляді вилучення чи припинення функціонування [171].
3.	Закон України «Про інформацію» Розділ IV. Відповідальність за порушення законодавства про інформацію У <i>Статті 28</i> . Неприпустимість зловживання правом на інформацію вказано, що мас-медійна інформаційна діяльність «не може бути використана для... посягання на права і свободи людини » [137]. Окрім цього окреслюється низка елементів, що сюди входять. У <i>Статті 30</i> . Звільнення від відповідальності – захищається свобода вільного висловлювання власних поглядів у вигляді оціночних суджень , а саме таких «які не містять фактичних даних – критика, оцінка дій» [137]. Бажано, щоб вони не принижували особисту гідність інших. Вирішення конфліктів можливе у судовому порядку .

Продовження таблиця 2.2.1.

Адміністративна відповідальність	
1.	Закон України «Про телебачення і радіомовлення»
<i>Стаття 3. Неприпустимість зловживання свободою діяльності друкованих засобів масової інформації</i>	
Фактично <i>Стаття 6. Неприпустимість зловживання свободою діяльності телерадіоорганізацій</i> контекстуально перегукується із вказаними вище Статтями 3 та 28, однак тут мова йде про фахові особливості журналістської діяльності , та розширюється спектр неприпустимих дій. У світлі останніх подій привертають увагу слова про заборону « популяризації або пропаганди органів держави-агресора та їхніх окремих дій, що виправдовують чи визнають правомірною окупацію території України » [169]. У разі порушення положень цього закону у дію можуть вступати обмежувальні заходи у вигляді накладення санкцій .	
Частина шоста <i>Статті 72. Санкції за порушення законодавства про телебачення і радіомовлення</i> вказує види згаданих санкцій, а саме: попередження, штраф, анулювання ліцензії [169].	
2.	Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»
У <i>Статті 18. Припинення випуску друкованого засобу масової інформації</i> йдеться про те, що право припинити діяльність видання має лише засновник та суд. Відповідно його варіації обумовлюються різними факторами, один з яких свідчить, що за умови недотримання положень закону можливе « вилучення тиражу чи окремої його частини », але тільки за рішенням суду [170].	
Кримінальна відповідальність	
1.	Кримінальний кодекс України
У <i>Статті 109. Дії, спрямовані на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу, або на захоплення державної влади</i> , йдеться про відповідальність за порушення закону у вигляді позбавлення волі на різні строки в залежності від характеру порушень. У окремих випадках застосовна й конфіскація майна на додачу до терміну ув'язнення.	
Згідно із положеннями <i>Статті 168. Розголошення таємниці усиновлення (удочеріння)</i> , її розголошення «всупереч волі усиновителя карається штрафом, громадськими або виправними роботами ».	
У <i>Статті 182. Порушення недоторканності приватного життя</i> «незаконне збирання конфіденційної інформації карається арештом, обмеженням волі, або позбавленням волі ».	
У <i>Статті 232. Розголошення комерційної, банківської таємниці, або професійної таємниці на ринках капіталу, та організованих товарних ринках</i> окреслюється сфера відповідальності за порушення зобов'язань у вигляді недотримання таємниці . Порушення закону у цьому аспекті карається « штрафом від однієї тисячі, до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян» [168], та обмеження можливості обіймати такі посади протягом 3 років.	

У таблиці 2.2.1 продемонстровано три рівні відповідальності, що обумовлюються контекстом ситуації та вагомістю порушення. Перший – цивільно-правова відповідальність, що передбачена положеннями Конституції України, Цивільного кодексу, Закону України «Про інформацію». Ці документи забезпечують основні суспільні права щодо спростування

неправдивої інформації у вигляді судового захисту, та права на спростування неправдивої інформації з можливістю її вилучення із медійного простору. Якщо, наприклад, достовірність інформації порушена в газеті, книзі, кінофільмі, теле- чи радіопередачі, можливі варіації судового рішення з її вилученням, або припиненням діяльності інформаційного майданчика. Другий – адміністративна відповідальність торкається вузької сфери охоплення, зокрема професійної, що підтверджує наявність положень із Законів України «Про телебачення і радіомовлення та «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Тут сфера відповідальності за продукування недостовірної інформації стосується безпосередньо журналістської діяльності. У положеннях цих документів уперше згадується неприпустимість «деструктивної пропаганди та маніпуляцій, націлених на руйнування державного ладу насильницьким шляхом» тощо. До ЗМІ, котрий порушив законодавство у цьому контексті, може бути застосовано покарання у вигляді попередження, штрафу, анулювання ліцензії, припинення випуску, або навіть вилучення тиражу. Це свідчить про державну позицію підтримування інформаційного паритету та блокування недостовірної інформаційної діяльності, яка шкодить суспільству загалом чи окремим його учасникам. Третій – найсуворіша, кримінальна відповідальність, з огляду на вагомість наслідків порушення закону, передбачає покарання згідно зі статтями Кримінальному кодексі України. А це може тягнути за собою штраф, громадські або виправні роботи, арешт, обмеження чи позбавлення волі із конфіскацією майна. Така відповідальність передбачена за недостовірну інформаційну діяльність, котра закликає до насильницьких дій, розголошення таємниць та незаконного втручання у конфіденційний простір людини.

Законодавство України забезпечує відповідальність за різний спектр неприпустимих дій, пов'язаних із поширенням недостовірної інформації. Однак у цьому контексті йдеться скоріше про зумисні інциденти. Відповідальність та алгоритм врегулювання ситуації може відрізнитися від ненавмисного поширення неправдивої інформації у вигляді помилки або іншої

несвідомої дії. У цьому аспекті задіюються етичні компоненти питання. Звичайний спосіб вибачення за власну проріху та прикладення зусиль задля нівелювання її наслідків у журналістиці зафіксований у вигляді окремих положень Кодексу етики українського журналіста (КЕУЖ). У таблиці 2.2.2 відображені ті з них, які безпосередньо торкаються заявленої проблематики. Крім того додано інформацію про наявну кількість зафіксованих суспільних скарг на порушення кожної з них станом на червень 2021 р.

Таблиця 2.2.2. Положення КЕУЖ, що стосуються поширення недостовірної інформації [66]

№	№ / Положення	К-сть скарг
1.	3. Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини;	19
2.	4. Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених	13
3.	6. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події, є найпершим обов'язком журналіста;	53
4.	7. Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією;	3
5.	8. Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинні фальсифікувати зміст;	19
6.	9. Факти, судження, та припущення, мають бути чітко відокремлені одне від одного;	44
7.	10. Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано;	53
8.	11. Не допускається таке вибіркоче цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту;	4
9.	12. Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності;	8
10.	13. Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації.	7

Таблицю укладено на основі публікацій на сайті Комісії з журналістської етики, на якому є вільний доступ до опції подання скарг на порушення кожного з положень професійних стандартів. Комісією від імені її голови А. Куликова надається розлогий коментар по кожній зі скарг та вирок виданню, причетному до ситуації. Таким чином, Комісія виступає як орган саморегуляції всередині журналістської професійної спільноти. Її діяльність опирається на чинне законодавство, журналістські професійні стандарти та Кодекс етики українського журналіста. Серед фаворитів за кількістю скарг на порушення бачимо три категорії. Перша – надання необ'єктивної інформації, друга – незбалансована подача точок зору, третя – відокремлення фактів від коментарів. Така ситуація переконливо демонструє, що в суспільстві є запит на достовірну інформацію.

Деякі з перелічених у таблиці 2.2.2 положень охоплюють дотичні до поширення неправдивої інформації критерії, однак передбачається, що ігнорування конкретних журналістських стандартів веде до виникнення прецедентів неприйнятних для професійної діяльності у мас-медіа. Безпосередньо на алгоритм виправлення недостовірної інформації вказує положення № 12 КЕУЖ, у якому йдеться про зобов'язання журналіста зробити все можливе для врегулювання проблемної ситуації. Зокрема у професійній діяльності існує принцип, за яким спростування повинно розміщуватись у наступному номері газети, у тому ж місці, де була недостовірною інформація, за аналогічним стилем та викладкою. Те ж саме застосовне й до теле- чи радіо-ефірів. Логіка цього принципу полягає в тому, щоб знову потрапити на ту ж аудиторію, яка востаннє сприйняла неправдиву інформацію.

Існує сукупність ознак, за якою можна визначити недостовірність новини. Найпростішим буде сказати, що невідповідність інформаційного продукту журналістським стандартам вже говорить про низький рівень якості медіапродукту. Однак крім журналістської спільноти, професійні стандарти невідомі широкому загалові, основна діяльність якого не

пов'язана з інформаційною сферою. Доволі неетичною звичкою є принцип «спочатку публікувати, а потім думати» [231]. Тому зосередимо нашу увагу на переліку найнедостовірніших медіа-джерел та алгоритмі їх виокремлення з поміж інших. На рисунку 2.2.1 зображено основні критерії недостовірності новин виділені під час дослідження цього явища Інститутом масової інформації та командою журналістів-розслідувачів з видання «Тексти» у 2018 р.

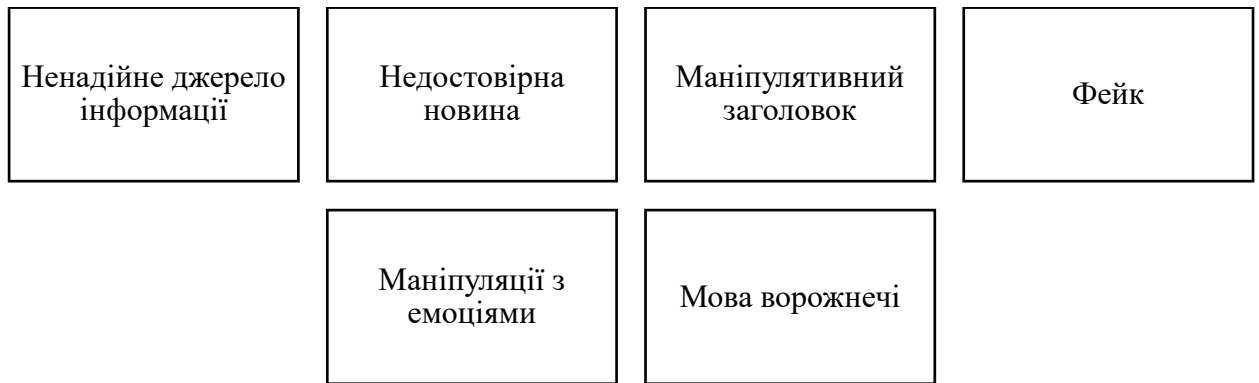


Рисунок 2.2.1. Основні критерії недостовірності новин [2]

Ці шість критеріїв недостовірних новин якраз і суперечать згаданим вище журналістським стандартам. Сформовані вони на підставі актуальної інформаційної ситуації та в основному відображають способи й засоби впливу на аудиторію. Не всі поширювачі інформації послуговуються професійними стандартами при її зборі та обробці, тому ігноруючи процедури перевірки на достовірність своїми діями зумовлюють поширення неправдивої інформації. З огляду на широкий спектр критеріїв до перевірки недостовірної інформації варто виокремити українські видання, що найчастіше відповідають зазначеним на рисунку 2.2.1 ознакам.

У табл. 2.2.3 представлені результати дослідження ІМІ й «Текстів».

**Таблиця 2.2.3. Українські мас-медіа, що мають найбільшу кількість
ознак недостовірної інформації [3]**

№	Мас-медіа / Найчисельніша ознака недостовірності / Підтверджено - ✓ / ні - ✗		
1.	«Комсомольская правда»	16.	«Вести-укр»
	Маніпуляції емоціями	✓	Маніпулятивний заголовок
2.	«From-ua»	17.	«Facenews.ua»
	Ненадійне джерело інформації	✓	Маніпулятивний заголовок
3.	«Znaj.ua»	18.	«Gazeta.ua»
	Ненадійне джерело інформації	✓	Ненадійне джерело інформації
4.	«Politeka»	19.	«Экономические новости»
	Маніпулятивний заголовок	✓	Ненадійне джерело інформації
5.	«Страна.юа»	20.	«Українські новини»
	Маніпулятивний заголовок / емоції	✓	Ненадійне джерело інформації
6.	«Вести»	21.	«Подробности»
	Недостовірна новина	✓	Маніпулятивний заголовок
7.	«Лента.ру»	22.	«Факти»
	Маніпулятивний заголовок / джерело	✓	Ненадійне джерело інформації
8.	«Телеграф»	23.	«Комментарии»
	Маніпулятивний заголовок	✓	Ненадійне джерело інформації
9.	«Hronika.info»	24.	«Експрес»
	Ненадійне джерело інформації	✓	Ненадійне джерело інформації
10.	«Апостроф»	25.	«24 канал»
	Ненадійне джерело інформації	✓	Ненадійне джерело інформації
11.	«Комсомольская правда в Украине»	26.	«Zik.ua»
	Ненадійне джерело інформації	✓	Маніпулятивний заголовок
12.	«Обозреватель»	27.	«Факти» «ICTV»
	Маніпулятивний заголовок	✓	Ненадійне джерело інформації
13.	«Newsone»	28.	«Сегодня»
	Ненадійне джерело інформації	-	Недостовірна новина /джерело
14.	«Bagnet»	29.	«112»
	Маніпулятивний заголовок	✓	Ненадійне джерело інформації
15.	«РИА Новости»	30.	«Хвиля»
	Маніпуляції з емоціями	✓	Маніпулятивний заголовок

Окрім переліку самих видань, додатковими чинниками вказано найчисельнішу з перерахованих на рисунку 2.2.1 ознак недостовірності новин. Крім того, у вигляді «галочок» зроблена авторська спроба актуалізувати дослідження за допомогою побіжної перевірки на наявність серед матеріалів цих видань ознак відповідності найчисельнішому критерію. Огляд зазначених у таблиці 2.2.3 видань (із 30.06 до 02.07.2021) показав ознаки ідентичних порушень ІМІ та «Текстами» у 2018 р. Цей огляд не мав такого ж цілісного підходу, як саме дослідження «Антирейтингу новин», однак його результати підтверджують загальну тенденційність результатів попереднього дослідження й актуалізують цей перелік видань для поточних реалій. Майже усі медіа з поданого списку наразі продукують матеріали з наявністю зазначених на рисунку 2.2.1 критеріїв недостовірності новин. Винятком стали три нині заблоковані «телеканали Медведчука», однак з огляду на їхні попередні матеріали великого сумніву у скасуванні систематичної тенденційності у вигляді невідповідності продукції журналістським стандартам не виникає. На сайті програми «Факти» телеканалу «ICTV» за вказаний триденний період посилань на недостовірні джерела не виявлено. Відсутність авторства за наявності оцінюючих суджень у статтях або недостатня кількість посилань на першоджерела сприймалися нами як елементи, що мають ознаки недостовірності (ненадійності) джерела.

У 26 з 30 проаналізованих Інтернет-видань (табл. 2.2.3) збереглися ознаки недостовірності в матеріалах. Це свідчить про важливість систематичного антифейкового моніторингу для громадськості задля усунення ризиків реалізації маніпуляцій і деструктивного впливу на суспільну думку. Такою діяльністю в Україні займаються численні фактчек проєкти, серед яких «Stopfake», «Voxukraine», «Slovoidilo», «Без брехні» та ін. Основа їх діяльності – спростування неправдивої інформації.

Аналіз контенту означених фактчек-ЗМІ показав, що у загальному вони мають уніфіковану систему подання інформації. Це свідчить про схожу методологію роботи. Крім того кожне з них позиціонує себе незалежним, що

теж вважаємо невід'ємною складовою ефективної реалізації протидії явищу неправдивої інформації. У існуванні таких фактчек проєктів основну зацікавленість виявляють самі журналісти, що їх започаткували, міжнародні організації, що протидіють пропаганді, держава, та суспільство. Останнє якраз і потребує допомоги в контексті якісного фільтрування інформації. Саме тому будь-які фактчек проєкти повинні працювати на суспільне благо.

На рис. 2.2.2 відображено основні особливості виправлення неправдивої інформації, що вдалося виокремити під час огляду українських фактчек-ЗМІ.

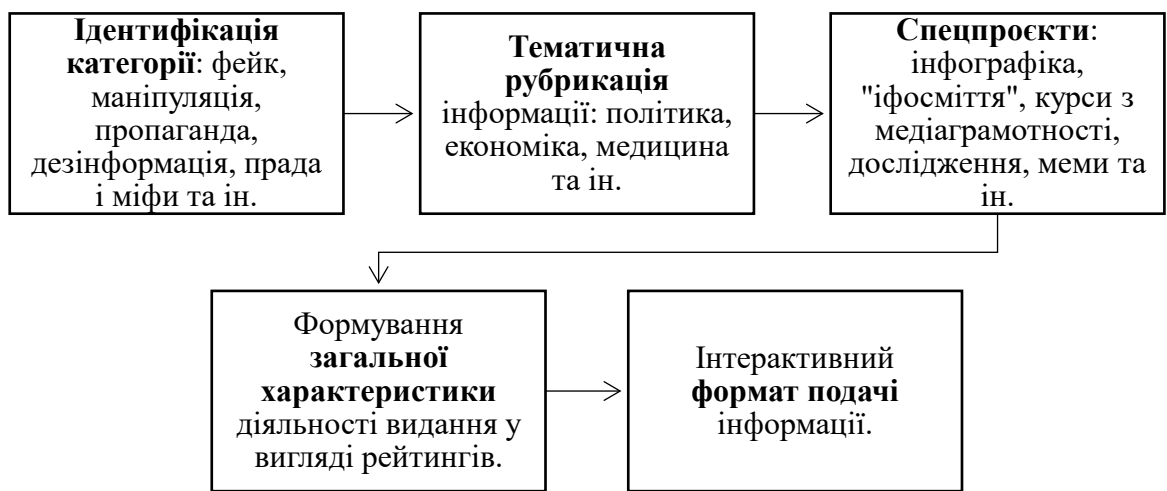


Рисунок 2.2.2. Особливості виправлення неправдивої інформації на шпальтах вітчизняних фактчек-ЗМІ

Перший пункт, зображений на рисунку 2.2.2, необхідний для розмежування роду інформації. Кожна з категорій ідентифікації допомагає читачеві зорієнтуватися, що саме не так із конкретною інформацією. Після цього журналісту набагато легше спрямувати увагу людини на необхідні для виправлення неправдивої інформації акценти в матеріалі. Тематична рубрикація слугує для виокремлення пріоритетних для читача напрямів, оскільки різна інформація має відмінні ступені актуальності для кожного особисто. Спецпроекти спрямовані на предметне окреслення елементів спеціалізованих інформаційних спрямувань. Серед них варто виділити формат інфографіки, який є незамінним для доступної широкому загалу ілюстрації

цифрових показників та іншого співвідношення деталей, що вказують на реальний стан речей у визначеній ситуації.

Окремі проекти допомагають комплексно впливати на ситуацію з поліпшенням суспільної інформаційної гігієни. Загальна характеристика широкого кола власної діяльності дає змогу підбивати підсумки тенденційної картини щодо того чи іншого явища суспільного життя, що дозволяє наглядно проілюструвати динаміку недостовірності. Наприклад, на сайті видання «Слово і діло» присутні рейтинги головних персон української політики, ключового складу посадових осіб Верховної ради, обласних і районних адміністрацій. Резюмуючи, журналісти публікують статистику, яка ведеться протягом усієї кар'єри конкретного чиновника, таким чином показуючи широкий спектр діяльності політика й даючи збірну інформацію у вигляді відсоткового співвідношення про те, скільки з обіцянок виконано / не виконано / у процесі виконання. Інтерактивний формат подачі передбачає легкодоступну для сприйняття інформацію, професійно зібрану та оброблену для швидкого сприйняття матеріалів читачем. Усі зазначені на рисунку 2.2.2 елементи у своїй цілісності формують загальнодоступний портрет виправлення неправдивої інформації в національних фактчек-ЗМІ. Такий підхід до протидії явищу неправди у мас-медіа є доволі ефективним, адже окрім звичайного продукування новин та корисної інформації, спеціалізовані ресурси в різні способи виправляють неправдиву інформацію або ж сприяють зменшенню її наслідків.

Іншим не менш ефективним способом виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа вважаємо журналістські розслідування. Цей формат інформаційної діяльності передбачає комплексне дослідження проблемного питання з ознаками неправди, та має на меті їх спростування або підтвердження. Характерною особливістю журналістських розслідувань є те, що основною метою журналіста у процесі роботи є – з'ясування правди у вигляді відтворення об'єктивної дійсності на підставі зібраних фактів. Однак у цьому процесі існують небезпеки, пов'язані з небажанням третіх сторін

самого факту з'ясування правди щодо конкретної ситуації. Таким чином, доволі часто журналістам-розслідувачам під виглядом правди подається неправда. Вміння розрізняти інформацію, постійно розділяючи правду й неправду робить журналістські розслідування невід'ємним атрибутом медійного простору в контексті виправлення неправдивої інформації. Із-поміж різних елементів жанру виокремимо один, завдяки якому журналістські розслідування є надзвичайно ефективними у виправленні неправдивої інформації – це увага до деталей. Наприклад, у інтерв'ю «МедіаЛаб» редакторка та ведуча «Схем» Н. Седлецька згадує такий випадок зі своєї журналістської практики за часів президентства В. Януковича. Останній ретельно приховував свої статки та незаконне стрімке фінансове збагачення, але коли «у 2012 році в мережі з'явилося фото з кабінету Януковича у його резиденції, журналісти звернули увагу на одну деталь – настільну лампу – і з'ясували, що вона коштувала понад 10 тисяч доларів» [26]. Із цього моменту питання про фінансові обладнання президента постало предметніше. Не зважаючи на тогочасну цензуру, в Україні залишалися журналісти, яким вдавалося робити правдиві розслідування, це відзначають навіть зарубіжні дослідники [251]. Означений приклад ілюструє, як за допомогою професійної уваги до деталей можна працювати над подоланням проблемного явища неправдивої інформації, а саме ідентифікацією та виправленням, що слугують вирішенню ситуації. Ще однією характерною особливістю жанру журналістських розслідувань є робота з документами – це найперше, з чого починається розслідування. Фактично робота з документами – це сухий фактаж, необхідний при встановленні істинності в питаннях встановлення істини. Комплекс заходів, що сприяють налагодженню професійної діяльності розслідувача, слугує інструментарієм і для дослідників, котрі узагальнюють його теоретичні складові. Особливо важливим для журналіста є прийняття рішення у своїй професійній діяльності опиратися на факти [228]. На рисунку 2.2.3 зображено елементи, що характеризують роль роботи з документами в контексті заявленої проблематики. Відображення ролі та значимості такого

роду перевірки фактів слугує закріпленню усталених понять, що стосуються професійної журналістської діяльності у контексті виправлення неправдивої інформації.



Рисунок 2.2.3. Роль роботи з документами у контексті виправлення неправдивої інформації [100]

Указані базові елементи, що характеризують роль роботи з документами, охоплюють спектр питань, пов'язаних із особливостями ідентифікації та виправлення неправдивої інформації у мас-медіа. Рівнем достовірності виступає інформація, що відповідає професійним стандартам до її обробки. Крім того, у журналістських розслідуваннях завжди застосовується перехресний пошук, що допомагає підтвердити достовірність інформації з огляду на її збіги з широким колом джерел. Отже, для цього жанру журналістики «документ є засобом для отримання результату» [10], а для споживачів – підтвердженням правдивості чи виправленням неправдивої інформації.

У контексті визначення недостовірної інформації слід відзначити електронні бази, що налічують інформацію про людей, котрі зарекомендували себе як недостовірні джерела. Наприклад, електронна база псевдосоціологів від проєкту «Тексти» під назвою «Продавці рейтингів» містить інформацію про «116 псевдосоціологічних служб та 215 прихованих піарників», які

просували неправдиву інформацію протягом останніх 15 років» [21]. У цьому контексті показовим є підхід «Текстів» до формування рейтингу. Зокрема, «фальшивість» вираховано за сукупністю ознак, зображених на рисунку 2.2.4.

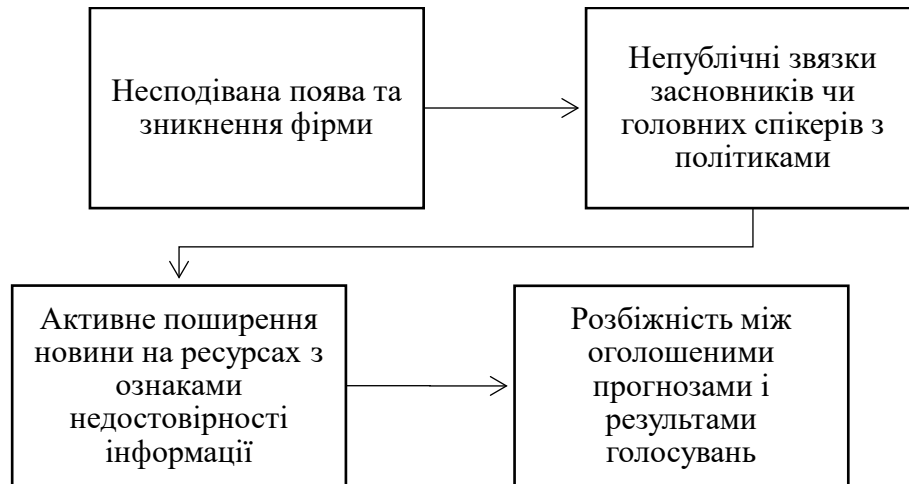


Рисунок 2.2.4. Ознаки фальшивості організацій та експертів [130]

Наслідки діяльності таких фальсифікаторів, фейкових або заангажованих фірм та експертів є деструктивними, особливо для некритично мислячого суспільства. Гучні назви соціологічних фірм та посад людей, повинні перевірятися читачем не лише на суб'єктивне сприйняття, а також на достовірність інформації. Крім того, якщо з'ясується, що фактичними ознаками існування умовного «Всеукраїнського громадянського об'єднання «За справедливість» є лише його «президент» на ім'я «К» та пуста малоактивна сторінка у Фейсбук, існують усі підстави вважати такого експерта фейковими. Отже, електронна база «Продавці рейтингів» включає інформацію за такими основними категоріями: псевдосоціологи, приховані піарники, «кому вірити?». У перших двох розділах дається інформація про непублічні зв'язки суб'єкта чи приналежність організації з поясненням того, чому за сукупністю факторів вихідну інформацію із цих джерел не слід вважати достовірною. У третьому надаються альтернативні перевірені джерела інформації з офіційною акредитацією у Соціологічній асоціації України. Таким чином, результати діяльності громадських організацій, що

протидіють пропаганді, слід використовувати для виправлення неправдивої інформації й запобігання її поширенню.

З початку широкомасштабного російського військового вторгнення в Україну вагомим значенням набула потреба у виправленні медійниками неправдивої інформації, поширюваної РФ з метою дестабілізації українського суспільства. Цей механізм особливо ефективно поєднується з фактчекінгом, проте має свої особливості. Окрім протиставлення неправдивої інформації правдивій, широка аудиторія потребує пояснень і контексту, щоб цілісно усвідомлювати ситуацію. Відтак за словами віцепрезидентки Європейської комісії з питань цінностей і прозорості В. Юрови, «російську пропаганду можна перемогти лише поширюючи правду» [143]. Європейська посадовиця зауважує, що «ми не зможемо перемогти в цій глобальній битві, якщо не будемо пояснювати щодня і щохвилини, що й навіщо ми робимо, пояснювати, що путінську війну не можна толерувати, бо це війна проти людства» [143]. Таке означення необхідної протидії російській дезінформації обумовлюється низкою чинників. Наприклад, у звіті «Детектор медіа» від 07.12.2022 р. про російську дезінформацію та пропаганду, націлену на Люблінський трикутник (Литва, Польща та Україна), визначено такі ключові цілі пропаганди РФ:

- *«накачування громадян негативними повідомленнями, аби викликати у них песимізм щодо можливості розбудови кращого майбутнього;*
- *підриє довіри всередині груп країн і між групами;*
- *дискредитація міжнародної співпраці та солідарності»* [193].

За результатами звіту також представлені рекомендації, що безпосередньо стосуються проблематики виправлення неправдивої інформації. Зокрема ключовими напрямками рекомендацій є: підвищення обізнаності, створення критично важливого координаційного органу, зміцнення системи моніторингу дезінформації тощо. Це вказує на нагальність реалізації проблеми комплексної протидії російському деструктивному інформаційному впливові. Його основними тематичними маркерами після широкомасштабного військового вторгнення в Україну є: виправдання

російської агресії, заперечення власних військових злочинів, залякування, повсюдна маніпулятивна перекручена інформація. На тлі систематичної протидії подібного роду інформаційним атакам в Україні активізувалася спеціалізована робота журналістів по виправленню неправдивої інформації. У цьому контексті яскравим прикладом є діяльність вузькоспрямованих державних медіамайданчиків, а також журналістів-розслідувачів (див. табл. 2.2.4). Саме ці різновиди інформаційної діяльності привертають увагу в ході дослідження, оскільки в часи війни державна політика є визначальною для загальної медійної тенденції протидії дезінформації, а розслідувальна журналістика своєю чергою задає напрям антипропагандистській журналістській діяльності загалом.

У таблиці відображено, як у спеціалізованих державних інформаційних ресурсах та проєктах журналістських розслідувань реалізуються розглянуті вище алгоритми виправлення неправдивої інформації. Ключові слова з матеріалів Центру стратегічних комунікацій і Центру протидії дезінформації при РНБО України вказують на те, яка саме інформація потребує достовірного висвітлення на противагу аналогічним пропагандистським російським тематичним спрямуванням. Про зміну наративів російської пропаганди під час війни проведено оглядову дискусію в Медіацентрі Україна. За словами одного зі спікерів, голови Незалежної медійної ради О. Довженка, кремлівська пропаганда «адресована людям, які вже переконані. Тобто це підживлення картини світу, часто також абсолютно абсурдної, нецілісної, розбитої, суперечливої. Вони вкидають в інформаційний простір багато різних наративів, які один одному суперечать» [142].

У контексті цього саме виправлення неправдивої інформації дає змогу протистояти ворожій пропаганді та нівелювати її вплив на широку аудиторію, звужуючи коло негативної дії до тих, хто сприймає світ за проросійським світоглядом. Приклади журналістської розслідувальної діяльності проєктів «Slidstvo.Info» та «Bihus.Info» налічують дещо меншу кількість матеріалів, що обумовлено специфікою довшої тривалості журналістських розслідувань. По

ключових словах наведених матеріалів спостерігається поглиблення інформаційної аналітики з найбільш детальним і цілісним описом окремих тематичних спрямувань із гострою специфікою подій.

Таблиця 2.2.4. Приклади інформаційної діяльності спрямованої на виправлення неправдивої інформації

№ / Назва видання / Ключові слова матеріалів за листопад 2022	
Окремі державні проєкти	
1.	Центр стратегічних комунікацій
	Сайт
	Голодомор – геноцид; Херсон; адаптація у воєнний час; допомога від союзників; повернення українських військовополонених; обшуки СБУ в УПЦ МП; геноцид на тимчасовоокупованих територіях; РФ – держава-терорист; репресії росіян; фейк про продаж електроенергії до ЄС; терористичні масовані ракетні удари; репарації Україні; фейк про гумдопомогу; емоції українців у соцмережах; допомога ЗСУ.
	Телеграм-канал (SPRAVDI)
	Відео знищення російської техніки із поясненнями; перехоплення розмов окупантів від СБУ; зведення Генштабу, ретрансляція коментарів чи закликів Офісу президента; деталі наслідків терористичних ударів по містах України; пояснення принципу роботи українського ППО; дайджест «про що брехала російська пропаганда» за різними періодами; пояснення принципу роботи російської зброї; пояснення мотивації щодо окремих дій окупантів; та ін.
2.	Центр протидії дезінформації при РНБО України
	Сайт
	«Темники» кремлівської пропаганди; війна взимку; вирок по справі МН17; очікування від саміту G20; антиукраїнська політика В. Орбана; перестановки у Конгресі; «кухар путіна» у центрі уваги; рф дестабілізує ситуацію в Молдові; змагання за головне крісло рф;
	Телеграм-канал
	Дезінформаційні дайджести – тлумачення конкретних інформаційних маніпуляцій і дезінформації; «досьє пропагандистів» – характеристика «заслуг» і основні цитати; хроніки окупованих територій – деталі діяльності рф по відношенню до людей на тимчасово окупованих територіях; наратив дня – тлумачення головного наративу дня російської пропаганди.
	Тематичні напрямки розслідувальної діяльності журналістів
3.	Slidstvo.Info
	Ексгумація замордованих в Ізюмі; Бахумтчани про війну; катування людей в Херсоні; замінування росіянами житла цивільних; вбивство військового в Києві; знущання над цивільними з Чернігівщини.
4.	Bihus.Info
	Знищення окупанами Кінбурнської коси; арешт Павелка за розслідуванням Bihus.Info; окупація Херсону; оборонні закупівлі Міноборони; призначення на керівні посади оточення керівника ОП Ярмака; Bihus.Info виграли суд у забороненої «Партії Шарія»; як притягнути до відповідальності російських пропагандистів війни та геноциду.

Отже, особливості ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа постають крізь призму низки факторів. Першим із них виступають основні законодавчі аспекти реагування на поширення недостовірної інформації, котрі передбачають різні варіації відповідальності за поширення неправдивої інформації у площинах цивільно-правової, адміністративної та кримінальної видів відповідальності. Встановлено, що заявлена проблематика законодавчо засуджується та ідентифікується з точки зору державного управління як негативне явище.

Ще одним фактором є положення профільного Кодексу етики українського журналіста, що стосуються поширення недостовірної інформації. З точки зору журналістської етики існує алгоритм виправлення неправдивої інформації у мас-медіа та перестороги, які слугують превентивними чинниками задля запобігання виникненню й поширенню цього проблемного явища. Згідно з основними критеріями недостовірності новин у 26 з 30 проаналізованих українських видань, що за результатами комплексного дослідження ІМІ та «Текстів», у 2018 мали найбільшу кількість ознак недостовірної інформації, й наразі збереглися ознаки недостовірності. Це свідчить про необхідність перегляду й удосконалення механізмів внутрішнього саморегулювання відповідності діяльності зазначених у таблиці 2.2.3 ЗМІ професійним стандартам. Особливості процесу виправлення неправдивої інформації у фактчек-ЗМІ свідчать про важливість такого роду журналістської діяльності для врегулювання ситуації з продукуванням недостовірної інформації у мас-медіа.

Роль роботи з документами в контексті виправлення неправдивої інформації обумовлює важливість журналістських розслідувань у контексті заявленої проблематики. Електронні бази зі списком інформаційних шахраїв та фейкових чи недостовірних організацій теж мають виняткове значення в контексті сприяння процесу поліпшення ситуації з інформаційною гігієною у мас-медіа. Ознаки фальшивості організацій та експертів повинні широкого використовуватися для фільтрування недостовірної інформації в мас-медіа.

Питання особливостей ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа нерозривно пов'язане з важливими чинниками ефективності розвитку колективної свідомості українського суспільства.

2.3. Антропоцентризм у соціальній журналістиці України: військовополонені

Досліджуючи етичні виклики й дилеми в контексті професійних журналістських цінностей, важливим бачиться питання місця людини в сучасній журналістиці. Підходи до роботи з матеріалом часто зобов'язують медійників ставати беземпатійними професіоналами, котрі генерують визначені обсяги журналістського контенту. Причиною цього є низка факторів, ключовими з яких вважаємо примусову універсалізацію журналістів у вигляді покладення на них функцій одразу кількох суміжних професійних спрямувань, та вимоги до оперативності поширення інформації. Останні не залишають часу на індивідуальний підхід до кожної ситуації. Така формалізованість не є недоліком сучасної журналістики в цілому, однак не слід забувати про різновиди журналістики, до яких вона незастосовна. Однією з таких є журналістика, для якої характерна постановка питань порядку денного таким чином, щоб у центрі уваги завжди залишалася людина. Явище соціальної журналістики в Україні потребує окремої уваги в контексті дослідження деонтологічної проблематики сучасної журналістики, з огляду на свою особливість у питаннях викликів для якісного функціонування ремесла в сучасних умовах. Архиепископ Любомир Гузар у своєму привітанні до Дня журналіста порівняв професію «з художньою літературою». За його словами, це порівняння доцільно в окремому контексті, де незважаючи на те, що література «не оповідає фактів, вона авторитетно говорить про те, що діється в людині та серед людей. І в такий спосіб змушує читачів і слухачів думати» [28]. Місія журналістики ще й тому, щоб показувати, що насправді відчуває

людина, які причини, результати чи наслідки від різного роду ситуації відбилися в її житті.

Проблематика вибору предметного спрямування щодо висвітлення окремих проблем, пов'язаних із висвітленням тематики, де в центрі уваги перебувають військовополонені, представлена у дослідженні з огляду на свою нагальність та різьчий соціальний аспект. До повномасштабного вторгнення РФ в Україну медійна увага до питання військовополонених практично вичерпалась. Зараз це знову стає центром уваги. Для проведення комплексного дослідження заявленої проблематики необхідно відслідкувати похідні паралелі деонтологічних обов'язків, зобов'язань та заборон у роботі журналіста. Цього можна досягти за умови свіжого аналізу стану розробленості досить молодого явища соціальної журналістики в Україні. Отже, необхідними структурними компонентами в процесі реалізації поставлених завдань вважаємо: а) комплексний огляд явища соціальної журналістики в Україні та світі; б) порівняльна характеристика закордонного досвіду з національними інтерпретаціями; в) предметний огляд стану висвітлення обраного спрямування у вигляді дослідження комплексу соціальних матеріалів за тематикою військовополонених.

У процесі дослідження людини обґрунтовується важливість та необхідність соціальної журналістики в Україні як самобутньої ланки професійної сфери. Здається, що для будь-якої журналістської діяльності пріоритетом мала би бути людина, однак у сучасних реаліях це не зовсім так. Дедалі частіше мас-медіа використовуються як інструмент впливу, а не допомоги суспільству. У соціальній журналістиці основою є алгоритм, за логікою якого в центрі уваги постає конкретна людина та її проблема, що у глобальних масштабах обов'язково перегукується з аналогічними проблемами інших людей. Обґрунтування процесу, особливостей та професійних стандартів, що задіюються при донесенні такого роду інформації на загал, і є предметом дослідження. У цьому контексті характеризуються аспекти соціальної журналістики в Україні та світі, її особливості та функції, поняття

соціальної проблеми й соціальної проблематики у мас-медіа, жанрове розмаїття підходів до висвітлення тощо. Прикладна діяльність соціального журналіста розглядається крізь призму особливостей роботи з респондентами та висвітлення у мас-медіа окремих соціальних проблем. Актуальна характеристика явища соціальної журналістики в Україні дозволить предметніше оцінювати ситуацію зі сприянням мас-медіа забезпеченню вирішення соціальних проблем.

Соціальна журналістика, як окреме ідеологічне спрямування, досить молоде явище для України. Однак його виокремлення є цілком обґрунтованим і відповідає суспільним запитам. У контексті ж нашого дослідження соціальна журналістика розглядається як спрямування, що носить єдиний власний вектор професійної діяльності, спрямований на висвітлення та медійну допомогу у вирішенні проблеми окремого індивіда. Вона в глобальних масштабах обов'язково перегукується з аналогічними проблемами інших людей, про яких журналіст і громадськість просто не може знати.

Для окреслення логіки функціонування соціальної журналістики пасують знамениті слова Горация – *Nam tua res agitur, paries cum proximus ardet* – «бо якщо вже горить твій сусід, значить, це лихо й твоє» [64, С. 1–18], або ж «вас турбує, коли горить стіна вашого сусіда» [243]. Цими словами філософ радить допомагати людині, яку спіткала біда, адже незабаром кожен може опинитися у його ситуації. Саме завчасна колективна емпатія може посприяти вирішенню широкого кола соціальних проблем. Основна мета соціальної журналістики – допомогти. У вирішенні проблеми конкретної людини завдяки небайдужості та публічному резонансу, завдяки колективним зусиллям тощо.

Побутує думка, що всяка журналістика є соціальною, адже працює з людьми. Однак у межах професії ми бачимо поділ на економічну, політичну, спортивну, та інші тематичні спрямування. Не є винятком і соціальна – та, що орієнтується на висвітлення проблемної ситуації окремої людини з метою допомогти.

В Україні існує чимало соціальних проблем. Допомогти звернути на них увагу держави та громадськості і прагне соціальна журналістика. Дослідження та моніторинг стану явища соціальної журналістики в Україні є актуальним з огляду на широке коло соціальних проблем, що потребують налагодження шляхів вирішення. У числі тих, хто заповнює цю нішу, знаходиться й соціальна журналістика.

В Україні явище соціальної журналістики досліджували О. Лаврик, К. Шендеровський, К. Соколова, Т. Сащук, Н. Вихристюк та ін. Зазначені автори у своїх працях переважно зосереджують увагу на проблематиці загалом, соціальній журналістиці в Україні у порівнянні зі світовим досвідом, інституціалізації соціальної журналістики в Україні, аспектах реалізації актуальної соціальної проблематики в мас-медіа. Однак їхні праці датуються 2008–2018 роками. В умовах стрімких змін та державного курсу на перевлаштування і вдосконалення поточного суспільного ладу в Україні, в умовах війни моніторинг ситуації з розвитком мас-медійного явища, що сприяє вирішенню соціальних проблем, є особливо актуальним.

Так, дослідниця О. Лаврик означає сферу функціонування соціальної журналістики, як спрямування «на висвітлення в сучасній пресі відповідних соціальних тем і проблем», а також виділяє напрями в дослідженнях її «функцій та морально-етичних й правових засад» [87]. Якраз останні в силу актуальних журналістських проблем і тенденцій потребують особливої уваги. Дослідження деонтології журналістики передбачає окреслення сфери професійного обов'язку фахівця та аналізу його діяльності щодо належного сповідування журналістських стандартів. Саме тому цей підрозділ дисертаційної праці покликаний узагальнити наявний досвід класифікації та характеристики явища соціальної журналістики в Україні. А на прикладі висвітлення проблематики, пов'язаної з військовополоненими, розкрити роль соціальної журналістики в інформаційному сьогоденні.

Розгляд явища соціальної журналістики (далі СЖ) в Україні доцільно розпочинати з порівняння національної складової та закордонного досвіду

формування поняття. Науковиця з колумбійського університету Л. Д. Агудело розглядає соціальну журналістику як професію, що має «обдуману прихильність до всіх соціальних питань, бере участь у соціальних подіях серйозно шукаючи можливих рішень» [222]. Авторка засвідчує винятковість цілей соціальної журналістики, адже не кожен з її векторів націлений на пошуки шляхів вирішення окремих проблем зі спектру соціальних.

Іспанський журналіст, доктор наук з соціології В. Верду відзначав: «ми думали, що люди хочуть слухати, а насправді вони хочуть поговорити» [256]. Тут автор торкається ще одного невід'ємного елементу соціальної журналістики – компонент співучасті. Ідеться про те, що не кожен вектор журналістики розрахований на активне залучення громадськості до процесу сприяння у вирішенні проблеми: і власне в цьому полягає ще одна особливість СЖ. Академічно визнаний практик соціальної журналістики з Аргентини А. Ситринблум у праці «Periodismo Social» (Соціальна журналістика) відзначив, що ця «журналістика має більш високу якість підходу до проблем, вона повинна наближатися до проблем людей і працювати з найближчими джерелами» [225]. Говорячи про роботу з найближчими джерелами, автор перегукується із принципом СЖ від американського дослідника М. Літла, який звучить як «завжди є хтось ближчий до історії». Сутність цього компоненту полягає в тому, що соціальний журналіст повинен завжди шукати першоджерело, найближчу до означеної проблеми людину, і саме з її свідчень розпочинати процес медійного сприяння вирішенню проблеми. За словами Генерального директора «Storyful» М. Літла, СЖ «є безпосередньою реакцією на революцію в засобах виробництва» [235]. І тут автор торкається питання швидкого доступу до будь-якої інформації та вміння професійно працювати з цією інформацією. «В епоху, коли всі розповідають історії, соціальні журналісти допомагають знайти людей, яких варто послухати, і врятувати їхні історії від океану шуму» [235]. Тут Літл окреслює ще одну із основоположних особливостей СЖ, а саме вміння знайти та виокремити поміж еної кількості інформації, що генерується, варту уваги проблему конкретної людини. Себто

не працювати з першим ліпшим інформаційним приводом, а свідомо відбирати ту інформацію, яка вказує на варту суспільної уваги проблему.

Підходи до розуміння соціальної журналістики в різних країнах загалом перетинаються, однак подекуди все ж є певні розбіжності у розумінні поняття. Наприклад, той же М. Літл розглядає соціальну журналістику як журналістику соціальних мереж: «коли нові бізнес-моделі будуть повністю сформовані, і культура інновацій буде впроваджена в усі основні редакції, соціальна журналістика стане просто журналістикою» [235]. Тобто за М. Літлом це новий виток, що прийшов на зміну традиційній журналістиці. Він зумовлений інтеграцією інноваційних технологій у повсякденне життя та, відповідно, переглядом підходів до збору, обробки й поширення інформації. Такий погляд дещо відрізняється від концепцій, які вкладають у поняття Д. Агудело, В. Верду, і А. Ситринблум. Про це ж пише К. Соколова, зазначаючи, що в англійських джерелах СЖ подається як «медіамоделі, що включає риси професійної та непрофесійної журналістики» [165].

В Українській концепції для соціальної журналістики характерне використання потенціалу соціальних мереж задля реалізації її завдань, а саме пошуку історій, ідентифікації героїв цих історій, допомоги їм, залучення аудиторії до процесу сприяння вирішенню ситуації. У такому контексті соціальні мережі використовуються як інформаційний майданчик, але не є основою СЖ. Саме з цього й постають характерні риси, що передують виділенню СЖ в окрему практику. К. Шендеровський виділяє такі передумови цього процесу: «запобігання розвитку соціальної проблеми, підтримка героїв та жертв соціальної історії, допомога жертвам соціальної історії, повне або часткове вирішення соціальної проблеми» [196]. Як бачимо, серед них обов'язковим пунктом не зазначаються соціальні мережі як такі. Подібна ситуація з відмінним підходом до сутності СЖ також може свідчити про певну розбіжність у тлумаченні понять, обумовлену термінологічними особливостями. Наприклад, американське *citizen journalism* (громадянська журналістика) дійсно передбачає взаємодію професійного журналіста з будь-

ким охочим, чий інформаційний привід вартий суспільної уваги. Однак social journalism (соціальна журналістика) не є тотожною громадянській, адже включаючи в себе механізм взаємодії у розробці матеріалу, вона йде трохи далі, з чого й постає особливість компоненту соціального в ній. У СЖ це – вузьке поняття, що стосується «однієї конкретної нужденної людини, представника суспільства, та її ролі в цьому суспільстві» [164]. А отже участь людей у процесі є обов’язковою, але окрім цього ключовою є проблематика, без якої такий вид журналістики не буде собою. З цього й постає визначення, де особливість СЖ вбачається в тому, що вона «скерована на вирішення, запобігання та відображення соціальних проблем у суспільстві» [164]. Таким чином саме для СЖ характерною є свідома позиція журналістів у вигляді взяття на себе відповідальності за медіа-продукт, зокрема «перед собою, аудиторією, та за його результати і наслідки» [164, С. 81–82]. Оскільки не кожен вид журналістики охоплює спектр означених особливостей, такі компоненти й зумовлюють виділення СЖ в окрему практику.

Для предметнішого розгляду особливостей функціоналу СЖ розглянемо «десять основних принципів соціальної журналістики» від М. Літгла, а окремі елементи в них адаптуємо до українських реалій.

Таблиця 2.3.1. Перефразування «десяти принципів соціальної журналістики» від Марка Літгла [235]

№	Принцип	Обґрунтування
1.	«Завжди є хтось ближчий до історії»	За словами Марка «валютою соціальної журналістики є автентичність, а не авторитет. СЖ не є експертами з кожної теми. СЖ знаходить людей, які є. Ми не можемо бути свідками кожної події, але ми можемо знайти людину», яка є свідком. Іншими словами обов’язок соціального журналіста шукати першоджерела історій тих, кого проблеми торкаються безпосередньо , та використовувати їх, як вихідну точку матеріалу.
2.	Наповнюйте «історії без вмісту»	Соціальна журналістика цілісно подає об’єктивну інформацію про якусь ситуацію « додає розповідь та контекст », що й розкриває знайдену історію без вмісту.
3.	«Ми вбиваємо містифікації»	Для соціального журналіста «немає більшої радості, ніж погасити життя інтернет-брехні». Тут мова йде про обов’язок журналіста розвінчувати міфи у інтернет-історіях .

Продовження таблиці 2.3.1.

№	Принцип	Обґрунтування
4.	«Припиніть говорити, будуйте»	Тут Літл говорить про «створення та масштабування інструментів спільної роботи» очевидно для адаптації роботи з вмістом соціальних мереж. З огляду на таке тлумачення за контекстом медійного сприяння у допомозі вирішення проблеми окремого індивіда це положення не збігається з нашим підходом до СЖ.
5.	«Прийміть суперечність»	Елемент цілісної взаємодії, де «розробники та журналісти працюють поруч». Якщо мова йде про розробників сайтів, які працюють над зручним інтерфейсом, та адаптивним програмним забезпеченням для користувачів – це звісно слугує користю для користувачів, однак за контекстом медійного сприяння у допомозі вирішення проблеми окремого індивіда, не співпадає з вітчизняним підходом.
6.	«Відповідальність за ГКК» (генерованим користувачами контентом)	Літл окреслює взаємодію редакції з користувачем, який поділився інформацією придатною для публікації. Мовляв, де це доречно, доцільно навіть якимось «компенсувати» користувачеві прикладені зусилля. Згадується також і професійна етика, що стосується поведінки з людиною, та обробки наданих матеріалів. У цілому питання щодо винагороди є спірним, адже зазвичай у рамках СЖ мова йде про безкорисну допомогу. А от питання дотримання журналістської етики для СЖ, є фундаментальним.
7.	«Поклоніння «Святій Трійці»	Для сучасного формату функціонування СЖ, використання «соціальних мереж, смартфону та відео», є невід’ємним. Однак, якщо не розглядати СЖ, як журналістику соціальних мереж, а як журналістику, що націлена на «вирішення, запобігання та відображення соціальних проблем», означена «свята трійця» є ефективним інструментом для реалізації потенціалу СЖ.
8.	«Це не все про новини»	Тут Літл очевидно провадить про бізнес-модель завдяки якій редакція може підтримувати себе фінансово, зокрема він окреслює доцільними елементами «контент-маркетингу та власної реклами». З одного боку фінансова незалежність завжди буде впливати на журналістську роботу, однак краще було б забезпечувати її підтримкою від аудиторії, та державних чи міжнародних проєктів. На фоні висвітлення соціальних проблем спекулювання рекламою, та залучення маркетингу є етично недоречним.
9.	«Швидко приймати невдачі»	Інтенсивно працюючи у новому спрямуванні, журналіст обов’язково «швидко зазнаватиме невдач, і швидко навчиться» їх оминати. Іншими словами, та ж сама народна мудрість – «вчитися на власних помилках». Хоча звісно краще на чужих, переймати міжнародний досвід.
10.	«Застарілість – це успіх»	За словами Літла «соціальна журналістика є перехідною». Сподіваємося, це не так. Зрозуміло, що йдеться про журналістику соціальних мереж. І дійсно, у форматі, в якому зараз продукується більшість соціального контенту в мас-медіа – він не завжди відповідає журналістським стандартам. Однак національна модель СЖ потрібна для соціуму, адже доки він існує, соціальні проблеми не вичерпаються. У цьому контексті справжнім успіхом буде налагодження шляхів для вирішення основних соціальних проблем.

Представлена таблиця демонструє спробу перефразувати «десять принципів соціальної журналістики» від М. Літтла, адаптувавши окремі з них до національної системи соціальної журналістики.

Однак М. Літл має дещо інше професійне спрямування, він володіє «першим у світі» інформаційним агентством, робота якого базується на висвітленні «новин про те, що відбувається у соціальних медіа» (соціальних мережах) [244]. Контент незалежних медіа повинен мати такі особливості, які приваблюватимуть аудиторію [224]. Досвід функціонування видання «Storyful» є важливим та корисним для соціальної журналістики в цілому, адже там в узагальненому вигляді із розподілом на теми, показуються важливі події з точки зору людей, які беруть у цих процесах безпосередню участь. До світлин, відео та коментарів журналістами «Storyful» додається контекст події, таким чином громадськість отримує цілісний журналістський матеріал у формуванні якого сама бере участь.

Однак не всі методи й цілі такого виду журналістики збігаються з національним означенням соціальної журналістики. Саме це, власне, і демонструється в таблиці 2.3.1. Лише деякі з них є придатними для інтегрування закордонного досвіду в національну практику СЖ. В українських реаліях важливо не плутати журналістику про соціальні мережі, із соціальною журналістикою. Позаяк перша націлена на висвітлення «новин про те, що відбувається у соціальних медіа», а друга – на висвітлення та сприяння процесу вирішення конкретних соціальних проблем.

Об'єктом соціальної журналістики є соціальна проблематика загалом. Предметом – конкретні соціальні проблеми, що виникають у людей. На основі цього основним завданням СЖ є боротьба з ідентифікованими проблемами, а точніше ідентифікація соціальних проблем конкретних людей та медійне сприяння процесу їх вирішення. Однак ідеться не про одноосібне протистояння, а про докладання повномасштабних колективних зусиль задля вирішення конкретного питання.

Окреме місце в роботі соціального журналіста посідає боротьба за суспільну увагу на публічній арені. Конкуренція за місце, або ж висловлюючись згідно з сучасними мас-медійними тенденціями, за суспільну увагу, є доволі активною в мережі Інтернет. Інформаційних приводів настільки багато, що людський мозок може обробити лише незначну частину з них. Тож уміння правильно розставляти акценти та відчувати інформаційні потреби громадськості, повинно сприяти у боротьбі за місце в «Agenda-setting» / теорії порядку денного.

Важливими компонентами СЖ є соціальне та суспільне. Про їх взаємозв'язок та відмінності К. Соколова пише так: «Соціальна проблема стосується конкретної людини нужденної, її ролі в суспільстві й можливості взаємодії з іншими суб'єктами... Суспільна проблема стосується відразу всіх представників суспільства» [164, с. 82]. Тобто, наприклад, проблема соціальної адаптації учасника війни під умовним ім'ям «І» – це соціальна проблема. А от витікаючі аналогічні проблеми учасників війни в цілому, загальні взаємини соціуму та ветеранів, соціальні програми по соціалізації від міністерств і відомств, цілий спектр проблем, у межах яких існує означена соціальна – це суспільні проблеми. Їх основний зв'язок полягає у тому, що «соціальна проблема завжди є суспільною, але суспільна проблема не завжди є соціальною» [164, с. 84]. Це обумовлюється тим, що перша завжди стосується окремого представника суспільства, та так чи інакше торкається суспільних процесів, а отже її вплив не є абсолютно локалізованим. Натомість суспільна, як от згадана вище соціальна адаптація учасників війни, може не торкатися окремих недотичних до охарактеризованих сфер взаємодії людей, у такому випадку для них вона не буде соціальною. З цього постає ідентифікація журналістської діяльності, спрямованої на вектори соціальної чи суспільної проблематики.

Однією з найголовніших характерних особливостей СЖ є концепт співучасті. Про нього К. Шендеровський говорить, що співучасть у журналістиці розглядається як «діяльність журналістів, метою якої є

донесення інформації до аудиторії та її спонукання до участі» [198]. Саме на базі такої взаємодії повинна працювати соціальна журналістика.

Ефективна реалізація висвітлення соціальних проблем з метою сприяння їх вирішенню, неможлива без участі аудиторії та самого героя соціальної історії. Цю думку підтверджує К. Соколова, пишучи про те, що «журналістика співучасті – це окрема найефективніша практика соціальної журналістики» [163, С. 31-35]. Однак слід зазначити про різні категорії охарактеризованої взаємодії, адже її результати можуть бути позитивними, негативними чи нейтральними. До позитивних результатів відносимо бажання сприяти вирішенню ситуації, що виражається в будь-якому прийнятному та доступному для людини варіанті. Це може бути лайк, коментар, репост, пожертвування, задіяння власних персональних можливостей тощо. До негативних – емоції, що призводять до блокування сприйняття проблеми, яке виражається у байдужості, або ж навпаки в різних формах протидії просуванню проблеми на публіку. Нейтральний формат розуміємо як свого роду карантинну зону, в якій перебуває аудиторія, котра ще не визначилася зі своєю роллю у процесі. Продуктивна взаємодія з аудиторією потребує особливих навичок журналіста [238]. З огляду на це, спрогнозувати ефект такої взаємодії досить важко.

Основними інформаційними майданчиками з широким колом аудиторії, яка має змогу як персоналізовано, так і масово реагувати на соціальні інформаційні сюжети, де часто реалізовується діяльність нинішньої соціальної журналістики, є нові медіа та соціальні мережі. Різниця між ними полягає в тому, що останні здебільшого розглядаються складовою нових медіа, як сукупності цифрових мережевих платформ, що відрізняються від традиційних «інтерактивністю та персоналізацією інформації, гнучкістю форми, змісту й використання, потоковістю споживання контенту й необмеженістю у його обсязі, просторі і формах комунікації, можливостями редагування й вилучення інформації після її розміщення, оперативністю надання й оновлення інформації, практично відсутністю цензури й модерації» [27]. Усі ці категорії

та компоненти соціальних мереж дають предметне розуміння щодо можливих форм і засобів відображення гостросоціальної проблематики на загал. Тут пригадуються узагальнення В. Верду про те, що громадськість «насправді хоче поговорити», висловитися, оцінити ситуацію, продемонструвати власний зворотній зв'язок. Нові медіа та соціальні мережі є реальним відображенням цього бажання. Однак у контексті дослідження постає питання про зв'язок соціальних медіа та СЖ. З одного боку вони виступають джерелом пошуку соціальних проблем та способом комунікації з героями соціальних історій, а з іншого – вони є майданчиком для медійного діалогу з громадськістю, платформою якнайкращої реалізації концепту співучасті.

Моделі медіа-дій у соціальній журналістиці передбачають основні характерні ознаки соціальної журналістики, що здебільшого містяться в матеріалах українських видань. На рисунку 2.3.1 зображено основні етапи на шляху до формування матеріалу, що відповідає критеріям СЖ. Більшість із них пов'язані зі статусом певних категорій людей в суспільстві та колективним прийняттям рішень. Переважно такі дії сприяють діалогу між громадянами та представниками влади. Нагадаємо, що невід'ємним «завданням соціального журналіста є об'єднати людей для вирішення проблеми» [174]. У межах цієї взаємодії варто опиратися на соціальні цінності, чіє значення для соціальної журналістики є винятковим. Адже саме завдяки гармонійно розвиненому суспільству в різних формах співробітництва соціального журналіста з громадськими організаціями та профільними інститутами, може ефективно реалізовуватися увесь потенціал суспільної діяльності.

Залежно від специфіки формату й подачі матеріалу, деякі з указаних характерних ознак можуть не підходити. Однак перших шість та остання категорії є невід'ємними особливостями СЖ. Окрім постановки проблеми та її розподілу на соціальну й суспільну складові, ідентифікації героїв соціальної історії та цілісного обґрунтування ситуації з точки зору самої людини, обов'язковими компонентами у рамках СЖ є залучення громадськості до процесу сприяння вирішенню проблеми й подальше медійне підтримування

процесу аж до моменту досягнення мети. За такими характерними ознаками можна ідентифікувати журналістський матеріал як той, що відповідає критеріям соціальної журналістики. Означення критеріїв, що наближують нас до розуміння специфіки соціальної журналістики, дає змогу академічно правильно вибудувати роботу над дослідженням.

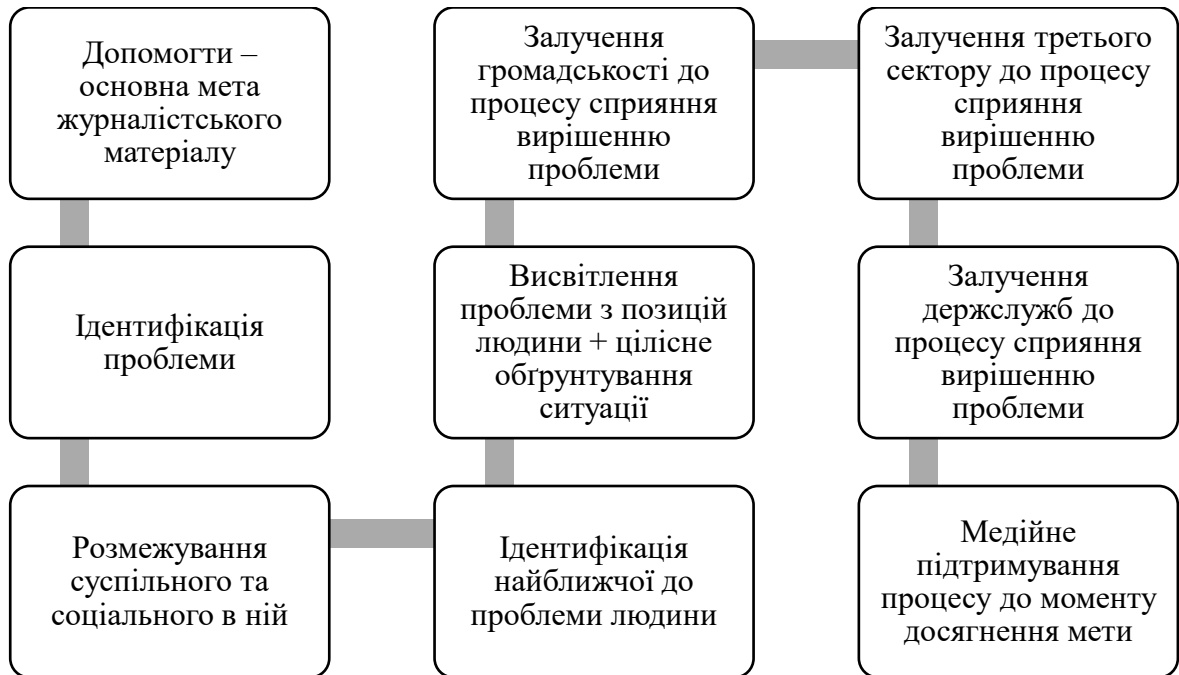


Рисунок 2.3.1. Основні характерні ознаки соціальної журналістики в матеріалах українських видань

Для аналізу матеріалу щодо приналежності до формату СЖ візьмемо кілька матеріалів «BBC News Україна». Період і тематику обираємо з принципом гостросоціальної проблематики. Найчастіше в Україні прийнято до соціальних проблем відносити проблеми малозабезпечених верств населення, людей із інвалідністю, дітей, які з тих чи інших причин підпадають під спектр соціальних проблем, тощо. Однак однією з найнагальніших проблем останніх восьми років для України є анексія територій, проведення антитерористичної операції та операції об'єднаних сил, і врешті-решт війна РФ проти України. З огляду на це виділяємо один із аспектів цієї проблематики, а саме висвітлення питань пов'язаних із військовополоненими. «27 грудня 2017-го відбувся наймасштабніший від початку війни обмін. Перед Новим роком з

полону проросійських бойовиків повернулися 73 українців» [136]. Ця тема безперечно має класифікацію соціальної проблематики, адже історії про долю цих людей свого часу сколихнули українське суспільство. У таблиці 2.3.2 розібрано деякі аспекти означеного періоду, в опублікованих матеріалах на сторінках BBC News Україна за січень 2018-го.

Таблиця 2.3.2. Хронологія матеріалів про військовополонених зони АТО за січень 2018 року на шпальтах «BBC News Україна»

№	Назва матеріалу та дата	Основні характерні ознаки соціальної журналістики
<i>Анонс гостросоціальної теми обміну полоненими</i>		
1.	Новий обмін полоненими: як, коли і скільки? [202] <i>10 січня 2018</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості у вигляді надання доступу до актуальної гостросоціальної проблематики обміну військовополоненими; - Проблема є соціальною, адже стосується конкретних людей та їх сімей і оточення. Одночас, вона є і суспільною, адже відображує важливі для суспільства події та наслідки загострень військового конфлікту; - У цьому матеріалі відображено цілісне обґрунтування ситуації, якій передують стаття. Основні тематичні категорії відображають можливі варіанти розвитку подій; - У матеріалі наводяться тематичні цитати відповідальних осіб та органів з обох сторін, що здійснюють обмін.
<i>Інтерв'ю зі звільненими штатним та військовослужбовцем екс-полоненими</i>		
2.	Як допитують «на підвалі МГБ ЛНР» – розповідь очевидця [203] <i>12 січня 2018</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти ситуації описаної у попередньому матеріалі, а саме розповідь очевидця допитів; - Соціальне інтерв'ю зі звільненим полоненим В. Овчаренко який провів 15 місяців у неволі; - У цьому матеріалі відображено цілісне обґрунтування ситуації, у яку потрапив герой соціальної історії. Діалог ведеться від запитання «чому залишився у Луганську?» та закінчується – чи «думаєте колись повернутися до Луганська?»; - Протягом інтерв'ю у питаннях журналістів акценти розставляються на висвітлення гостросоціальних тем, зокрема: сферу діяльності молодих людей на окупованих територіях, мотиви та наслідки безпосереднього «злочину» інтерв'ююваного, процес затримання МГБ, катування на допитах, мотиви та наслідки цих подій, стосунки між арештованими, зв'язок із зовнішнім світом, замовні інтерв'ю російським ЗМІ, особисті рефлексії щодо ситуації, допомогу держави, та плани на майбутнє.

Продовження таблиці 2.3.2.

№	Назва матеріалу та дата	Основні характерні ознаки соціальної журналістики
3.	«Вдарили пласкогубцями – зуби вилетіли»: спогади «азовця» про полон [200] 23 січня 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти ситуації описаної у першому матеріалі, а саме розповідь полоненого військовослужбовця батальйону «Азов»; - Соціальне інтерв'ю зі звільненим полоненим Є. Чуднецовом який провів майже три роки у неволі; - У цьому матеріалі відображено цілісне обґрунтування ситуації, у яку потрапив герой соціальної історії. Діалог ведеться від запитання «як потрапили у полон?» та закінчується питаннями про плани на майбутнє та допомогу держави; - Протягом інтерв'ю у питаннях журналістів акценти розставляються на висвітлення гостросоціальних тем, зокрема: завдяки чому вдалося вижити, замовні інтерв'ю російським ЗМІ, умови у полоні, експлуатацію праці полонених, катування, стосунки з іншими ув'язненими, плани на майбутнє, допомогу держави.
<i>Розв'язка ситуації, зріз умов та обставин через місяць перебування на волі</i>		
4.	Без документів і житла: як живуть експолонені [201] 30 січня 2018	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти ситуації, описаної у попередніх матеріалах, а саме розповідь про подальшу долю звільнених військовополонених (через місяць); - Гостросоціальна тема виконання державою своїх обов'язків перед звільненими військовополоненими та їх загальна адаптація на волі; - У цьому матеріалі відображено цілісне обґрунтування ситуації, у яку потрапили звільнені військовополонені, а саме елементи процесу соціальної адаптації на волі; - У тексті матеріалу журналісти розставляють акценти на висвітленні гостросоціальних тем, зокрема: відновлення документів, що посвідчують особу, допомога від держави – медична та грошова, державна позиція у цих питаннях, загальні бюрократичні труднощі експолонених, роль волонтерських організацій у процесі налагодження соціалізації звільнених, проблеми пошуку роботи та житла, медичну психологічну реабілітацію, вплив уваги громадськості до звільнених військовополонених.

Означена в таблиці 2.3.2 хронологія матеріалів на тлі розгорнутих подій показує приклад того, як в Україні якісно висвітлюється соціальна проблематика. У місячний проміжок часу громадськості надавалася комплексна інформація, що відображала фактичний стан речей на той момент.

Важливим інформаційним завданням за таких обставин є допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти проблемної ситуації. Саме такий запит задовольняли журналісти «BBC News Україна». У цій історії ми виділяємо три основні складові: анонс, інтерв'ю, розв'язку. У матеріалі № 1 означаються компоненти як соціального, так і суспільного, зокрема подається інформація щодо подій із вуст відповідальних осіб та представників органів влади з обох сторін, які були відповідальними за здійснення обміну. У матеріалах № 2 та № 3 відображено стан колишніх полонених у неволі та на момент інтерв'ювання.

Ці інформаційні сюжети розкривають перед суспільством справжнє обличчя соціальної проблематики, пов'язаної із військовополоненими. Журналісти у своїх запитаннях розставляють акценти на гостросоціальних проблемах: діяльності молодих людей на окупованих територіях, протиправних затриманнях, експлуатацію праці полонених, допитах та катуваннях, мотивах та наслідках цих дій, умовах перебування під вартою, зв'язку з зовнішнім світом, замовних інтерв'ю російським ЗМІ, особистих рефлексіях потерпілих щодо ситуації, подальшу допомогу Україні, планах на майбутнє. У матеріалі № 4 демонструється зріз умов та обставин через місяць перебування на волі екс-полонених. Показуються недосконалості правової системи й державного апарату тощо. Крім того окреслюється роль волонтерів та інших учасників процесу соціальної реабілітації після полону. Таким чином за січень 2018 року журналістами «BBC News Україна» подається комплексний звіт щодо гостросоціальних подій того періоду, що ми чітко ідентифікуємо як соціальна журналістика. Запропоновані зразки є гідними прикладами того, як в Україні повинна реалізовуватися медійна діяльність соціальних журналістів.

Після широкомасштабного російського військового вторгнення проблема повернення українських військовополонених знову актуалізувалася. Проте зважаючи на збільшення масштабів російсько-української війни у порівнянні з 2018 роком вона почала налічувати разючу кількість прецедентів.

У контексті цього варто простежити приклади соціальної журналістики про обмін українських військовополонених на прикладі раніше обраного мас-медіа «BBC News Україна» (див. табл. 2.3.3).

Таблиця 2.3.3. Хронологія матеріалів про обмін військовополонених азовців від 21.09.2022 року на шпальтах видання «BBC News Україна»

№	Назва матеріалу та дата	Основні характерні ознаки соціальної журналістики
<i>Анонс гостросоціальної теми обміну полоненими</i>		
1.	<p>1. Хто такі військовополонені та як з ними треба поводитись [190] 9 травня 2022</p> <p>2. Росія каже, що полонених з Азовстали можуть обміняти. Але не на Медведчука [144] 23 травня 2022</p> <p>3. Розмови про обмін «передчасні»? Яка доля бійців з «Азовстали» [138] 25 травня 2022</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості у вигляді надання вичерпного доступу до актуальної гостросоціальної проблематики обміну військовополоненими; - Проблема є соціальною, адже стосується конкретних людей та їх сімей і оточення. Одночас вона є і суспільною, адже відображує важливі для суспільства події та наслідки загострень військового конфлікту; - У цих матеріалах відображено цілісне обґрунтування ситуації, якій передують наступні статті. Основні тематичні категорії відображають можливі варіанти розвитку подій; - У матеріалах наводяться тематичні цитати відповідальних осіб та органів з обох сторін, що здійснюють обмін.
<i>Висвітлення самої події обміну</i>		
2.	<p>1. Медведчука і 55 росіян обміняли на 215 азовців та інших українських полонених. Що відомо [96] 21 вересня 2022</p> <p>2. «Це було надзвичайно складно». Україна розкрила подробиці великого обміну [214] 21 вересня 2022</p> <p>3. Вони вільні. Фотоісторія – кого звільнили з полону [19] 22 вересня 2022</p> <p>4. «Мамо, я живий, люблю вас!» Історії полонених, яких досі не обміняли [212] 2 жовтня 2022</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти проведеного обміну; - Означення імен тих, кого саме вдалося визволити, з посиланням на дані Координаційного штабу з питань поводження з військовополоненими; - Окреслення труднощів переговорного процесу, та характеристика ролі його ключових учасників; - Фотоісторія звільнених азовців, як унікальний спосіб доступно висвітлити передісторію кожного героя сюжету; - Предметне нагадування того, що попри означений обмін тисячі українців все ще перебувають в російському полоні – вони потребують визволення; - Визначена проблематика висвітлюється й з позицій родин, які очікують на звільнення поневолених бійців та цивільних; - Таким чином забезпечується комплексне висвітлення події, а не лише сам факт її настання.

Продовження таблиці 2.3.3.

№	Назва матеріалу та дата	Основні характерні ознаки соціальної журналістики
<i>Коментарі та інтерв'ю окремих звільнених полонених</i>		
4.	<p>1. Звільнена з полону Мар'яна Мамонова народила [49] 25 вересня 2022</p> <p>2. «Ставилися гірше, ніж до собаки». Розповідь звільненого з полону британця [213] 25 вересня 2022</p> <p>3. «Думав, я вже не повернусь»: азовець Ілля Самойленко – про російський полон [211] 13 жовтня 2022</p>	<p>- Допомога громадськості предметніше поглянути на окремі компоненти звільнення описаного у попередніх матеріалах, а саме розповіді окремих звільнених полонених, зокрема вагітної військової медицині, українського та британського військовослужбовців;</p> <p>- Благополучне народження дитини у звільненої військовополоненої – гостросоціальна проблематика вагітності у полоні;</p> <p>- Коментарі звільненого полоненого Е. Асліна його та інших п'ять британців було незаконно засуджено у так званій ДНР – тортури та умови утримання, проблематика служби іноземних військових в Україні;</p> <p>- Соціальне інтерв'ю зі звільненим азовцем І. Самойленком – полон очима бійця демонізованого російською пропагандою «Азову».</p>

У запропонованій хронології наразі бракує лише щасливої розв'язки, що обумовлено військовою таємницею на період тривалості воєнного стану. У інших аспектах в 2022 році спостерігається комплексніший підхід у порівнянні з 2018-м. Очевидно це узалежнюється масштабами воєнних дій і відповідно суспільним запитом на цю інформацію. Характеристика того, як повинна виглядати належна соціальна журналістика за тематикою звільнення військовополонених показує, наскільки відповідальною та суспільно значущою є СЖ. Адже жодне інше професійне спрямування не опікується соціальними проблемами тривалий період часу, не веде моніторинг ситуації, не цікавиться долею людей із соціальними проблемами. Отже, продемонстрована в таблицях 2.3.2 та 2.3.3 у якості наочної демонстрації хронологія матеріалів про звільнених українських військовополонених в одному випадку закінчується описом реального стану речей за період у кілька місяців після реабілітації, а в іншому – лише окресленням долі звільнених.

До моменту широкомасштабного російського вторгнення на певний період медійний інтерес до проблематики із військовополоненими зник. Це було обумовлено відсутністю прецедентів та, відповідно, публічною цікавістю до них. Однак у 2022 долі тих, хто лише зараз звільнені, і тих, хто досі залишається в полоні, потребують уваги широкого загалу на тлі професійного висвітлення заявленої проблематики. За даними Радіо Свобода ще у 2021 «на підвалах», у катівні «ізоляція», у СІЗО та колоніях підконтрольних Росії бойовиків залишалися десятки незаконно утримуваних людей. До багатьох із них застосовували тортури. Це свідчить про невичерпану актуальність до проблематики військовополонених.

У цьому контексті увагу привертає матеріал Радіо Свобода під назвою у вигляді хештегу «Незабуті полонені і заручники: хто ще чекає на обмін» (10.05.2021). У ньому журналістами розповідається про 29 осіб різного віку, професій та суспільного статусу, котрі за публічними даними є незаконно ув'язненими на тимчасово-окупованих українських територіях. Про всіх цих людей подано коротке резюме із посиланнями на окремі розлогі матеріали про них. Крім того за аналогічним принципом подається інформація саме про дев'ять військовополонених, котрі нині знаходяться у полоні. За словами журналістів, «крім них, щонайменше сто громадян України перебувають за ґратами в Росії й окупованому Криму» [215]. Ці дані давали змогу переоцінити ситуацію та усвідомити нікуди не зниклу актуальність соціальної проблематики, пов'язаної з незаконним утримування у полоні українських громадян. Така журналістська діяльність безперечно підпадає під критерії соціальної журналістики, та в контексті дослідження характеризується як приклад належного підходу журналістів до деонтологічних зобов'язань у межах соціальної журналістики.

Інший обраний для розгляду матеріал – «Як живуть колишні в'язні після підвалів Донбасу і тюрем Росії» (BBC News Україна. 02.06.2021). Надзвичайно показовою у контексті дослідження деонтологічної проблематики сучасної журналістики є цитата голови «Об'єднання родичів політичних в'язнів

Кремля» І. Котелянця. За його словами, найразючішим у нинішній ситуації є те, що «обміни полоненими і політв'язнями відбувалися під телекамери, з цього робили якесь шоу. Зустрічали в аеропорту, везли до Феофанії, лікували. А через якийсь час більшість із цих людей лишалися сам на сам зі своїми проблемами» [39]. Висвітлення проблемних кутів цього спрямування здійснюється за допомогою ілюстрації долі звільненого з полону брата голови організації Є. Панова. Журналісти на підставі слів інтерв'ююваних колишніх полонених зауважують, що попри державні програми, спрямовані на фінансові виплати та медичну реабілітацію, проблеми соціальної адаптації для десятків звільнених залишаються актуальними. Окремо підіймається питання тих, хто повернувся в Україну не за обміном, а відбувши свій строк ув'язнення – ці люди також потребують державної підтримки. Окремою категорією у роботі журналістів виступає питання приналежності колишніх полонених до категорії політичних в'язнів. Адже для отримання державної матеріальної компенсації вони повинні бути визнані такими. Пов'язане з цим питання ухвалення відповідного закону теж не оминається увагою журналістів. На завершення статті підіймається проблема тих людей, котрі не підпадають під категорію політв'язнів, однак внаслідок збройного конфлікту були депортованими з фактичних місць проживання на тимчасово окупованих територіях, та нині без державної підтримки просто стають безхатченками в Україні. Широкий спектр охарактеризованих журналістами проблем дає змогу говорити про необхідність привернення уваги до військовополонених, навіть через кілька років після їхнього звільнення. Державні механізми та фактичні умови потребують налагодження алгоритмів дій у ставленні до таких нужденних людей. Наведений матеріал «BBC News Україна» за професійним характером подання відповідає критеріям, що були висунуті та наглядно продемонстровані у хронології матеріалів про військовополонених зони АТО за січень 2018 року. Аналогічні риси виявилися наявними й у хронології матеріалів щодо обміну військовополоненими від 21 вересня 2022 року.

Отже, у межах явища соціальної журналістики в Україні обов'язковою є тенденція, згідно з якою в центрі уваги перебуває людина та її проблема. Зарубіжний досвід переважно перегукується з українським, за винятком однойменного американського явища, класифікованого в дослідженні як журналістика про соціальні мережі. Остання принципово відрізняється від досліджуваної соціальної журналістики (див. табл. 2.3.1), адже перша, окреслюючи сферу подій, висвітлених у соцмережах, ставить за мету комплексні інформаційні узагальнення, а соціальна журналістика завжди спрямована на висвітлення проблемної ситуації окремої людини з метою допомогти. Основні характерні ознаки соціальної журналістики в матеріалах українських видань містять складові компоненти, що відображають мету СЖ. Зокрема ідентифікація проблеми, розмежування суспільного та соціального в ній, ідентифікація найближчої до проблеми людини, висвітлення проблеми з позицій людини із цілісним обґрунтуванням ситуації, залучення громадськості до процесу сприяння вирішенню проблеми, медійне підтримування процесу до моменту досягнення мети наявні в обраних для дослідження матеріалах «BBC News Україна». Явище соціальної журналістики в Україні є актуальним для сучасних реалій. Його розвиток обумовлюється суспільним запитом. Питання долі військовополонених та інших груп людей, пов'язаних із російсько-українською війною, потребують уваги журналістів і громадськості, допоки не вичерпаються чинники, що спричиняють самі проблеми.

Висновки до розділу 2

Дослідження тематики верифікації фактів привело нас до вужчого спрямування, у якому це явище розглядається як невід'ємна складова професійної журналістики в умовах гібридних воєн. Його аналіз показав: а) сферу розгортання проблемного явища, а саме фактичні інформаційні ознаки ведення російсько-української гібридної війни; б) його специфіку у вигляді класифікації моделі інформаційної мережевої хай-тек війни, яка ілюструє

полівекторність розповсюдження деструктивного впливу та специфічний характер гібридних воєн. Отримані результати дають змогу сформувані елементи фактологічної протидії проблемному явищу, до яких належать: г) встановлення базового алгоритму перевірки фактів; д) формування переліку баз для оперативної перевірки публічної інформації; е) ідентифікація національних фактчек проєктів, що безпосередньо втілюють охарактеризовані процеси у дійсність. Фактичний процес реалізації професійної діяльності верифікації фактів у роботі журналіста актуалізується для сучасного українського медіа-простору з огляду на елементи динаміки зростання проросійської пропаганди та шкідливих наративів у них. Системна протидія деструктивному явищу можлива за умови налагодження механізму дій та ідентифікації мас-медій, які поширювали дезінформативні проросійські наративи в Україні. Ці результати дають змогу зауважувати, що однією з проблемних зон сучасної журналістики є верифікація фактів, котра актуалізується в умовах діючої російсько-української гібридної війни. Однак існуючий механізм у формі національної спеціалізованої фактчек-журналістики, активно працює задля протидії деструктивним наслідкам.

Дослідження особливостей журналістської роботи з фактами наштовхує на проблему виправлення неправдивої інформації. Її вивчення реалізується за допомогою: а) встановлення основних законодавчих аспектів реагування на поширення недостовірної інформації; б) аналізу положень КЕУЖ, що стосуються поширення недостовірної інформації; в) виокремлення основних критеріїв недостовірності новин; г) ідентифікації українських видань, що мають найбільшу кількість ознак недостовірної інформації; д) дослідження особливостей виправлення неправдивої інформації в національних фактчек-ЗМІ. У контексті цього розглянуто роль роботи з документами в процесі виправлення неправдивої інформації, дається пояснення основних ознак фальшивості організацій та експертів. Результати дослідження свідчать про необхідність налагодження механізмів виправлення неправдивої інформації. Її проблематика стосується не лише спростування репутаційних наслідків, а в

глобальному аспекті охоплює елементи протидії цілеспрямованому поширенню недостовірної інформації.

Професійний підхід до висвітлення соціальної проблематики є свого роду дилемою для сучасних мас-медіа, адже журналістика покликана розповідати про проблеми людей, але не кожна насправді ними опікується. У контексті дослідження соціальної журналістики нам вдалося: а) узагальнити та інтерпретувати під національні реалії окремі компоненти зарубіжного досвіду в підходах до розуміння явища СЖ. Зокрема перефразувати «десять принципів соціальної журналістики» М. Літтла та ін.; б) визначити основні характерні ознаки соціальної журналістики в матеріалах українських видань; г) предметно розглянути функціонування соціальної журналістики в Україні на прикладі висвітлення проблеми військовополонених. У контексті цього проаналізовано хронологію матеріалів про військовополонених зони АТО за січень 2018 року та у хронології матеріалів щодо обміну військовополоненими від 21 вересня 2022 р. у виданні «BBC News Україна». Проведено порівняння з нинішньою ситуацією наповненості медіа-контенту цією проблематикою. Результати дослідження свідчать про необхідність удосконалення професійних механізмів висвітлення соціальної проблематики в Україні.

Розв'язання поставлених завдань, дало змогу виокремити актуальні деонтологічні проблеми та дилеми, що постають у межах журналістських цінностей. Їх аналіз показує проблемні кути досліджуваних явищ і дає змогу оцінити реальну ситуацію належного сповідання журналістами професійних норм у контексті виокремлених питань.

Основні положення другого розділу розкриті автором у роботах [254], [156], [178], [179], [158].

РОЗДІЛ 3

ДЕОНТОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК

3.1. Олігархізація та офшоризація як проблеми прозорості медіаринку

У процесі вивчення викликів, дилем, тенденцій, факторів і чинників, що впливають на відповідне сповідування журналістом професійних норм, сформувалося кілька аспектів, що є першочерговими. У цьому контексті на перше місце виходять умови праці, а саме фактори, що зумовлюють обов'язок журналіста перед роботодавцем. Загальне явище редакційної політики не передбачає нічого поганого, коли воно полягає у професійних особливостях та вимогах до роботи журналіста. Наприклад, у всесвітньо відомого хорошою репутацією видання BBC News існує своя редакційна політика, згідно з якою довіра аудиторії позиціонується як основа професійної взаємодії. Предметним є те, що вони насправді «докладають значних зусиль, щоб пояснити, яку інформацію ви читаєте або переглядаєте, від кого і звідки надходить ця інформація» [205]. Така політика прозорості є характерною особливістю видання та, вочевидь, зумовлює специфіку роботи журналістів. З огляду на позиціонування власного професійного бачення, журналісти BBC News відверто зобов'язуються «діяти в інтересах суспільства та відповідати інтересам всієї аудиторії», завдяки відкритій фінансовій звітності запевняють, що на редакційні «рішення не впливають ні зовнішні інтереси, ні політичний чи комерційний тиск, ні будь-які особисті інтереси» [205]. При цьому послуговуються «Редакційними настановами» як базисом етичних стандартів та гарантують рівні можливості для працівників. Такий підхід до

журналістської роботи є позитивним прикладом належної редакційної політики.

У сучасних українських реаліях приватні медіаструктури часто постають не як засіб забезпечення суспільства збалансованою, достовірною, точною, повною інформацією задля його діяльності як саморегульованої системи, а переважно як інструмент впливу. Таке собі лобіювання власних інтересів на суспільній арені шляхом продукування визначених інформаційних акцентів щодо окремих бізнесових чи політичних питань.

Загалом питання олігархізації та офшоризації стоять на порядку денному у країнах, які прагнуть підтримувати міцну економіку та здорове громадянське суспільство. До цього кола наближається й Україна. Переконливо доводить цей факт Закон «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» (прийнятий 23 вересня 2021 р., набрав чинності 7 листопада 2021 р.).

Дослідженнями питань, пов'язаних із олігархізацією в Україні, займалися О. Бусол, Т. Пояркова, Т. Захарова, О. Волков, А. Петрушка, В. Брадов, Л. Змій, І. Гринь та ін. У їхніх роботах переважно характеризуються явище олігархізації в цілому, аспекти передвиборного функціонування мас-медіа, залежності ЗМІ від політиків, корупційний елемент у журналістиці. О. Бусол, зазначаючи негативні чинники явища, говорить про Україну як плацдарм для утворення олігархів, «де соціальне розшарування перейшло межі цивілізованості, а “малий клас дуже багатих” не характеризується ні шляхетним походженням, і слідуванням вимогам моралі та права, ні освіченістю, ні іншими рисами, які за інших обставин роблять виправданою концентрацію влади в руках “вищого класу”» [14, С. 46-54]. Проектуючи наведене до деонтологічної проблематики, одразу вбачаємо суперечності для можливостей виконання журналістського обов'язку в редакціях, чії власники підпадають під заданий опис. Відсутність демократичних ціннісних орієнтирів суперечить етичному компоненту журналістики. Своєю чергою Т. Пояркова

вважає, що «олігархізація є проявом інерції перебудови, як невдалої спроби оновлення радянської політичної системи» [125]. Це свідчить про необхідність наукового пошуку в межах заданої проблематики, адже така інерція за своєю траєкторією проходить крізь журналістику. У контексті цього Т. Захарова пише, що «однією із суттєвих перешкод у розвитку демократичних засад в Україні, є олігархія» [48, с. 34]. Торкаючись питання співвзаємодії та співіснування демократії з олігархією, бачимо дві протилежності, які за сутністю не можуть поєднуватися в одному управлінському устрої. У цьому ж шерезі й проблеми прозорості медіаринку з огляду на сутнісну природу та специфіку функціонування.

Ще в Античній Греції міркуючи про те, як краще у галузі політики функціонувати країні, Платон у своїх діалогах під назвою «Держава» ідентифікує олігархію як «стрій, у якому все залежить від майнового цензу, влада там у руках багатих, а бідні участі в правлінні не беруть» [122, с. 246]. Проте українські олігархічні реалії тісно переплітаються з гарантованими Конституцією демократичними засадами. З огляду на протилежність цих понять виникає закономірне запитання про можливість співіснування означеного порядку речей. Враховуючи хоча б те, що «понад 75 % українців регулярно переглядають телеканали українських олігархів» [247], можна робити висновки про коефіцієнт їхнього впливу на суспільну свідомість.

Для ілюстрації значимості інформаційного впливу розглядаємо процес його функціонування як частини буття. Сутнісна взаємодія взаємозалежних елементів нашого сприйняття світу має свої похідні, котрі в силу впливу інформації на свідомість зумовлюють особливу природу функціонування явища. На Рисунку 3.1.1 відображена альтернативна модель впливу інформації на суспільну свідомість.

Відштовхуючись від розуміння означеного алгоритму, можна говорити про те, що хто володіє медіа – той має важіль впливу на локальний український світогляд. Відповідно суспільна думка, або ж індивідуальна позиція, узалежнюється спектром інформації, якою насичується маса чи індивід.

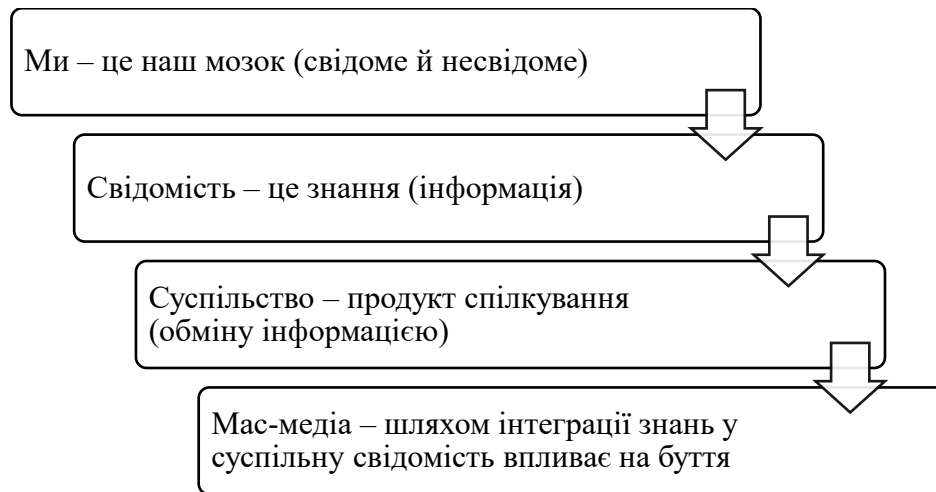


Рисунок 3.1.1. Альтернативна модель інформаційного впливу

Ефективність такого взаємовпливу залежить від низки факторів, одним із яких є інформаційна притомність. За результатами останніх досліджень «Детектор медіа» впливає, що «більшість українців ніколи не перевіряє повідомлення на достовірність, а четверта частина вважає проблеми дезінформації, джинси та маніпуляцій в медіа неактуальними» [59]. Таким чином, перефразовуючи Платона відповідно до нашого контексту, «майновим цензом» вважаємо статки можновладців, а от різновиди «влади» ділимо на дві категорії: фінансову (бізнес, в т.ч. лобіювання власних інтересів у політиці), та посадову (особисті можливості, в т.ч. і бізнес). Хоча в Україні ці категорії тісно взаємодіють, такий умовний поділ допоможе в подальшому робити висновки про цільові сфери впливу та пріоритети у редакційній політиці медіавласників.

Українська олігархія регулярно входить до світових списків мільярдерів. Згідно з рейтингом журналу «Forbes» [112] та підрахунками Ради національної безпеки й оборони [139], «під критерії олігархів можуть потрапити Рінат Ахметов, Петро Порошенко, Дмитро Фірташ, Ігор Коломойський, Віктор Пінчук, Сергій Львовчкін, Віктор Медведчук, Вадим Новинський, Юрій Косяк, Олег Бахматюк, Костянтин Жеваго, та подружжя Герег». Чи варто дивуватися, що сім (виділених курсивом) є власниками мас-медіа? У Таблиці 3.1.1 зібрана та структурована інформація, яка демонструє охоплення можновладцями прав власності серед українських телеканалів.

Таблиця 3.1.1. Орієнтовний перелік олігархічних власників українських телеканалів [123][6]

№	Назва ЗМІ	Власник	Супровідна інформація
Медіахолдинг «1+1 медіа»			
1.	«1+1»	Ігор Коломойський, Ігор Суркіс	- Власником істотної частки у холдингу є олігарх Ігор Коломойський . - Власником іншої частки у холдингу є олігарх Ігор Суркіс [123]. - «Під час виборів 2019 року «1+1» активно <i>підтримував</i> кандидата В. Зеленського» [123].
2.	«2+2»		
3.	«ТЕТ»		
4.	«ПлюсПлюс»		
5.	«1+1 International»		
6.	УНІАН ТБ		
7.	«Бігуді»		
Медіа-холдинг «StarLightMedia»			
1.	«ICTV»	Олена Пінчук	- Власниця є дочкою колишнього (другого) президента України Леоніда Кучми. - Її чоловік – Віктор Пінчук, відомий бізнесмен і меценат, мільярдер [6].
2.	«ICTV Ukraine»		
3.	«СТБ»		
4.	«Новий канал»,		
5.	«Оце ТБ»		
6.	«М1»		
7.	«М2»		
Медіахолдинг «Inter Media Group»			
1.	Інтер	Валерій Хорошковський, Дмитро Фірташ	- Серед основних власників є олігарх Дмитро Фірташ та депутат , голови Адміністрації президента часів Віктора Януковича – Сергій Львовчкін. - Під час виборів 2019 року <i>підтримував ОПЗЖ</i> . - До 2015 року майже третина акцій телеканалу «Інтер» належала російському «Первому каналу» [123].
2.	«Кіно-ТБ» (телеканал «Enter-фільм»).		
3.	«Музика-ТБ» (телеканал «Піксель»)		
4.	К1		
5.	К2		
6.	«Мега»		
7.	НТН		
8.	Zoom		
Медіахолдинг «Медіа Група Україна»			
1.	«Україна»	Рінат Ахметов	- Телеканал «Україна» неодноразово потрапляв під критику Нацради через «розпалювання ворожнечі» [123]. - Через низку офшорних компаній ним володіє олігарх Рінат Ахметов [123]. - Через телеканал «Україна» підіймається репутація власника у бізнесі, та дискредитуються його конкуренти [123].
2.	«Україна 24»		
3.	«НЛО TV»		
4.	«Індиго TV»		
5.	«Футбол 1»		
6.	«Футбол 2»		
7.	«Футбол 3»		

Продовження таблиці 3.1.1

№	Назва ЗМІ	Власник	Супровідна інформація
Медіахолдинг «Новини»			
1.	«112 Україна»	Тарас Козак	- Прямоефірне мовлення телеканалів наразі заблоковано за підозрою власника у «фінансуванні тероризму» [51]. - Телеканали пов'язують з народним депутатом Віктором Медведчуком [51].
2.	NewsOne		
3.	ZIK		
1.	«НАШ»	Євген Мураєв	- Народний депутат України VII і VIII скликань. «Проросійський політик» [123].
1.	«5 канал»	Петро Порошенко	- Прямому переоформили ліцензії у зв'язку зі зміною власника – колишнього президента України Петра Порошенка [219].
2.	«Прямий»		
Телерадіокомпанія «Люкс»			
1.	«Канал 24»	Катерина Кіт-Садова , Роман Андрейко, Оксана Андрейко	- Основна власниця є дружиною Андрія Садового , мера міста Львів. - Роман близький друг Андрія Садового . - Одружений на Оксані Андрейко , яка разом з ним є співвласником Радіо 24 .
1.	«Еспресо TV»	Іван Жеваго , Лариса Княжицька	- Син олігарха К. Жеваго Іван є власником 75% «Еспресо TV». - Ще 22,5% належать дружині нардепа від «Європейської солідарності» М. Княжицького Ларисі [6].

Інформація про власників популярних телеканалів підготовлена на основі «Бази даних медіа та власників», що розміщена на спеціалізованому ресурсі «Media ownership monitor Україна», який підтримується Інститутом масової інформації. Ця платформа містить дані про «індикатори ризиків плюралізму медіа», олігархію, та «кінці власності українських медіа, що ховають в офшорах» [6]. На жаль, означена база даних містить інформацію з станом на 2017 р., тому для формування актуального переліку олігархічних

власників українських медіа було залучено «докладний аналіз» [123] від Української літературної газети 2021 р. та інформацію з журналістських матеріалів «Детектор медіа» й «Української правди».

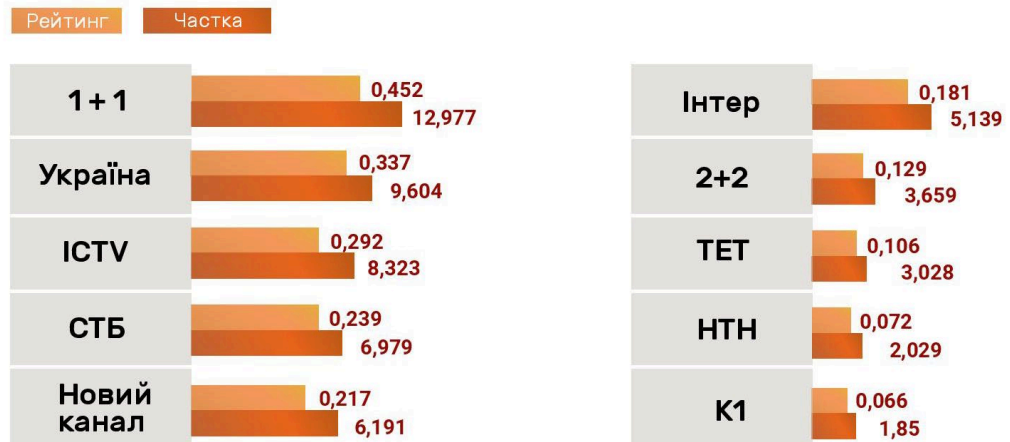


Рисунок 3.1.2. Топ-10 телеканалів за рейтингом [135]

Згідно з оприлюдненими даними від Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення «серед користувачів IPTV/OTT у III кварталі 2019 року» у топ-10 телеканалів входять (див. рис. 3.1.2): «1+1», «2+2», «ТЕТ» – *Коломойського*; «Україна» – *Ахметова*; «ICTV», «СТБ», «Новий» – *Пінчука*; та «Інтер», «НТН», «К1» – *Фірташа* [135]. Оскільки всіма означеними телеканалами володіють олігархи, а сама по собі національна медіавласність є збитковою [166], ми розглядаємо цю ситуацію як накопичення інструментів впливу, що є прямопропорційною елементам прозорості медіаринку, зокрема, «як індустрія медіа управляє своїми ресурсами, оскільки від них залежить економічна міць та ефективність медіасектору» [135]. Говорячи про ефективність, маємо на увазі цільове призначення – забезпечення соціуму повною, збалансованою, оперативною, точною інформацією. Далі у списку значяться радіостанції. Такий формат мовлення найбільш використовуваний автомобілістами й людьми, чия щоденна діяльність дозволяє периферійно слухати радіо, подкасти, та інші способи аудіомовлення. У Таблиці 3.1.2 розміщена інформація про українську радіовласність.

Таблиця 3.1.2. Орієнтовний перелік олігархічних власників українських радіостанцій [123][6]

№	Назва	Власник	Супровідна інформація
Радіохолдинг «ТАВР Медіа»			
1.	«ХІТFM»	Віктор Пінчук	«Із дуже заплутаних структур власності станцій, які свого часу оприлюднив «Детектор медіа», можна зрозуміти, що холдинг пов'язаний із родиною зятя другого президента Кучми, олігарха – Віктора Пінчука » [123][74].
2.	«Мелодія FM»		
3.	«Relax»		
4.	«Radio Jazz»		
5.	«Радіо Рокс»		
6.	«KISS FM»		
7.	«Русское радио Україна»		
8.	«Наше радіо»		
Радіохолдинг «УМН»			
1.	«Ретро FM»	Сергій Курченко	- «Холдинг наприкінці 1990-х років заснував підприємець Борис Ложкін , який за часів президентства Петра Порошенка був головою Адміністрації глави держави. Однак пізніше, у 2013 році, медіаактив купив олігарх з оточення експрезидента Януковича Сергій Курченко » [123]. - «У 2017 році Нацрада з питань телебачення і радіомовлення не продовжила 36 ліцензій радіостанціям холдингу, а з 11 вересня 2020 року медіаактиви УМН передали в управління «1+1 Media» Ігоря Коломойського » [123].
2.	«Авторадіо»		
3.	«Джем FM»		
4.	«Радіо П'ятниця»		
5.	«NRJ»		
6.	«Lounge FM»		
Телерадіо компанія «Люкс»			
1.	«Максимум»	Катерина Кіт-Садова, Роман та Оксана Андрейко	«Роман близький друг Андрія Садового, мера Львова і засновника телерадіомовної компанії «Люкс», оскільки вони разом вчилися у Львові. Одружений на Оксані Андрейко, яка разом з ним є співвласником Радіо 24» [123].
2.	«Nostalgie»		
3.	«Lux FM»		
4.	«Радіо 24»		
І Українська радіо група			
1.	«Перець FM»	Андрій Карпій	«У 2008 був партнером Андрія Садового мера міста Львів в ПрАТ «Радіо Люкс».
2.	MFM		
3.	Best FM		
Медіахолдинг «Business Radio Group»			
1.	«Шансон»	Євгеній Євтухов	«BRG також має ексклюзивне право на продаж рекламного часу радіостанції «Перець FM» [123]. За даними «Media ownership monitor Україна», Подружжя Пінчуків , сім'я Баграєвих та Віктор Волосюк є співвласниками медіагрупи «Тавр», де А. Євтухов був виконавчим директором» [6].
2.	POWERFM		
3.	«Бізнес радіо»		
4.	DJFM		

Серед власників приватних радіостанцій зустрічаємо майже ті ж самі прізвища, за винятком кількох нових: *Карпій, Деркач, Курченко*, які дотичні до обіймання посад у Верховній раді або пов'язані з тими, хто імовірно може лобювати спільні інтереси завдяки своїм повноваженням. Продовжуючи акцентування на об'єктивності інформації [246], наголосимо: зосередження восьми, шести, чи навіть чотирьох радіостанцій у різних власників суттєво впливає на медіаринок та має суттєві ризики для забезпечення демократії.

Третьою популярною категорією з форматів мовлення є інтернет-ЗМІ.

Таблиця 3.1.3. Олігархічні власники українських інтернет-ЗМІ [123] [6]

№	Назва	Власник	Супровідна інформація
Медіахолдинг «1+1 медіа»			
1.	«ТСН.UA»	Ігор Коломойський	Власником новинних ресурсів та інформаційної агенції УНІАН є олігарх Ігор Коломойський .
2.	«УНІАН»		
3.	«Главред.info»		
Медіахолдинг «Ligamedia»			
1.	«Ліга.NET»	Дмитро Бондаренко	«Генеральний директор Ligamedia бізнесмен і депутат Київради VII скликання » [123].
1.	«Обозреватель»	Світлана Бродська	- «Світлана є дружиною політика, депутата третього скликання Михайла Бродського ». - «Через дружні стосунки з Бродським вплив на сайт часто приписують колишньому голові ВР та секретарю РНБО Олександру Турчинову » [123].
Телерадіо компанія «Люкс»			
1.	Сайт 24.tv	Катерина Кіт- Садова, Роман Андрейко	- «Основна власниця є дружиною Андрія Садового, мера міста Львів ». - «Роман близький друг Андрія Садового ». - «Одружений на Оксані Андрейко , яка разом з ним є співвласником Радіо 24 » [123].
Медіахолдинг «Вести-Україна»			

Продовження таблиці 3.1.3.

№	Назва	Власник	Супровідна інформація
2.	ubr.ua		«Нинішня власниця є підставна особа, на яку в тому числі записані кілька фіктивних фірм , пов'язаних з медіахолдингом «Вести-Україна». До холдингу входять: газета «Вести», телеканал UBR, радіо «Вести», сайт vesti-ukr.com, сайт reporter.vesti-ukr.com, сайт ubr.ua» [6].
2.	«Сьогодні»	Рінат Ахметов	- «Медіахолдинг “Медіа-інвест груп” цивільної дружини ексміністра доходів і зборів України Олександра Клименка Ольги Семченко» [123].
3.	«Страна.ua»	Ігор Гужва	
ТОВ «Фокус Медіа»			
1.	Журнал «Фокус»	Борис Кауфман	«Власник український мільйонер , бізнесмен, колишній депутат одеської міськради» [6].
1.	«Подробности»	Дмитро Фірташ	Ресурс пов'язують з олігархом Дмитром Фірташом [6].

Однак розміщена у Таблиці 3.1.3 інформація щодо олігархічних власників таких медіа не є вичерпною для характеристики сфер впливу власників у мережі Інтернет, позаяк існують різні «незаконні» способи підтримувати ту чи іншу хвилю інформації у соціальних мережах чи на різноманітних сайтах. Наприклад, розслідування «Я-бот» проекту «Слідство.Інфо» розповідає, як працює «ботоіндустрія зсередини, хто користується такими послугами та скільки коштує». Журналісту, який під прикриттям влаштувався на таку роботу, було поставлене завдання щоденно писати 200-300 коментарів під різними фейковими аккаунтами на підтримку або дискредитацію того чи іншого політичного діяча. Таких у агенції було кілька десятків, та працювали вони у три зміни, при чому на різних політиків. За один місяць роботи під прикриттям журналіст написав «понад 40 тисяч коментарів в інтересах різних політиків» [220]. Нині існують навіть «технології створення новин за допомогою штучного інтелекту» [237]. Крім

цього, існують реклама та низка інших платних опцій для підняття визначеної інформаційної хвилі у мережі Інтернет.

Олігархізація є проблемою для медіаринку, адже володіння мас-медіа у таких обсягах (див. таблиці 3.1.1–3.1.3) несе «загрози національній безпеці, пов'язані з надмірним впливом осіб, які мають значну економічну або політичну вагу в суспільному житті». Саме таким означенням характеризується новий Закон «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)». Із його ухваленням національна мас-медійна реальність змінюється. Проте повній імплементації Закону перешкодила війна.

У контексті дослідження явища олігархізації вітчизняного медіаринку нас цікавлять наступні. По-перше, згідно із ухваленим законопроектом олігархом можна вважати особу котра відповідає більшості із чотирьох критеріїв. У загальних рисах вони виглядають так – «брати участь у політичному житті, мати значний вплив на ЗМІ (в тому числі інтернет-ЗМІ), бути бенефіціаром, або контролювати природну монополію, чи бізнес» [53]. У цих стрічках бачимо, що «значний вплив на ЗМІ», вочевидь у законі розцінюється негативно, це співзвучно із висновками даного дослідження. До цього додаємо другу частину критеріїв, фінансовий вплив. Грубо кажучи, бенефіціар – це кінцевий власник акцій, або людина з правом голосу у компанії, часто бенефіціарні власники ховають свої кінці саме в офшорах. Міркуючи про те, як закон може зумовити позитивні зміни в Україні, політолог Радчук О. радить скористатися досвідом інших країн. Показовим є те, що експерт бачить просування вирішення проблемної ситуації у трьох напрямках: налагодженню прозорості у медіавласності, законодавчим врегулюванням рівних для усіх меж передвиборчої реклами, «ухвалити закон про лобізм в Україні» [132]. Як бачимо усі зазначенні чинники, що могли б слугувати врегулюванню ситуації, пов'язані із мас-медіа. Сам факт володіння ЗМІ, вже передбачає певний вплив власника на редакційну політику. Для

предметності згадаємо, як було у 2019 р. після зміни власника телеканалу ZIK, «три різних джерела «Детектора медіа» стверджували, що так званий блеклист, тобто список людей, яких не можна показувати в ефірі, представила в перший же день Д. Гордійко, яка зайняла посаду шеф-редактора каналу». Чи варто дивуватися, що за таких умов тоді із телеканалу звільнилося «близько 35% співробітників» [161]. Наразі, цей телеканал, як і інші проросійські телеканали з пулу Медведчука («112 Україна» та «NewsOne») заблоковані у зв'язку із незаконними фінансовими операціями власника. Врегулювання питань реклами, піару, популізму, та іншої медійної діяльності пов'язаної із просуванням інтересів окремого політика слугувало б фактором, котрий суттєво зменшив би контрольований маніпулятивний вплив на громадську думку. Прийнятий закон про лобізм посприяв прозорості просування будь-якого політичного кандидата з боку олігархів. Це також допомагатиме громадськості свідомо та об'єктивніше оцінювати ситуацію. То ж, вирішення проблематики олігархізації вітчизняного медіаринку полягає в налагодженні прозорості власності, та зменшенні корисного впливу на суспільну думку.

У розрізі офшоризації варто зробити тлумачний екскурс, адже від трактування цього поняття залежить його співвідношення з темою дослідження. Наприклад, «через низку офшорних компаній телеканалом «Україна» володіє олігарх Рінат Ахметов»; «Із дуже заплутаних структур власності радіостанцій, можна зрозуміти, що Радіохолдинг «ТАВР Медіа» пов'язаний із родиною зятя другого президента Кучми, олігарха – Віктора Пінчука»; нинішня власниця «Вестей» є підставною особою, на яку в тому числі записані кілька фіктивних фірм, пов'язаних з медіахолдингом «Вести-Україна». Для розуміння змісту сказаного, варто розділити тлумачення поняття офшоризації на кілька змістових категорій (див. Таблицю 3.1.4).

Таблиця 3.1.4. Чотири категорії для розуміння офшорів [204] [44]

№ / категорія / пояснення		
1. Світовий масштаб явища		
<ul style="list-style-type: none"> - «Близько 85% міжнародного банкінгу та емісії облігацій відбувається в офшорній зоні»; - «Державне управління загального обліку США повідомило в 2008 р., що 83 з 100 найбільших американських корпорацій мають активи в офшорах»; - «Експерти Tax Justice Network виявили, що 99 з 100 найбільших компаній Європи використовували офшори» [204]. 		
2. Головні офшорні мережі		
- «Офшори здебільшого з'являються у маленьких країнах, чи на островах. Низькі податки та мінімальні законодавчі вимоги, є основним способом заробляти гроші». Тут вони поділяються на європейські «довколабританські» та американські [204].		
<i>європейські</i>	<i>«довколабританські»</i>	<i>американські</i>
Швейцарія, Люксембург, Ліхтенштейн, Монако, Андорра, Кіпр	Джерсі, Гернсі, Острів Мен, та такі острови: Кайманові Британські Віргінські, Бермуди, Гібралтару	Американські Віргінські острови, Маршалові, Панама.
3. Особливості функціонування офшорів		
<ul style="list-style-type: none"> - «У офшорних зонах діє вигідніше законодавство ніж у країні бізнесмена, таким чином можна уникнути сплати значної кількості податків»; - «Офшорні зони є місцями масової реєстрації підприємств». На Британських Віргінських островах – 25 000 мешканців, але від 1984 було зареєстровано 800 000 компаній. На Кайманових островах 40 000 мешканців, але зареєстровано 65 тисяч компаній [44]; - Офшори часто працюють на принципах секретності, тому власника компаній важко ідентифікувати країнам, які не мають з ними міжнародних угод. - «Міжнародний бізнес часто ділиться на багато компаній, які зареєстровані в різних юрисдикціях, а тому до них можна застосовувати різне законодавство – більш зручне для бізнесу в тих чи інших ситуаціях» [44]. 		
4. Мотивація західного та пострадянського світу		
<ul style="list-style-type: none"> - «Для західних компаній – уникнення оподаткування». - «Для компаній пострадянського простору – це «узаконення» нелегальних доходів, чи виведення свого бізнесу в більш «безпечну» правову зону» [44]. 		

Отже, для українських реалій явище офшоризації є вагомим чинником, що гальмує процес розвитку економіки країни внаслідок тотальної несплати податків і тіньового бізнесу в офшорних зонах. «Україна знаходиться у першій десятці країн-лідерів за обсягом виведення капіталу. Частина цих «виведених» коштів постійно повертається назад кредитами, інвестиціями та корупційними платежами» [78]. Таким чином на одних грошах можна заробити чи не тричі. Згідно з інформацією від «Українського агентства фінансового розвитку», приблизно «90 відсотків українського капіталу в різні роки виведено на Кіпр»

[78]. Логічно припустити, що найбільше у такий спосіб «економлять» ті, в чіях руках зосереджений великий бізнес в Україні.

Питання олігархізації та офшоризації у контексті прозорості національних ЗМІ є актуальними в інформаційному сьогоденні. Фактично за результатами дослідження ці явища розглядаються як негативні. Природа їх походження криється в перших роках побудови незалежної України. У періоді виходу з Радянського Союзу більшість з сьогоднішніх олігархів реалізували «первинне накопичення виробничих потужностей у всіх галузях», завдяки «потрібним зв'язкам та коштам» [47]. Такий спосіб накопичення економічного та політичного впливу був би неможливим без допомоги ЗМІ у формі лобіювання власних інтересів на публічній арені, звідси й інтерес до телеканалів, інтернет-медій, радіостанцій. Крім того, такі люди «мають вплив на значну частину народних депутатів» [88]: народні обранці «пишуть і голосують за вигідні для олігархів закони, не голосують за не вигідні, подають величезну кількість правок до тих законів, що йдуть у розріз з інтересами олігархів» [88]. Можна здогадатися, що просування такими способами власних інтересів суперечить інтересам громадськості. Крім того, часто протистояння політичних сил не обходиться без використання мас-медіа, як знаряддя боротьби. У цьому контексті нагадаємо, що згідно з Кодексом етики українського журналіста «не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, що суперечить» [45] професійним стандартам та порушує його особисті переконання. Однак рівень професіоналізму якраз і полягає в тому, щоб не зважаючи на суб'єктивні чинники чесно відтворювати об'єктивну дійсність.

Отже, серед найпопулярніших національних телеканалів десятьма володіють олігархи. Ситуація з радіо та інтернет медіавласністю є ідентичною. Такий стан речей характеризується накопиченням олігархами інструментів впливу. Це відбивається на прозорості медіаринку, зокрема на тому, як індустрія реалізує свій інформаційний потенціал зважаючи на його основоположне цільове призначення – забезпечення громадськості правдивою

та об'єктивною інформацією. Деякі структури власності є важкозрозумілими, адже пов'язані з низкою офшорних організацій та подекуди оформлені на підставних осіб. Окрім прямого впливу на прозорість українського медіаринку, загальна офшоризація часто передбачає наявність тіньового бізнесу та ухиляння від сплати податків. Ця ситуація є суттєвою проблемою для економіки, та, зважаючи на сферу функціонування (бізнес можновладців), торкається й медіавласності, принаймні щодо редакційної політики приватних видань. Переділ структур власності українського медіаринку намітився після прийняття Закону «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)». Однак ця тема потребує нових актуальних досліджень.

Ситуація, коли «75 % українців регулярно переглядають телеканали українських олігархів» [59], а «більшість з них ніколи не перевіряє повідомлення медіа на достовірність» [59], не є прийнятною для будь-якого здорового демократично-орієнтованого конституційного ладу. Олігархаризація та офшоризація є проблемними факторами, що впливають на належне сповідування журналістами професійних норм у контексті редакційної політики на користь обстоювання інтересів власника видання, використання інформаційного потенціалу медіа-структури задля лобіювання його політичних чи економічних потреб.

3.2. Свобода вибору та свобода дій

Досліджуючи деонтологічну проблематику сучасної журналістики, слід звернути окрему увагу на забезпечення свободи вибору та свободи дій у площині українських мас-медіа. Нагальність вивчення цих питань обумовлена причинно-наслідковими зв'язками, за якими від вхідної інформації може залежати вихідна, тож різні користувачі цифрової мережі, подаючи однаковий

пошуковий запит, можуть отримувати відмінні один від другого результати, і як наслідок приймати різні рішення. Це обумовлено низкою факторів, до яких входить геолокація користувача, персональна історія його акаунту (користувацький бекграунд), своєрідність принципу дії цифрових алгоритмів, низка інших характеристик. Однак у залежності від того, чим наповнена новинна стрічка соціальних мереж користувачів, які пропозиції підбираються для них у вигляді таргетованої реклами чи відповідей у вигляді джерел на пошукові запити та інших передумов, їхній вибір може бути визначений саме цими чинниками. Нещодавно «у США юридичний комітет палати представників звинуватив компанії Google, Amazon, Facebook та Apple в монополії»: підвищена увага до цього питання з'явилася у зв'язку з аналізом «їхніх розмірів і влади» [70]. Пізніше «Федеральна торгова комісія США виступила з вимогою до Amazon, ByteDance (керує сервісом TikTok), YouTube, Facebook, Twitter, WhatsApp, Discord, Reddit та Snap надати інформацію про механізми аналізу особистої інформації користувачів, визначення відображення реклами, роботу алгоритмів та залучення аналізу даних особистої інформації, підключення нових користувачів, та впливу на підлітків і дітей» [186]. Такі масштабні претензії та вимоги свідчать про своєчасну неоціненність впливу мас-медіа на суспільну свідомість. Тож у контексті дослідження варто з'ясувати, настільки належним чином в українських реаліях функціонує свобода вибору та свобода дій. Деонтологічний аспект означеного питання полягає у встановленні зв'язку цієї проблематики із впливом на суспільство та вільну журналістську діяльність.

У ХХІ столітті в умовах повсюдної цифрової комунікації, стосунки між людьми набувають нових форм і значень. Етика – як наукова галузь, що досліджує ці стосунки на предмет підтримування загального паритету між учасниками комунікації, приймає нові виклики, одним із яких є питання забезпечення свободи вибору та дій усіма учасниками комунікаційного процесу. В умовах глобалізації сучасний медіапростір має свою градацію за територіальною, мовною, світоглядною та споживацькою приналежністю

користувача, що зумовлює права на доступ до інформації. Не зважаючи на спільний «вільний» цифровий простір мережі Інтернет обмеження, що розподіляють інформацію для різних людей, підпорядковуються автоматизованим алгоритмам, політичним режимам і часто розподіляються без усвідомленого прийняття рішень користувачем щодо власної інформаційної картини дня. Така ситуація передбачає соціальне конструювання, що формує так звану штучну реальність для різних суспільних груп. Імовірна ілюзія свободи вибору інформації і подальших дій щодо перебігу свого буття, призводить до перспективи повсюдних маніпуляцій «власними» рішеннями, як суспільства, так і окремого індивіда, саме через цифровий інформаційний простір. Відтак виникає низка як мінімум етичних, як максимум – правових конституційно-демократичних дилем, що потребують актуального погляду на ситуацію, і перегляду філософської концепції свободи вибору та дій у площині національний мас-медій.

Дослідники зівсебіч підходять до розгляду тематики свободи у мас-медіа, здебільшого позиціонуючи це питання через призму можливостей і правового статусу ЗМІ у демократичній державі. Серед таких слід відзначити праці І. Прилуцького, В. Павликівського, П. Гуйвана, Х. Білограця, О. Ковальчука, О. Кушніренка, І. Крупського, Т. Романенко, Ю. Бондаря та ін. Свободу слова крізь етичні парадигми в журналістиці розглядали В. Іванов, В. Сердюк, О. Кузнецова, В. Садівничий, О. Сушкова, В. Мостовий, В. Різун та ін. Однак тематика нашого дослідження зосереджена на питаннях свободи вибору та їх впливом на свободу дій особистості, що виникає унаслідок споживання інформації із мас-медіа.

Філософський бекграунд заявленої проблематики доцільно розглядати під кутом зору мислителів, чиї ідеї та погляди лягли у світоглядну основу європейської цивілізації. Першопочатково, поняття свободи вибору та свободи дій узалежнюються *концепцією свободи волі*, адже саме вона відповідальна за рух розумового потенціалу сучасної цивілізації, в контексті так званого спонукання до дії, та його першопричин.

За словами українського філософа В. Кебуладзе, першим, хто у стародавній Греції академічно розглянув питання свободи волі, був Демокрит (бл. 460 до н. е.). Його основна теза, яка характеризує задане поняття, спрямована на те, що «випадок – це перехрещення ланцюгів необхідності». Себто воля робити так чи інакше *обумовлюється буденною необхідністю*. Сюди можна включити й фізіологічні та духовні потреби людини. А сам по собі випадок, з огляду на причинно-наслідкові зв'язки, що йому передували, не є випадковим, навіть якщо індивід цього не усвідомлює. У подальшому Демокрит вивів свою «етичну концепцію відсутності свободи волі – є атоми, які рухаються наперед визначеними траєкторіями. *Всі ми, це втілення цих атомів*» [65]. Таким чином, за Демокритом свобода волі нівелюється у філософській та фізичній площинах, обумовлюючись природознавчою концепцією атомів і молекул.

Інший античний мислитель, Епікур (341 до н. е.), опонував Демокриту іншою гіпотезою: якщо «атоми можуть відхилитися від траєкторії – це зумовлює свободу волі» [65]. Тобто, якраз у межах цих можливих відхилень існує свобода волі. Є визначений порядок речей, але у ньому присутній *люфт у межах якого існує власний вибір*.

Із відходом від античного політеїзму та появою християнських традицій монотеїзму у світоглядному концепті європейської цивілізації, значна відповідальність за долю перекладається на Бога.

С. Боецій (480–524) у своїй передсмертній «Розраді від філософії» переосмислював вищезгадану тезу Демокрита словами: «одне і те ж майбутнє, коли його віднести до божественного знання то воно необхідне, коли ж зважити щодо власної природи то воно видається вільним» [9, с. 136]. У своїй характеристиці поняття свободи волі С. Боецій зауважував, що є певний світогляд «тих, хто озирає розумом божественні речі» [9], і якщо дивитися на означену проблему крізь призму цього (християнського) світогляду, *божественне провидіння і є необхідністю*. Отже, ніякої свободи волі немає.

Л. Вала (1407–1457) у міркуваннях «Про свободу волі» критикує будь-яку філософію, як царину, що шкодить християнству. Філософів поіменно називає надмірними у своїх прагненнях досягнути природу речей божественних. У результаті приходиться до висновку: оскільки «причина божественної волі невідома ні людям ні янголам» [15, с. 289], то *немає сенсу піддавати сумніву мудрість Бога*. «Ми стоїмо за віру, а не за вірогідність, що ґрунтується на аргументах розуму. Чи багато дає знання для укріплення віри? Смирення більше» [15, с. 289]. Критикуючи за стоїцизм самого С. Боеція та протиставляючи раціональному досвіду духовні вірування й особисті релігійні переживання, Л. Вала теологізував підхід до поняття свободи волі, посилаючись на Бога як на авторитет в останній інстанції, до якої не варто ставити запитань, навіть якщо вони є. При цьому не дав ніякої ґрунтовної альтернативи натомість.

Б. Спіноза (1632–1677) дещо наслідував С. Боеція зауважуючи, що «свобода – це пізнана необхідність». В. Кебуладзе пояснює цю тезу так: «наша свобода можлива лише тоді, коли ми *пізнаємо цю божественну необхідність*, чинимо відповідно до неї» [65]. Тобто Б. Спіноза розглядає свободу як категорію пізнання у межах божественного промислу.

І. Кант (1724–1804) розглядав свободу волі за принципом «вчиняй завжди так, аби максима твоєї волі водночас могла слугувати принципом загального законодавства» [65]. Цей «категоричний імператив Канта» [65] теж окреслює межі свободи *у рамках суспільно-встановленого устрою*. Особливістю такої точки зору є те, що встановлені норми повинні підтримувати всі члени суспільства, ці норми й уособлюватимуть межі свободи волі.

Ф. Ніцше (1844–1900), видатний німецький філософ, який приніс у європейський світогляд нове переосмислення поняття свободи волі – «*Amor fati / Полюби власну долю*». За Ф. Ніцше *прийняття власного життя* з усіма його радощами та негараздами є перехідним етапом для здобуття свободи волі [65]. Адже, лише відштовхуючись від рамок і обставин, якими обумовлене

наше життя, можна впливати на його подальший перебіг. Ще одна світоглядна концепція від Ф. Ніцше полягає у *«інверсії сили волі на «волю до сили»* [65]. Тобто, критерій людського у людині вимірюється наявністю волі видозмінювати власне буття.

З огляду на еволюцію філософської думки щодо питання наявності та функціонування свободи волі, можемо скомпонувати загальний причинно-наслідковий зв'язок, що підводить до сутності охарактеризованого поняття. Свобода волі обумовлюється необхідністю надприродним провидінням (фатумом), та рівнем його пізнання людиною. Незважаючи на свою природу у межах соціуму вона повинна мати межі суспільно-встановленого. Воля управляти силою розуму і є людським у людині. У межах доступного підпорядкування ми, як біологічний вид, схильні до намагань контролювати цей розум. Обсяг підконтрольного (зрозумілого / усвідомленого) нам і є свободою волі.

У медіа-площині працює принцип, за яким *«вхідний сигнал зумовлює вихідний»* [175]. Чимало інформаційних майданчиків працюють та продукують завантажений контент завдяки реакції на нього аудиторії. Найпопулярніші відеохостинги: YouTube, Vimeo, Vevo [108]; соціальні мережі: Facebook, WhatsApp, Instagram, Tik Tok, Twitter [110]; пошукові сервіси: Google, Yahoo!, Bing [109]; монетизують свій контент завдяки постійним користувачам. За цією логікою воля користувачів здатна регулювати інформаційний потік. Однак, чи є мережева інформаційна стрічка відображенням волі суспільства? Лише частково. Слід зауважити – у цифровому столітті аксіома, за якою попит зумовлює пропозицію, інверсувалася, адже *завдяки впливовості мас-медіа тепер пропозиція здатна зумовити попит*. Унаслідок користування цифровою мережею у споживача присутня низка свідомих та несвідомих дій, адже будь-який вхідний сигнал здатен зумовлювати вихідний. Перефразовуючи Демокріта можемо сказати, що рекламна стрічка конкретного користувача – це перехрещення ланцюгів

необхідності. Тобто інформації, що на думку автоматизованих алгоритмів підбору «цікава» користувачу.

Одна з найпопулярніших пошукових систем у світі Google так пояснює необхідність роботи алгоритмів у пошукових запитах користувачів: «Системи позиціювання Google сортують сотні мільярдів веб-сторінок в індексі Пошуку, щоб знаходити найбільш релевантні результати за частку секунди, та показувати їх у зручний для вас спосіб» [207]. Коли компанія говорить про «зручний для нас спосіб», мається на увазі врахування низки базових факторів, «зокрема слова в запиті, релевантність і зручність використання сторінок, компетентність джерел, а також ваші місцезнаходження й налаштування» [207]. «Зручність» та «компетентність» можуть трактуватися досить суб'єктивно. А от місце знаходження може допомагати підібрати інформацію для певного світогляду. Наприклад, зважаючи на рівень розвиненості країни. Наші судження гіпотетичні, але володіючи арсеналом такого контролю та регулюванням інформацією, всесвітні Інтернет-організації мають владу та важелі впливу на суспільну думку. Масам доводиться покладатися на їхню добросовісність, натискаючи «так» під умовами користування мережею. Логіка проста: якщо хочете використовувати пошукову систему – автоматично погоджуєтесь з роботою алгоритмів, що у ній функціонують.

Що ж до алгоритму відбору пошукових систем, компанія Google залишає за собою право «об'єднувати відомості, які були корисними для інших користувачів з інформацією графіку знань. Усі колективні знання людей, які проходять через нашу пошукову систему усі пошукові запити визначають цікаві речі, які ми включаємо до бази даних» [232]. Крім того компанія Google збирає різні типи інформації про споживачів, які користуються її сервісами (Див. Таблиця 3.2.1). Функціонал збору інформації можна змінити у налаштуваннях конфіденційності. Деяку з цієї інформації можна забороняти зберігати. Проте, як багато користувачів мережі у наш час приділяють цьому увагу?

Таблиця 3.2.1. Типи персональної інформації яку збирає Google про користувача [230]

№	Найменування інформації	
1.	Ім'я та пароль;	7.
2.	Номер телефону або платіжну інформацію;	Інформацію про активність у сервісах Google:
3.	Контент, який ми створюємо, завантажуюмо чи отримуємо від інших, коли користуємося сервісами Google, зокрема вхідні й вихідні електронні листи, збережені фото та відео, створені документи й електронні таблиці, а також коментарі до відео на YouTube;	<ul style="list-style-type: none"> - терміни, які ви шукаєте; - відео, які ви дивитесь; - перегляди контенту й оголошень і дії з ними; - голосові й аудіодані, отримані під час користування звуковими функціями; - активність, пов'язану з покупками; - інформацію про людей, з якими ви спілкуєтесь або ділитесь контентом; - активність на сайтах і в додатках сторонніх розробників, які використовують наші сервіси; - історію веб-перегляду Chrome, синхронізовану з вашим обліковим записом Google.
4.	Тип і налаштування браузера й пристрою, операційну систему, мобільну мережу (зокрема, назву та номер телефону оператора);	8. Номер вашого телефону, номери телефонів ваших співрозмовників, номери переадресації, час і дату дзвінків та повідомлень, тривалість і типи викликів, дані про маршрутизацію;
5.	IP-адресу, час та URL-адресу напрямку переходу запиту користувача;	9. Місцезнаходження може з різним ступенем точності визначатися за допомогою:
6.	Інформацію про користувача «від надійних партнерів і партнерів галузі безпеки»	<ul style="list-style-type: none"> - GPS; - IP-адреси - даних датчиків пристрою користувача; - інформації про об'єкти поблизу пристрою користувача, як-от точки доступу Wi-Fi, стільникові антени та пристрої з увімкненим з'єднанням Bluetooth.

Варто враховувати, що окрім Google ми користуємося іншим програмним забезпеченням, яке теж передбачає збір та обробку персональних даних користувачів. Крім того, існує практика обміну інформацією серед різних інформаційних платформ. Наприклад, Google «може збирати інформацію про користувача від надійних партнерів, зокрема маркетингових, які надають відомості про потенційних клієнтів наших комерційних послуг, і партнерів у галузі безпеки» [230]. У цьому випадку привертає увагу

формулювання «потенційні клієнти». Адже всі користувачі є потенційними клієнтами, якщо привабити їхню увагу продукту, характеристики якого скомпоновані на узагальненні активності споживача упродовж користування мережею. Напевно з такого порядку речей і впливає один із елементів концепції споживацького суспільства. І тут постає замкнуте коло, у якому чим більше маємо, тим більше потребуємо.

Журналіст та автор популярного блогу «Технології, медіа і суспільство» А. Бродецький у відповідь на запитання інтерв'юера про локальну інформаційну обмеженість зауважує: «ніхто з нас добровільно не стає учасником інформаційної бульбашки, її навколо нас зробили, почали це робити тоді, коли Інтернет став персоналізованим» [175]. Саме прив'язування мережевої активності до конкретної людини зумовило увесь той спектр інформації, яка являє собою цифровий портрет користувача. «Якщо непрозорий для тебе алгоритм відбору інформації вирішує, що тобі показати, а ти купуєш, то фактично за тебе вирішують, що ти купиш» [175]. Отже, який відсоток свободи у діях такого споживача?

Чимало молодих людей зараз за основне джерело інформації мають одну або кілька популярних соціальних мереж. Якраз там опції вибору того, що на думку алгоритму буде кращим для користувача, працюють на всю потужність. «Бути у інформаційній бульбашці – означає бути інтелектуально заблокованим» [257]. У ці платформи зараз інтегровані механізми продажу товару, що дозволяють купувати не покидаючи сайт чи додаток. Під егідою «зручно» користувачі часто купують щось саме за інверсованою закономірністю, де пропозиція зумовлює попит. Проте є випадки, коли такому порядку речей свідомо опирається і сам бізнес. Наприклад, британському косметичному бренду Lush «набридло боротися з алгоритмами», вони почали активно зменшувати свою діяльність у соціальних мережах. «Ми не хочемо платити, щоб з'явитись у вашій стрічці новин... Ми хочемо, щоб «соціальне» було більше про пристрасть, і менше про лайки» (далі вподобайки) [175]. Це свідчить про нав'язливість алгоритмів у сучасному медіа-просторі. Нині саме

такі механізми безальтернативно «відповідальні» за транспортування інформації до ними ж скомпонованої цільової аудиторії. «Вподобайка» – це оціночне судження, що існує у межах «клікбейту» – кількості клацань (реакцій) на конкретну інформацію. Свого роду різновид маніпулювання громадською думкою. Адже за кількістю «вподобайок» і коментарів алгоритми «вирішують», наскільки актуальна інформація для конкретного користувача, зважаючи на його персональний цифровий портрет смаків, той самий користувацький бекграунд. До чого тут маніпуляції? «Вподобайки» можна «накрутити» за допомогою спеціалізованих програм. Коментарі – за допомогою ботів [11]. Звісно, головним є ціна питання, але для маніпуляторів ціль завжди виправдовує засоби. На виході можемо отримувати штучний резонанс довкола фейкових подій і за стадним інстинктом стати частиною аудиторії, яка сприйняла повідомлення як актуальне та потрібне іншим користувачам. Отже, на підставі даних теоретичних узагальнень за аналогією до сучасного тлумачення свободи у площині мас-медіа, можемо констатувати – обсяг підконтрольного та зрозумілого користувачу і є його свободою у площині мас-медіа.

Конституційні гарантії свободи та вплив цифрових технологій на них є дискусійним питанням для досліджень. Коли ми говоримо про державницький фундамент, що забезпечує права та свободи громадянам країни, маємо на увазі два режими його реалізації: демократичний і тоталітарний. Останньому притаманне стрімке обмеження і нівелювання поняття свободи, тому зупинимось на «владі народу» та її можливостях.

Давньогрецьке поняття демократії напряду узалежнювало питання свободи та його значимість для збереження такого режиму. Розглядаючи свободу Платон зауважував, що «надмірна свобода для держави обертається не на що інакше, як на надмірне рабство... З крайньої свободи виникає найбільше рабство» [77] – у нашому випадку Інтернет, який для одних є благом, а для інших чинником деградації особистості.

У Конституції України слова «свобода» та «свободи» згадуються 48 разів. «Розділ II. Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» починається зі Статті 21 яка проголошує, що «усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними». Це абсолютна гарантія вільного конституційного ладу по відношенню до людини. Важливим елементом цього розділу Конституції є положення, яке забезпечує довготривалість цих свобод. «При прийнятті нових законів, або внесенні змін до чинних законів, не допускається звуження змісту та обсягу існуючих прав і свобод» [76]. Це ніби є запорукою уникнення зловживань законодавством у подальшому. Але для розуміння того чи порушуються права та свободи конкретної людини, зокрема у мас-медіа, потрібно ідентифікувати межі цих прав.

Конституція України у «Розділі II. Права, свободи та обов'язки людини і громадянина» у питаннях свободи забезпечує:

Таблиця 3.2.2. Права та свободи забезпечені Конституцією [76]

- вільний розвиток своєї особистості;
- рівні конституційні права і свободи усім громадянам;
- іноземцям ті самі права і свободи;
- право на свободу та особисту недоторканність;
- свободу пересування, вільний вибір місця проживання;
- свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань;
- свободу світогляду і віросповідання;
- свободу об'єднання у політичні партії та громадські організації;
- свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності;
- конституційні права і свободи людини і громадянина не можуть бути обмежені, крім випадків, передбачених Конституцією України.

А як же це корелюється зі свободою в Інтернеті? За словами А. Бродецького, «це може бути дуже небезпечним для демократії, бо ця машина по генеруванню кліків, яку дає Фейсбук будь-кому, в кого є гроші, може стати інструментом у руках будь-кого». Заявлена соціальна мережа є лише конкретним прикладом того, як за допомогою сучасних технологій

можна втручатися у колективну та індивідуальну суспільну свідомість, тим самим грубо порушуючи наведені вище конституційні гарантії. В умовах діджиталізації «немає проблеми – де знайти інформацію? Є проблема – як її відфільтрувати?» [13]. Згідно з дослідженням «Індекс медіаграмотності українців» показують, що «майже половина українців мають нижчий за середній індекс медіаграмотності. Більшість із них ніколи не перевіряє повідомлення медіа на достовірність. Ще чверть українців вважають проблеми дезінформації, джинси та маніпуляцій в медіа неактуальними [59]. Такі різкі результати свідчать про загальний рівень притомності українського суспільства у питаннях медіаграмотності. Ця ситуація показує, що можливість проникнення маніпулятивних технологій у сьогодення не є примарною, адже результати цитованого дослідження демонструють придатний ґрунт для реалізації цифрового потенціалу з метою «управління» рішеннями, смаками, світоглядними орієнтирами, індивідуальними характеристиками людини.

Існують інші способи для контролю за поширенням певної інформації, а разом із нею й поглядів та власних суджень, наприклад спецслужби та їх обладнання. Експерт лабораторії цифрової безпеки А. Кушнір пояснює, що може відбуватися за допомогою здійснення такого контролю: ідеться про так звані «темні ящики», якими російські спецслужби зобов'язують інтернет-провайдерів обладнувати свої серверні. «Оскільки ці засоби призначені для блокування, вони можуть вносити зміни у трафік, блокувати, не давати змогу приєднатися, або, наприклад, суттєво сповільнювати... нібито це не є блокування, але по факту працювати з сайтом неможливо і ви відмовляєтеся від його використання» [85]. І це лише найпримітивніший приклад того, як під виглядом «забезпечення безпеки» можливо впливати на вільний доступ до інформації. Тобто, наприклад, один і той самий сайт може працювати в Україні, і не завантажуватись у Росії. Окрім цього подібним чином можна блокувати й конкретні публікації, таким чином змінюючи їхню актуальність для автоматизованих алгоритмів і безпосередньо впливати на донесення інформації до користувача. Такий алгоритм дій залежить від законодавства та

спеціалізованих урядових директив, адже спецслужби та інші організації, що здійснюють інформаційну політику, працюють від імені громадян.

У 2018 р. в Європейському Союзі вкотре переглянуто «питання захисту та обробки персональних даних, а також норм, що стосуються вільного переміщення персональних даних» [229]. Документ під назвою «Загальний регламент захисту даних» (GDPR) [229] включає в себе положення, що стосуються безпеки користувачів у мережі Інтернет. Контекстуально окремі з них окреслюють задані в дослідженні питання свободи вибору та свободи дій у мережі Інтернет. Зокрема зазначається, що нині «технології дозволяють (третім особам) користуватися персональними даними в безпрецедентних масштабах з метою реалізації своєї діяльності». Далі наголошується про питання персональних можливостей користувачів, мовляв вони «повинні мати контроль щодо власних персональних даних» і тому «необхідно зміцнити правову та практичну визначеність» цього питання для усіх, хто бере участь в масово-інформаційному процесі. У сфері обов'язків в Регламенті окрема увага акцентується на «законності і правомірності» при опрацюванні будь-яких персональних даних. Зокрема йдеться про максимальну прозорість при зборі та обробці даних. Фізичні особи, чиї персональні дані обробляються, «повинні бути обізнані про ризики, правила, гарантії та права» [229], що пов'язані з цим процесом. Крім того далі зазначається, що обробка повинна відбуватися лише з крайньої необхідності та в межах безпеки, а процес збереження має бути закінченим за допомогою автоматизованого видалення інформації. Безпосередньо про права й свободи у Регламенті згадується в контексті захисту та збереження їх фундаментальних засад. Адже з огляду на вплив технологій існують «істотні ризики» їх обмеження або нехтування. Документ містить чимало аспектів, що так чи інакше торкаються свободи вибору та свободи дій у мережі Інтернет.

У національному законодавстві, що межує із заявленою проблематикою, особливої уваги заслуговує «Доктрина інформаційної безпеки України» [38] від 25.02.17 р. Документ показує, що попередні висновки про імовірні

маніпуляції у мас-медіа є небезпідставними. У контексті війни РФ застосовує по відношенню до українців «технології впливу на свідомість, спрямовані на розпалювання національної і релігійної ворожнечі, пропаганду агресивної війни, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, або порушення суверенітету і територіальної цілісності України» [38]. Це означення є показовим, адже демонструє впливовість інформаційних технологій на різні сфери суспільного буття та ідентифікує предмет інформаційної війни. Усі зазначені в Доктрині загрози зумовлюють необхідність «інноваційних підходів до формування системи захисту та розвитку інформаційного простору в умовах глобалізації та вільного обігу інформації» [38]. Іншими словами, згадані у нашому дослідженні загрози впливу на свободу вибору та свободу дій українського суспільства, зокрема соціальне конструювання як їх сукупність, що здатна спричинити деформацію світогляду та побудувати довкола фізичної особи викривлену картину реальності за допомогою інформаційних вкраплень через мас-медіа – перекручених фактів, фейкових новин, маніпуляцій суспільною свідомістю тощо, потребують ідентифікації та превентивних заходів задля запобігання масової реалізації. У межах запобіжних і контрзаходів у Доктрині означаються кілька видів цільової комунікації – «стратегічна, урядова, кризова, стратегічний наратив». Кожна з них передбачає цілеспрямовану контрпропаганду. Доктрина «уточнює засади державної інформаційної політики у рамках протидії руйнівному інформаційному впливу з боку РФ» і при цьому не суперечить, а обороняє «принципи додержання прав і свобод». Серед актуальних загроз у Доктрині окреслюються «спеціальні інформаційні операції, що передбачають деморалізацію військ, провокації, дестабілізацію» [38] та інші способи спричинення хаосу в суспільстві. Отже, інформаційні загрози сьогодні є більше ніж реальними та потребують чітких протидій, про алгоритм яких йдеться у розділі «Пріоритети державної політики в інформаційній сфері». Отже, інформаційна безпека держави безпосередньо торкається питань забезпечення останньою прав і свобод людини та громадянина, шляхом

підтримування балансу та якості інформації у мас-медіа. Порушення професійних стандартів призводить до загроз впливу на свободу вибору та свободу дій користувача. Окрім різноманітних шахрайських схем існують повноцінні «спеціальні інформаційні операції», діяльність яких постає як сукупність способів впливу: через соціальні мережі, ботів, алгоритми, фейки, дезінформацію, перекручування фактів та інші компоненти пропаганди.

Резюмуючи, зауважуємо, що результати теоретичних узагальнень, які стосуються міжнародних, конституційних та інших законодавчих гарантій свободи наводять на висновки про ймовірність впливу цифрових технологій. На це впливають різні чинники: від можливостей сучасного обладнання, до законодавчо врегульованих рішень задля забезпечення «цифрової безпеки» суспільства. Будь-яка інформаційна діяльність у мас-медіа не повинна суперечити міжнародним та національним принципам, що забезпечують людей правами на свободу вибору, і впливати на свободу дій.

Етичний компонент питання свободи вибору та дій у площині національних мас-медіа полягає у деонтологічній модальності досліджуваного явища. Деонтологія, як розділ етики, що в межах дослідження розглядає стосунки між журналістом та аудиторією щодо належного сповідання фахівцем професійних стандартів, передбачає певну відповідальність журналіста за власну діяльність. Персоналізація зробила мережу Інтернет підконтрольною цифровим алгоритмам. Але водночас вона повинна зобов'язувати до тієї самої відповідальності за неправомірні дії.

У Таблиці 3.2.3 проаналізовано положення КЕУЖ, що номінально регламентують межі гуманного, дозволеного, та а/морального (неприйнятного / прийнятного) при здійсненні професійної інформаційної діяльності у медіа.

Окремі з положень – 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13 – безпосередньо межують із досліджуваною тематикою свободи вибору та свободи дій у рідчизні національних мас-медіа.

Таблиця 3.2.3. Положення КЕУЖ, дотичні до питання свободи вибору та свободи дій у мас-медіа [67].

№	Текст положення	Дотичність положення
1.	«Свобода слова та висловлювань є невід’ємною складовою діяльності журналіста»	Зловживання свободою слова та висловлювань суперечить цьому положенню.
2.	«Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста»	Заангажована журналістська діяльність націлена на маніпулювання суспільною думкою суперечить цьому положенню.
6.	«Повага до права громадськості на повну та об’єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов’язком журналіста»	Нехтування принципами забезпечення об’єктивності з метою переконання та маніпулювання суперечить цьому положенню.
7.	«Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією»	Рекламодавці виступаючи спонсорами медійного проекту інтегрують свої пропозиції у інформаційний продукт, щоб реклама набувала вигляду фактів.
8.	«Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинні фальсифікувати зміст»	Підбір світлин, відео- чи аудіо-ряду лише за контекстом матеріалу не відповідає журналістським стандартам, бо спотворює реальність, демонструючи уяву чи асоціації автора, але не відображає дійсність.
9.	«Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного»	Змішування суджень, фактів та припущень призводить до дезінформації аудиторії і суперечить цьому положенню.
10.	«Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об’єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано»	Вибірковість подання оцінюючих суджень, та імітація публічної дискусії порушує це положення.
11.	«Не допускається таке вибіркоче цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту»	Вибірковість інформації та її просування під певним кутом, ігноруючи інший, що суперечить обраній ідеології, є порушенням цього положення.
13.	«Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації»	Використання спеціального обладнання, або підставних джерел інформації, або тих, що здобувають її без згоди людини, суперечить цьому положенню.

У колонці «Дотичність положення» ідеться про його зв’язок із досліджуваними питаннями свободи вибору та свободи дій у площині мас-

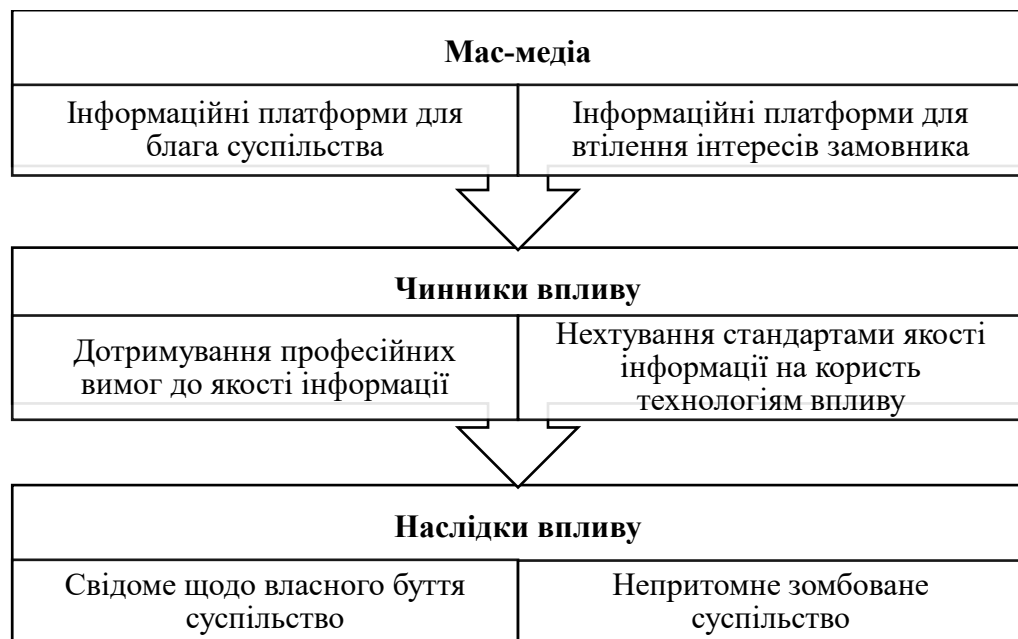
медіа. За результатами перегляду положень Кодексу майже половина (9 із 19 положень) виявилися безпосередньо пов'язаними з досліджуваною проблематикою. Це свідчить про стійкий зв'язок положень професійної етики з посяганням на свободу вибору та впливом на свободу дій споживачів інформації. Наразі мережа Інтернет розглядається як благо, що забезпечує безліч людей необхідною інформацією. Однак у межах інформаційних війн та інших інформаційних явищ, націлених на маніпулювання суспільною свідомістю, саме професійна етика виступає регулятором дій для фахівця. Претензії до розповсюдження неякісної інформації повинні адресуватися тим, чие ремесло передбачає служіння інтересам громадськості, а не власним чи комерційним. Їхня діяльність повинна бути взірцевою, та слугувати хорошим прикладом для інших інформаційних проєктів. А значить і реакція на систематичні порушення журналістами професійних стандартів повинна бути гучною та показовою.

Для прикладу, актуальна ситуація із припиненням прямиоефірного мовлення «проросійських телеканалів» «112 Україна», «NewsOne» та «Zik» на території України [187] наочно демонструє ставлення спільноти до зловживання свободою слова «професійними журналістами». З перелічених у Таблиці 3.2.3 паралелей положень та їх дотичністю до наступу на свободу вибору й впливу на свободу дій у продукції цих трьох телеканалів, хоча б у вибіркового порядку, не містилося лише сьоме (відокремлення реклами), і то, якщо не вважати рекламою політичний популізм. Окрім уповноважених органів [114] та їхніх представників [72], чотирнадцять громадських організацій, що протидіють дезінформації, у спільній заяві ідентифікували діяльність цих медійних платформ як такі, «виступають у ролі інструментів зовнішніх деструктивних операцій впливу, спрямованих на просування наративів пропаганди Кремля під маскою «місцевих» українських медіа» [167]. У цьому прикладі демонструється важливість та актуальність протидії деструктивному інформаційному впливу на свободу вибору та свободу дій. А також ілюструється запит громадськості на якісну професійну інформаційну

діяльність у мас-медіа й засудження її протилежності. Функціонування професійних принципів обумовлюється об'єктивними чинниками, що визначають суспільний добробут. Право на «повну та об'єктивну інформацію про факти та події» [167] є невід'ємним для формування власних рішень і свідомої оцінки дійсності. Маніпуляції інформацією у мас-медіа спричиняють наступ на свободу вибору, що зумовлює вплив на свободу дій.

За логікою процесів, що відбуваються за умов використання тих чи інших прийомів для поширення інформації, відбувається очікувана динаміка впливу інформації на реципієнта, що має власну тенденційність. На рис. 3.2.1 зображено умовні паралелі процесів інформаційного впливу та прогнозовані наслідки, до яких вони призводять.

Рисунок 3.2.1. Умови та наслідки розгортання процесів інформаційного впливу



У сучасних реаліях не існує таких чистих результатів закономірностей (окрім тоталітарних режимів), але інформаційний процес, що спрямований на конкретні наслідки, в ідеалі передбачає один із тенденційних результатів.

Також на рис. 3.2.1 розміщено дві абсолютизовані закономірності, мета яких – показати передумови, причини, наслідки двох типів діяльності інформаційних платформ. Умовно розподіляємо їх на дві категорії: «для блага суспільства» та «для втілення інтересів замовника». Для першої категорії характерні риси, які відповідають суспільним очікуванням та у масово-комунікаційному процесі розглядаються як інформаційне надбання (повнота новин, якісна аналітика, освітні чи соціальні проекти тощо), яке забезпечує споживачеві свідоме розуміння об’єктивної дійсності. До другої відносимо чинники, що цілеспрямовано перешкоджають свободі вибору з метою впливу на свободу дій (вибіркові новини, популізм, обговорення суспільно важливих питань із фейковими експертами, неправдиві матеріали, джінса тощо). Один із найефективніших способів маніпуляцій суспільною думкою – змішування брехні з правдою, саме такі інформаційні матеріали часто побутують у мережі Інтернет. Для уникнення впливу такого контенту споживачам інформації слід відрізнити професійну інформаційну діяльність та пропагандистську. Попри те, що в кожного є можливість вільно продукувати інформацію для широкого загалу, але визначальною при її оцінці повинна бути відповідність критеріям якості, а не алгоритмізована популярність чи інтерактивність подання. Звісно, кожен має право споживати те, що йому до вподоби, однак лише за умови чіткого усвідомлення, як саме інформація впливає на індивідуальну й колективну свідомість та знання.

Свобода вибору та свобода дій у площині національних мас-медіа узалежнюється низкою чинників. Один із них – механізм функціонування цього явища, що постає з намагання людини контролювати власний розум. При цьому *обсяг зрозумілого чи усвідомленого індивідом*, за аналогією до тези, що «наша свідомість – це знання», і є *площиною його свободи волі*. Розуміння фізичною особою тих чи інших речей залежить від отриманої інформації та її усвідомлення. Цифрове століття за допомогою технологічних складових через мас-медіа фонтанує широкими потоками інформації. Однак у межах цього явища виникають тенденції, здатні суттєво впливати на його перебіг. Наразі

аксіома, за якою попит зумовлює пропозицію, інверсувалася, адже *завдяки маніпулятивним впливовостям мас-медіа тепер пропозиція здатна зумовити попит*. Це явище породжує запитання про те, *наскільки такий вибір є вільним та свідомим*. Унаслідок користування цифровою мережею у споживача присутні певні свідомі та несвідомі дії, що в подальшому мають свої причинно-наслідкові зв'язки. *Цифрові алгоритми збору й обробки інформації на основі персональних відомостей, що збирається про користувача під час кожного сеансу в мережі Інтернет, «вирішують», яку інформацію надавати окремому користувачеві у відповідь на пошукові запити*. Вплив цифрових технологій на конституційні гарантії потребує подальших досліджень.

Етичний компонент питання свободи вибору та дій у площині національної медіа-системи, полягає в деонтологічній модальності досліджуваного явища, тобто у персональній відповідальності поширювача інформації, а перш за все відповідальності журналіста, як професійного інформатора. Крім того, майже половина положень Кодексу етики українського журналіста – 9 із 19 – виявилися безпосередньо пов'язаними з проблематикою свободу вибору та впливу на свободу дій. Це свідчить про стійкий зв'язок положень професійної етики із захистом від посягань на свободу вибору та впливом на свободу дій споживачів інформації.

Отже, внаслідок можливого цілеспрямованого технологічного втручання виникають адаптовані до сучасності поняття контрольованої «свободи вибору», яка безпосередньо впливає на «свободу дій», відтак обмежує відому нам індивідуальну «свободу» в існуючій світоглядній площині. Явище наступу на свободу вибору та внаслідок цього впливу на свободу дій можливе завдяки інформаційним платформам, що працюють для втілення інтересів замовника, а не громадських. Така діяльність передбачає нехтування стандартами якості інформації на користь технологіям впливу, що перешкоджає втіленню права громадськості на збалансовану, повну, точну та об'єктивну інформацію про факти та події, що відображають дійсність.

3.3. Тенденції до підвищення рівня медіаграмотності та збільшення запитів на якісну інформацію

Досліджуючи деонтологічну проблематику сучасної журналістики, зокрема питання належного сповідування журналістами професійних стандартів, важливим є виокремлення актуальних тенденцій, спрямованих на поліпшення національного інформаційного середовища. Фактично результатом належної діяльності журналіста і є якість його матеріалів, котра визначається за відповідністю до професійних стандартів.

Розглядаючи парадигму впливу інформації на суспільне життя, імовірними стають висновки про закономірний порядок, згідно з яким, враховуючи, що свідомість – це знання у вигляді інформації, яка надходить зовні, результатом глобального інформаційного обміну є суспільство як продукт спілкування, і мас-медіа посідають тут ключову роль, адже вони шляхом інтеграції знань у суспільну свідомість впливають на буття. Таким чином, у філософській площині розгляду цього питання узагальнюємо – від якості інформації залежить і якість буття.

Вивчаючи суспільні реакції як збільшення запитів на якісну інформацію, у період із 28.01.2020 по 28.01.2021 рр. науковим колективом у складі Б. Синчака, Ю. Єлісовенка та М. Нагорняка проведено анкетування по з'ясуванню ставлення реципієнтів до української телерадіоаналітики. Загальна вибірка респондентів становить 1117 осіб. У контексті цього дослідження нас цікавить лише професійна етика (в Анкеті це запитання під номерами 007, 011, 015, 016, у дисертаційній роботі вони мають хронологічну послідовність – 1, 2, 3, 4, 5). Важливість розгляду етичної компоненти обумовлюється її дотичністю до деонтологічної проблеми, адже остання є розділом етики, як науки про стосунки між людьми. У професійному аспекті деонтологія виступає відгалуженням етики, що досліджує питання стосунків журналіста й аудиторії у контексті належного сповідування ним професійних норм.

Підготовка дослідження та робота над відповідями респондентів передбачала використання методів «спостереження, вивчення документів, контент-аналізу, анкетування, інтерв'ювання. Також виконання задекларованих завдань уможливили застосування методів аналізу, синтезу, індукції, дедукції, традукції, абстрагування й ін. Після закінчення анкетування використовувалися методи математичної обробки статистичних даних та дескриптивний метод представлення результатів дослідження» [259]. Окрім цього, особливістю проведення анкетування є «хаотичність» постановки питань, котра впроваджена з метою отримання чесних відповідей. Цей прийом використовується задля уникнення так званої підштовхувальної логіки, коли для респондента кожне наступне запитання є доповненням попереднього.

На рис. 3.3.1 показано відповіді на перше запитання, що стосується етики. Результати демонструють рівень розуміння респондентами важливості дотримання етики. Ствердно (так, важливо) відповіли 88,3 % опитаних. Ні (не важливо) – 4,4 %. Важко відповісти – 6,7 % респондентів. Це свідчить про загальний високий рівень розуміння опитуваними важливості етики.

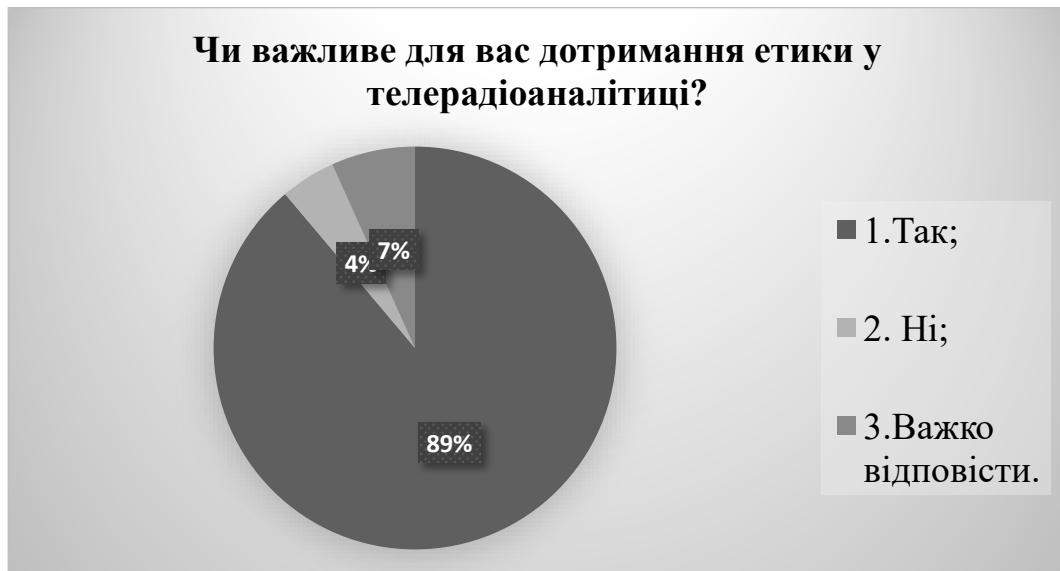


Рисунок 3.3.1. Важливість дотримання етики

На рис. 3.3.2 – відповіді на запитання щодо розуміння респондентами сутності етики, як такої. Точне і правильне розуміння виявили – 84,7 % опитаних: вони вважають сутністю етики стосунки між людьми. Не

визначилися з відповіддю 4,2 %, решта респондентів виявилися такими, що не розуміють сутності етики – 11,1 %. Це свідчить, що загалом респонденти є свідомими щодо того, у чому полягає значення етики.

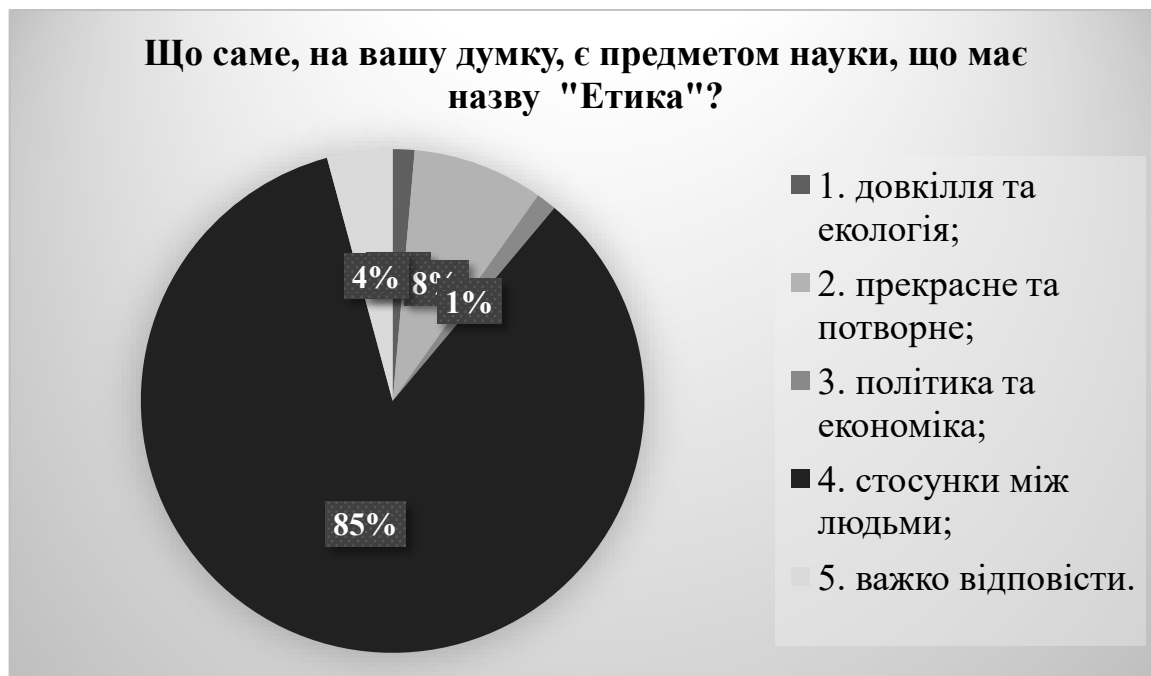


Рисунок 3.3.2. Сутність етики

Зображені результати опитування на рис 3.3.3 демонструють розуміння респондентами сутності професійної журналістської етики. Не помилились у виборі варіанту відповіді ті, хто вважає журналістську етику професійним кодексом правил поведінки – 92,2 % опитаних. Важко відповісти виявилось для 5,1 %. Решта респондентів, а це 2,7 %, не розуміють сутності професійної етики журналіста. Такі результати лише на перший погляд здаються дещо штучними. Проте слід врахувати, що в опитуванні брали участь студенти та випускники спеціальності журналістика, журналісти-практики, викладачі журналістських факультетів і кафедр, а також представники інших професій і спеціальностей. Важливим елементом цього запитання є те, що від розуміння аудиторією природи явища залежать її очікування та емоції як реакція на поведінку журналіста. Тому для встановлення правильної логіки у регулюванні процесу професійності журналістської діяльності надзвичайно

важливим є запит самої аудиторії. Протягом тривалого часу механізм саморегулювання етичних питань всередині професії працював не надто ефективно. Однак останнім часом спостерігаємо позитивну динаміку у вигляді реальних запитів громадськості на виправлення порушень професійних стандартів. Результати такої взаємодії є на офіційному сайті Комісії з журналістської етики у розділі «Скарги та рішення» [73].



Рисунок 3.3.3. Сутність професійної етики

Наступним кроком для встановлення розуміння аудиторією основних професійних етичних парадигм є запитання про наявність порушень етики в національному медіапросторі. На рис. 3.3.4 відображені відповіді на нього.



Рисунок 3.3.4. Помітність порушень професійної етики

Результати демонструють, що порушення помічали 63,9 %, не помічали – 11 % опитаних. Не змогли відповісти 25,1 % респондентів. Позитивні відповіді більшої частини опитаних свідчать, що очевидно певна тенденція у систематичних порушеннях мусить бути. Категорію «важко відповісти» можемо зарахувати до числа тих, котрі не до кінця розуміють суті порушень.

Для предметності останнього запитання було поставлене ще одне, відкрите, де кожен міг відповісти, які ж саме порушення професійної етики траплялися саме йому, і в чому вони полягали. Відповіді на відкрите запитання містять низку ключових слів, що фігурують серед помічених респондентами порушень: *перекручування, викривлення, маніпуляції, неперевіреність, упередженість, неточність, «виривання» з контексту, підтасовка фактів; хамство, недотримання балансу думок, неадекватна поведінка, нахабність, односторонність, замовні коментарі, агресивні питання, перебивання учасника, відсутність можливості висловити думку, спотворення подій, проплаченість; проросійськість, перехід на особисте, перебільшення та оціночні судження, брехня, маніпулювання суспільною думкою, переслідування*

інтересів власника каналу/політика, бездоказові звинувачення опонентів, прийом 2-х дзвінків, а відповідь лише на 1; заангажованість, необ'єктивність, упередженість, втручання в особисте життя, грубість, прихильність до окремих персон, недотримання регламенту, однобоке висвітлення теми, неповага до опонентів, підстава колег, приниження загальнолюдських етичних цінностей, невміння чути опонентів, некомпетентність, «джинса» (замовні матеріали), перебивання, суб'єктивізм, відсутність поваги до думки протилежної сторони, емоційно-маніпулятивна подача інформації, наклеп, некоректні запитання, підставні учасники, образа, менторська поведінка, недопустимі висловлювання, вживання лайки, використання темників власниками каналів, тенденційна надмірна емоційність, зверхність та цькування, невідповідність рівня експерта поставленим запитанням, приставання до людей, порушення норм моралі, змішування фактів з рекламою, провокуючі запитання, використання заборонених прийомів у риторичі, зокрема демагогії, поспішні та необґрунтовані висновки, наслідування стереотипів, популізм... тощо. Наведені в анкетах приклади дійсно вказують на порушення професійної етики, що свідчить про наявність у значної частки респондентів навичок ідентифікації різних проявів недотримання журналістом професійних етичних норм. Ці ключові слова збігаються з виокремленими в попередньому розділі проблемами та дилемами, котрі проявляються у контексті верифікації фактів, виправлення неправдивої інформації та соціальної журналістики.

Аналіз результатів анкетування щодо етичної проблематики свідчать про високий рівень розуміння опитуваними сутності загальної та професійної етики. Це своєю чергою зумовлює й відповідне принципове ставлення респондентів до фактів порушення етичних норм з боку журналістів. Наведений список різного роду помічених порушень етики містить низку найтипівіших, пов'язаних із професійною діяльністю журналістів. Все це вказує на несприйняття респондентами порушень етичних норм, з одного боку, та їхнє бажання жити у високоморальному українському суспільстві – з

іншого. Той факт, що громадськість знає і помічає професійну некомпетентність є прямо-пропорційним чинником впливу на статус довіри та поваги до журналістів і самих мас-медій.

Ще одним компонентом у дослідженні тенденцій до підвищення медіаграмотності вважаємо розгляд загального стану цієї проблеми в Україні. Проблема розглядається крізь призму збільшення запитів на якісну інформацію, як відображення суспільних реакцій на її антипода, – недостовірну. У межах проблеми належного сповідання журналістами професійних норм, проводяться паралелі між журналістським обов'язком відтворювати об'єктивну дійсність і мас-медійними тенденціями до заповнення інформаційного простору фейками, неперевіреними фактами, фантазіями тощо. Обґрунтування елементів, що взаємодіють у межах окресленої проблематики, і є вихідним орієнтиром дослідження. Тут характеризуються аспекти медіаграмотності як всесвітньо-актуального явища, особливості його розповсюдження в Україні, ролі та місця журналістики у цьому процесі, запити та реакції самої аудиторії, а також сумлінне, з боку журналістів, забезпечення достовірною інформацією. Актуальна характеристика явища розвиненості медіаграмотності в Україні дозволить предметніше оцінювати ситуацію із загальною суспільною притомністю щодо необхідності інформаційної гігієни.

Питання медіаграмотності в Україні особливої актуальності набуло разом із суспільним резонансом щодо протидії інформаційній війні після подій Революції гідності 2014 р. Однак у світовій медіа-сфері його предметний розгляд триває вже давно. Основна суперечливість цього явища полягає у тому, що «одні з найвиразніших ознак демократії – свобода слова та волевиявлення – в епоху цифровізації стали й одними з найбільших вразливих місць демократичних суспільств» [192]. Пригадаємо слова Платона про те, що надмірна свобода для держави неодмінно призведе до рабства – так виникає тиранія. При цьому сам він критикував тоталітаризм, а отже така думка не є запереченням демократії [153, с. 4]. У загальному значенні в цих

рядках йдеться про те, що в руках зловмисників увесь той технологічно-інформаційний потенціал, котрим володіє сучасний світ, може з допомогою маніпуляцій поневолити його. Показовим у цьому контексті є аналогія відомого зарубіжного класика теорії масової комунікації М. Маклюєна. За його словами, Архімедів принцип точки опори та важеля сьогодні звучав би з вуст давньогрецького мислителя щодо сучасних електронних засобів комунікації так – «я обіпруся на ваші вуха, нерви, очі і мозок, і світ буде крутитися у будь-якому темпі чи шаблоні, який я оберу. У нас є зразки такого явища, вони в оренді у приватних корпорацій» [240, с. 81]. Фактично йдеться про цифрові мережі, підпорядковані монопольним структурам, котрі ймовірно здатні задавати тренди, формувати смаки тощо, і робити це виходячи з власних, а не громадських інтересів. Пригадаємо інверсовану нині формулу капіталізму, за якою завдяки мас-медіа пропозиція здатна зумовлювати попит.

Концепції існування суспільного устрою у вигляді споживацького суспільства навчили сучасну цивілізацію потребувати взірців та наслідувати їхній спосіб життя. Не дивно, що цим нині користується конвеєр індустрії, котрий дозволяє споживачам бути схожими на своїх кумирів. Згідно з підходами А. Сміта, «наша схильність захоплюватися багатими і знатними людьми а відтак наслідувати їх, дала можливість вигадати і підтримувати так звану моду: одяг їхній є модним одягом, таким же чином їхні розмови, висловлювання, манери, вчинки, спосіб життя, вади й дурості їхні є модними, і майже кожна людина вважає за честь наслідувати навіть таким якостям, які ганьблять їх» [162, с. 80]. Це свідчить про штучність значної частини усталених тенденцій суспільних смаків. Найвагомим фактором, що дійсно може вплинути на ситуацію, є інформаційна притомність суспільства. При цьому вона тісно пов'язана з журналістською етикою щонайменше в питаннях якості інформації [236]. З огляду на це доцільним є розгляд тенденцій до підвищення медіаграмотності в контексті суспільних реакцій на збільшення запитів на якісну інформацію. Широке коло охарактеризованих небезпек, до числа яких входять інформаційна війна, комерційні інтереси третіх сторін, та

інші чинники, свідчать про те, що конче необхідний контроль за споживанням масової інформації. Дослідження ролі журналістики в процесі налагодження та становлення інформаційної гігієни, як професійного спрямування, що перебуває в епіцентрі подій, дозволить цілісніше оцінювати ситуацію.

В Україні явище медіаграмотності досліджували В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська, І. Солдатенко, А. Зінюк, О. Шкоба, А. Лебідь, Ю. Казаков, С. Бойко, Р. Бабій, Т. Гранчак, О. Литвиненко та ін. Зазначені автори у своїх працях переважно зосереджують увагу на питаннях медіаосвіти та медіаграмотності, визначенні їх термінології, медіаграмотності серед молоді, сучасних фахівців, та як складову інформаційної і психологічної безпеки. Також розглядається медіаграмотність громадян у контексті інформаційних воєн. Наприклад, у праці «Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд», описуючи зарубіжні концепції та методики викладання медіаосвіти автори зазначають, що у світі «впровадження медіаосвіти розглядалось не лише як частина суто освітньої політики, а як частина основних прав громадян на свободу висловлювання і права на інформацію, як один із вагомих інструментів підтримки демократії» [54, с. 28]. Це свідчить про те, що заявлена проблематика є значно глибшою, ніж просто навчальний процес. Вона стоїть поряд із конституційним забезпеченням основоположних прав і свобод, що стосуються інформаційного впливу. В. Іванов та О. Шкоба зауважують – у цивілізованому світі «сталою є думка, що медіаосвіта має тривати все життя людини» [55, с. 58]. Ця теза також торкається важливого питання щодо уникнення зарозумілості серед осіб, котрі вже здобули освіту і вважають, що набутих знань та навичок із них вистачить. Ю. Казаков зазначає, що «процес формування професійної культури майбутнього фахівця має враховувати значущість такого компонента як медіаграмотність, яку можна розглядати як передумову становлення та розвитку метапредметних професійних знань та навичок» [62, с. 82]. Тут ідеться про важливість оволодіння медіаграмотністю не лише у профільних спеціальностях, а й тими, хто за професійним спрямуванням не дотичний до мас-медіа чи соціальних

комунікацій. Міркуючи про роль ЗМК у процесі здійснення інформаційних діяльності в умовах російсько-української війни О. Литвиненко зазначає, що мас-медіа «мають дотримуватися стандартів подачі інформації, й забезпечити розповсюдження винятково правдивих і повних повідомлень», а громадськість у свою чергу ставати медіаграмотнішою [89, с. 262]. Це свідчить про тісний зв'язок ЗМІ з аудиторією та про необхідність єдиної коаліції для протидії деструктивній дезінформації. Однак у працях перелічених авторів не дається вичерпне означення тенденційності явища в цілому.

В умовах стрімких змін та державного курсу на поліпшення інформаційної ситуації в Україні моніторинг поточних тенденцій у контексті питань, пов'язаних із медіаграмотністю, є особливо актуальним.

У зв'язку із суспільним резонансом довкола проблемного питання медіаграмотності у 2016 р. Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення ГО «Детектор медіа» проведено соціологічне дослідження про те, «як громадяни оцінюють вплив медіа, та чи вважають за необхідне навчання медіаграмотності». Громадян України запитали про основні кути, що у національних реаліях межують із питанням медіаграмотності. Одним із ключових та показових у контексті дослідження є теза про необхідність запровадження відповідного навчання, на що «45 % громадян відповіли, що курс має бути запроваджений у школах, 40 % вважають, що він необхідний у вишах» [194]. Це свідчить про позитивну динаміку збільшення запитів на якісну інформацію та є висхідною точкою дослідження тенденційності явища медіаграмотності в Україні. Передумовою формування певної законсервованості нашого суспільства є його минуле. Для країн, вихідців із тоталітарного режиму, характерною є певна закономірність, де цілому поколінню було прищеплено стереотип довіри до телеекрану чи газети, як до істини в останній інстанції. Однак стрімка індустріалізація та мас-медійні технології тепер зіграли з ними злий жарт, адже зараз вважається, що населення старшого віку перебуває в групі ризику засвоєння пропаганди. Наприклад, опитування в Литовській республіці 2016 р. показало, що «45,8 %

населення віком від 46 років і старше, як правило, погоджуються з тим, що «в СРСР життя було кращим, ніж сьогодні в Литві» [60]. Подібна ситуація і в інших сусідніх країнах. Такі дані є наслідками дії зовнішньої пропаганди на території пострадянського простору. Як характеристика такої ситуації можна прийняти слова В. Дудка: «Найбільш складним та часовитратним, проте достатньо ефективним методом протидії інформаційній війні, є підвищення у суспільства аналітичних здібностей, навчання методам критичного аналізу повідомлень, забезпечення від інформаційних диверсій» [41].

У таблиці 3.3.1 – перелік основних проєктів із медіаграмотності, що реалізуються в Україні. Тут зосереджено основні програми, що є доступними нині і проводилися в Україні у період з 2016 р. дотепер.

Таблиця 3.3.1. Основні проєкти з медіаграмотності, що реалізуються в Україні [36] [52]

№	Назва	Обґрунтування
Онлайн-курси		
1.	Медіаграмотність для громадян	Програма курсу націлена на широку аудиторію, передбачає вивчення загальних основ медіаграмотності. Розроблена у міжнародною платформою «IREX у партнерстві з АУП та StopFake, за підтримки Глобального фонду миру та безпеки (START, DFATD Canada)» [97].
2.	Новинна грамотність	Курс, котрий позиціонує своє цільове призначення, як «поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту». Проєкт втілено «за підтримки Internews Network (Каліфорнія)» [115].
3.	Верифікація в Інтернеті	Російськомовний курс широкого цільового спрямування, що має на меті навчити «самостійно розпізнавати фейки та неправдиву інформацію в Інтернеті». Розроблений ВУМ – освітньою ініціативою яка «сприяє розвитку громадянського суспільства в Україні» [17].
4.	Як розуміти соціальні мережі. Курс для журналістів	Ще один російськомовний курс від ВУМ, що покликаний навчити «ефективній роботі у соціальних мережах», зокрема «спілкуватись із користувачами їхньою мовою, мовою Інтернету, мемів, візуальних образів та якісного контенту» [209]. Курс про розуміння СМ та функціоналу інтерактивності в них.

Продовження таблиці 3.3.1.

№	Назва	Обґрунтування
5.	Media IQ	«Це комплексний інформаційно-освітній онлайн-проект з розвитку медіаграмотності». Програма курсу націлена на розвиток критичного мислення, інформаційної грамотності, цифрової грамотності. Цільова аудиторія курсу молоді люди, котрі прагнуть розвивати критичне мислення. Працює за підтримки громадської організації «ПроМедіа» [241].
6.	Наука повсякденного мислення	Ще один курс для розвитку критичного мислення, із цільовим спрямуванням на вивчення принципів роботи мозку, зокрема сприйняття ним інформації. Та інтеграції науки у повсякденність. За підтримки БФ «Фонд Випусників України» у партнерстві з «Прометеус» [111].
7.	Медіадрайвер	Новий формат у контексті презентування курсів з медіаграмотності. «Це мультимедійний онлайн-посібник», у якому в різних формах подається навчальна інформація для «розуміння природи медіа» [98].
8.	Very Verified. Онлайн-курс з медіаграмотності	Найоптимальніший на думку автора курс, котрий налічує в собі теоретичні та практичні кейси, що стосуються вітчизняних медійних реалій. Охоплює теми від основ медіа грамотності, до набуття елементів професійних журналістських навичок. Єдиний з поміж перелічених, предметно говорить про олігархічну медіа власність, та її вплив на громадську думку. Розроблений міжнародними освітніми платформами IREX та EDERA, за підтримки Посольства США, Посольства Великої Британії, та Міністерства освіти і науки України [258].

Ми абсолютно свідомі, що є низка схожих програм, котрі не ввійшли до таблиці. Однак основними характеристиками для такого роду просування медіаграмотності є інтерактивність, мультимедійність, сутнісність, масовість охоплення аудиторії, за якими й було відібрано цей перелік. Метою проектів є безкоштовне навчання населення задля розвитку його критичного мислення та інформаційної грамотності. Чимало з наведених ініціатив підтримуються західними партнерами.

Окрім цього протягом означеного періоду видано низку посібників, що можуть стати в нагоді під час предметного вивчення питання

медіаграмотності. Такі ініціативи корисні з огляду на сутнісний аспект цього формату інформації. У таблиці 3.3.2 подано перелік основної навчальної літератури за вказаною проблематикою.

Таблиця 3.3.2. Основні посібники з медіаграмотності, що реалізуються в Україні [52]

№	Назва	Обґрунтування
1.	Медіа Драйвер	Онлайн-посібник не зовсім традиційного формату, у якому одночасно поєднані елементи онлайн-курсу та посібника.
2.	Информационный обман. Как не попасть впросак?	Коротенький онлайн-посібник про те, як уникати інформаційного обману. Розроблений Інтерньюз-Україна.
3.	Як розпізнати фейк?	Скоріше інформаційний стенд на кшталт плакатів з пожежною безпекою. Однак, не зважаючи на невеликий обсяг, дає корисну інформацію щодо основних нюансів справи.
4.	Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві	Розробці книжки передувала «виставка плакатів художників з клубу ілюстраторів Pictoric на бульварі Вацлава Гавела у вересні 2017 року». Тепер там зібрано і поєднано ці роботи «з текстами журналістів, фахові висловлювання яких розкривають тему медіаграмотності» [37].
5.	Медіакомпас: путівник професійного журналіста	Перший із поданого списку практичний комплексний посібник від ІМІ. Це видання спеціалізовано під журналістську діяльність, що є не мало важливим елементом, адже від професійності журналістів залежить стан інформаційного середовища.
7.	Збірники статей учасників міжнародної науково-методичної конференції з медіаосвіти та медіаграмотності	До цього пункту входить перелік зі збірників матеріалів науково-практичних конференцій за темами медіаосвіти та медіаграмотності. Основним чином просуванням таких наукових пошуків займаються Академія української преси та Центр вільної преси.
8.	Медіаграмотність для бібліотекарів: практичний посібник.	Одне з найсвіжіших видань від АУП, що датується 2021 р. Призначене для фахового бібліотечного спрямування. Однак інформація з посібника може бути корисною усім, хто працює з масивами даних та бібліографії.

Продовження таблиці 3.3.2.

№	Назва	Обґрунтування
9.	Медіаосвіта в школі та на уроці: Основи і приклади	Цільовий посібник для вчителів, котрі проводять навчання з медіаграмотності.
10.	Будь у тренді: МІГ в online!	Практичний посібник, що всебічно розкриває актуальне становище з вивченням медіаграмотності в Україні та світі.
11.	Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд	Своєрідний інформаційний зріз, щодо питань медіаграмотності та медіаосвіти у Австрії, Великобританії, Німеччині, США, Фінляндії, та Франції.
12.	Посібник з верифікації	Практичний посібник, у якому подано інструменти протидії недостовірній інформації, та змодельовано ситуації, у яких задіюється верифікація фактів.
13.	Медіаграмотність, як інструмент активного освоєння комунікаційних середовищ	«Пакет дидактичних матеріалів», свого роду пошуковик джерел пов'язаних із питаннями медіаграмотності датований 2016 р. До переліку входять Закони України, новинні ресурси, посібники, монографії, навчальні програми, презентації, конспекти занять, та статті за проблемною тематикою.

Перелік навчальних посібників є орієнтовним, але й він показує, що такого типу література представлена у різних видах та інтерпретаціях. Тож говорити, що чогось бракує, не доводиться. При чому бачимо приклади російськомовних матеріалів для української аудиторії. Отже, література за проблемною тематикою теж представлена у достатньому цільовому охопленні.

Далі йдемо до навчальних програм та методичних розробок із медіаграмотності. Такий комплекс матеріалів відображає загальне забезпечення навчальних спрямувань і підходів до поліпшення інформаційного сприйняття в Україні. У таблиці 3.3.3 подано основну бібліографію за визначеним спрямуванням.

Таблиця 3.3.3. Основні навчальні програми та методичні розробки з медіаграмотності, що реалізуються в Україні [52]

№	Назва
1.	Навчальна програма «Сходинки до медіаграмотності» для 2–4 класів;
2.	Навчальна програма з основ медіаграмотності для 8–9 класів;
3.	Навчальна програма з основ медіаграмотності для 10–11 класів;
4.	Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)», для студентів вищих навчальних педагогічних закладів, педагогічних та науково-педагогічних працівників;
5.	Навчальна програма «Медіаграмотність у запитаннях та відповідях» для вищих навчальних закладів;
6.	Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)», для слухачів курсів підвищення кваліфікації, для педагогічних і науково-педагогічних працівників.

Цей перелік також не є вичерпним з огляду на різноманітність форм і способів проведення навчання у закладах різної категорії й типу. Однак його орієнтованість ілюструє всебічність підходу до розроблення проблематики. Загальні програми розроблені як путівники, котрі кожен вчитель чи викладач може інтерпретувати, доповнювати, вдосконалювати з огляду на власну професійність і загальний підхід до справи. Навчальні програми та методичні розробки повинні інтегруватись у навчальний процес ще зі школи та закріплювати набуті знання вже у закладах вищої чи передвищої освіти.



Рисунок 3.3.5. Індекс медіаграмотності за грудень 2020 – січень 2021 р. [91]

Проведене у 2021 році дослідження від «Детектор медіа» показує динаміку нинішнього становища щодо результатів роботи із громадськістю у контексті набуття інформаційної притомності. На рис. 3.3.5 показано його результати, що межують із проблематикою дослідження.

Фактично в цифрах бачимо, що «у 15 % українців рівень медіаграмотності є низьким, натомість у 33 % – нижчим за середній, 44 % мають показники вище за середній, 8 % – високий» [91]. Це свідчить про певні успіхи у просуванні навчальних матеріалів, адже майже половина опитаних продемонстрували рівень вищий від середнього. Така ситуація дозволяє говорити про позитивну динаміку просування процесу. Однак українцям ще є над чим працювати. І поглиблення роботи у царині поліпшення медіаграмотності в майбутньому дасть прекрасні результати. Сучасний опір ворожим наративам наочно демонструє як плюси, так і мінуси стану медіаграмотності населення України.

Основними питаннями в контексті поширення медіаграмотності є поступовість заровадження, підготовка вчителів, інтеграція елементів критичного мислення у різні дисципліни, координація серед держструктур, активність третього сектору, розвиток елітарної медіаграмотності (влада, ЗМІ, інтелігенція), участь великих медіа у процесі, орієнтованість навчального контенту на різні покоління [208]. Тут ідеться про процеси, котрі за своїм характером є взаємодоповнюваними і лише в сукупності можуть дати потрібний ефект. А загалом результати впровадження медіаграмотності могли б бути кращими, якби всі учасники процесу належним чином виконували свою роль. Фактично ЗМІ повинні задавати тон у цьому питанні, адже воно стосується безпосередньо медійного простору. Показовим прикладом належного підходу до просування вирішення питання є спеціалізовані проєкти «Доступ до правди», «Stopfake.org», «Слово і діло», «Без брехні», «Reporter's Lab». Також до медіа, котрі предметно підтримують такі ініціативи, варто віднести «Детектор медіа», «Медіа сапієнтс», «Українську правду», «BBC News Україна», «Українську літературну газету», «Liga.net»,

«Громадське радіо», «Радіо Свобода», «Радіо НВ»; а також матеріали ГО «Інститут масової інформації», «Texty.org.ua» та ін.

Як бачимо, у цьому переліку щонайменше не вистачає найпопулярніших телеканалів та низки топових видань. Це не означає, що зі свого боку вони не вітають програми з медіаграмотності. Однак впровадження таких проєктів не є їхнім пріоритетом. Формалізованість у підході до здійснення такого роду діяльності напевне шкодить процесу більше, ніж бездіяльність. «Ми живемо в епоху, коли маркування чогось «фальшивого» стає синонімом політичних незручностей. Тепер, як ніколи, людям потрібен доступ до високоякісної інформації та здатність розпізнавати її, коли вони її бачать» [234], – наголосила Ніна Янкович. Тож подолання означеної проблеми не може закінчитися так швидко, як того б хотілося. Це тривалий шлях, що вимагає колективної діяльності багатьох організацій, установ, Спілок, громадських об'єднань, та всіх хто дотичний до проблеми медіаграмотності.

Отже, в Україні динаміку на вдосконалення якісного сприйняття медійного середовища розпочато ще в 2009 р. у вигляді інтеграції відповідних програм у шкільний навчальний процес. Однак основною точкою відліку вважаємо 2014 р., коли шквал дезінформації по-справжньому заповнив національний медіапростір. Відтоді тенденційним є просування низки проєктів із медіаграмотності, продукування посібників, підготовка навчальних програм і методичних розробок тощо. Ці кроки дозволяють усебічно підходити до реалізації програм, спрямованих на медіаосвіту населення. Результати актуального дослідження у вигляді індексу медіаграмотності показують, що певних результатів вже досягнуто, але працювати ще є над чим. Основними факторами у цьому процесі є бажання самої громадськості розвивати власне критичне мислення та бути інформаційно свідомим суспільством. Сюди додається якісна робота журналістів, фактчекерів, вчителів і викладачів, а також міністерств і громадських організацій, що опікуються питаннями інформаційної грамотності населення.

Висновки до розділу 3

По-перше, серед аспектів, що впливають на належне сповідування журналістами професійних норм, виділено олігархізацію та офшоризацію як проблеми прозорості медіаринку. У процесі дослідження з'ясовано, що вплив олігархізації (комерційні структури власності) та офшоризації (непрозорі фінансові маніпуляції) обумовлюється низкою чинників. Так, аналіз власників українських телеканалів показує, що серед найпопулярніших національних телемовників майже всіма володіють олігархи. Схожа ситуація і щодо встановлення олігархічної власності українських радіостанцій та інтернет-ЗМІ. Такі наслідки можуть свідчити про монополізацію національного медіаринку, що негативно впливає на демократичні засади журналістики в цілому. Чотири категорії для розуміння офшорів дають змогу зрозуміти, що фінансові айсберги теж є проблемою прозорості українського медіаринку.

По-друге, ще однією проблемою, котра впливає на належне сповідування журналістами професійних норм, є питання свободи вибору та свобода дій. Нами вивчено і з'ясовано стан, критерії, новітні форми свободи вибору та свободи дій для учасників комунікаційного процесу у площині національних мас-медіа. За результатами дослідження приходимо до висновків, що обсяг підконтрольного (зрозумілого / усвідомленого) нам і є свободою волі. Однак існують чинники, котрі можуть на неї суттєво впливати, зумовлюючи вибір користувача. Окреслюються вони в контексті типів персональної інформації, яку збирає Google про споживача, та роботи цифрових алгоритмів. Основною тезою у цьому контексті є нам бачиться така: «якщо непрозорий для тебе алгоритм відбору інформації вирішує, що тобі показати, а ти купуєш, то фактично за тебе вирішують, що ти купиш» [167]. Таким чином технологічно можна впливати на свободу вибору та свободу дій у площині мас-медіа. Результати теоретичних узагальнень, які стосуються міжнародних, конституційних та інших законодавчих гарантій свободи наводять на висновки про імовірність впливу цифрових технологій на них. У

контексті журналістики майже половина 9 (з 19) положень КЕУЖ є дотичними до питання свободи вибору та свободи дій у мас-медіа (1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13). Розглядаючи умови й наслідки розгортання процесів інформаційного впливу бачимо, що за допомогою технологій можна зумовити інформаційно неприйнятне суспільство. Однак, сам механізм функціонування цього явища, постає з намагання людини контролювати власний розум.

По-третє, під час виокремлення актуальних тенденцій, що виникають внаслідок загальної суспільної реакції та запитів, націлених на поліпшення якості національного інформаційного середовища з'ясовано, що важливим у цьому ключі є підвищення рівня медіаграмотності. Його результатами є просування десятка основних проєктів з медіаграмотності, продукування посібників, розроблення навчальних програм та методичних розробок з медіаграмотності. Особливої уваги у контексті виокремлення тенденцій деонтологічної проблематики сучасної журналістики заслуговують результати проведеного анкетування, згідно з якими респонденти вважають важливим дотримання професійної етики, добре розуміють її сутність та помічають порушення. Останні часто співзвучні з виокремленими у процесі дослідження проблемами й дилемами.

Розв'язання поставлених завдань дало змогу проаналізувати олігархізацію та офшоризацію, а також питання свободи вибору і дій, як аспекти, що впливають на належне сповідування журналістами професійних норм. Також вдалося виокремити актуальні тенденції до розвитку суспільної медіаграмотності та розуміння громадськістю ключових етичних питань обов'язку професійного журналіста.

Основні положення третього розділу опубліковані автором у роботах: [177], [159], [155], [259].

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи виконання завдань, спрямованих на досягнення мети дисертаційного дослідження «Деонтологія журналістської діяльності: виклики, дилеми, тенденції» можна констатувати, що на підставі ідентифікації сучасних галузевих проблем вдалося виокремити актуальні деонтологічні виклики, дилеми й тенденції, які постають перед українською журналістикою. До таких, зокрема, відносимо верифікацію фактів, виправлення неправдивої інформації, антропоцентризм у журналістській діяльності, олігархізацію та офшоризацію медіаринку, свободу вибору і дій у площині українських мас-медіа тощо. У контексті цього явища актуалізується журналістська деонтологія – розділ професійної етики, спрямований на вивчення питань журналістського обов'язку. Предметний акцент у дослідженні робиться на пропозиції рішення для визначених етичних та деонтологічних викликів і тенденцій, які є невід'ємною частиною новітніх інформаційних явищ.

У ході реалізації завдань дослідження отримані такі наукові результати:

1. Фахова деонтологічна проблема присутня в науковому дискурсі України. Вказане спрямування широко висвітлено українськими й зарубіжними дослідниками в медицині та юриспруденції. Разом із тим, безпосередньо на деонтології журналістської діяльності, як актуальній проблемі сучасного журналістикознавства, акцентують увагу закордонні дослідники, оскільки в іноземному академічному сприйнятті журналістики деонтологія тісно пов'язана з професійною етикою. Натомість в українському науковому дискурсі деонтологія журналістської діяльності не була об'єктом комплексних досліджень. Власне в цьому контексті й постає траєкторія наукового пошуку, в ході якого розкрито нові проблемні складові в роботі журналіста за сучасних мас-медійних умов. Насамперед деонтологічна проблема розглядається крізь призму етичних невідповідностей у роботі українського журналіста. Зокрема вони полягають у тому, що норми й правила професійного «Кодексу етики українського журналіста» почасти нехтуються

в сучасній мас-медійній практиці. Це відзначає більшість українських та зарубіжних дослідників. Саме тому деонтологія журналістської діяльності як цілеспрямоване дослідження професійного обов'язку, є значно глибиннішим, ніж загальні норми й правила поведінки, характерні для журналістської етики. Унікальна особливість журналістської деонтології полягає в тому, що на відміну від медичної чи юридичної індивідуальної практики журналіст взаємодіє із масовою аудиторією, і саме це покладає на нього велику професійну відповідальність, вагомішу ніж просто дотримання формальних приписів. Сукупність основних концепцій наукових досліджень проблеми журналістської етики і питань професійного обов'язку журналіста свідчить про загальну увагу до проблемного явища та зацікавлення в його широкому вивченні. До переліку основних проблем, що потребують опрацювання, входять такі два наукоємні спрямування, як деонтологічні виклики й дилеми професійних журналістських цінностей та чинники впливу деонтології на формування і розвиток професійних навичок.

2. Усебічне й ґрунтовне вивчення праць українських і зарубіжних науковців, журналістських та експертних публікацій спонукало до думки: спільне й відмінне журналістської етики та деонтології полягає в тому, що обидва спрямування регламентують професійну журналістську діяльність. Тож етика й деонтологія цілісно доповнюють одна одну. Однак професійна журналістика, як соціально відповідальний фах, мусить розвивати значно ширші саморегулятивні рефлексії, втілення яких безпосередньо відображається в дослідженнях деонтологічної проблематики. У контексті вивчення сучасних питань журналістського обов'язку актуалізуються нові виклики та дилеми професії. Диференціація розвитку інформатизації суспільства ставить перед журналістами завдання, попри максимальну адаптацію до сучасного медіа-середовища, не нехтувати професійністю в роботі. Вагомою подією, що кинула виклик професійній журналістиці в Україні, стала російсько-українська інформаційна війна, котра з огляду на гібридний характер інтегрована в увесь інформаційний простір сьогодення.

Тож комплексна протидія інформаційній агресії, з метою зменшення наслідків деструктивного впливу на суспільну свідомість, є найпершим обов'язком журналіста. Це значно розширює сфери впливу і значимості якісної журналістики, а водночас актуалізує вивчення деонтологічної проблеми як розділу журналістської етики.

3. Сутність етики полягає в необхідності дотримання журналістом набору правил і норм поведінки, квінтесенція яких відображена в «Кодексі етики українського журналіста». Натомість мораль, як духовно-культурний механізм регуляції поведінки людини, формується на базі суспільних уявлень про добро і зло. Вона включає в себе поняття честі, гідності, справедливості і несправедливості та, врешті, обов'язку. Явище моралі є своєрідною підводкою до виокремлення деонтології журналістської діяльності як окремого спрямування в межах журналістської етики. Для реалізації саморегулятивної функції в журналістиці замало лише професійної етики, потрібна й деонтологія. Тож ідентифіковано, що деонтологія – це допоміжний внутрішньо-регулятивний механізм професії, особливістю якого є визначення і вивчення питань професійного обов'язку. Це вказує на те, що проблема належного сповідування професійного обов'язку журналіста значно ширша, ніж «Кодекс етики українського журналіста». Вона включає в себе протидію інформаційній агресії, питання антропоцентризму, служіння інтересам громади, дотримання базових професійних стандартів, верифікацію фактів, виправлення недостовірних відомостей, сприяння свободі вибору і свободі дій, персональну відповідальність поширювача інформації, підтримку медіаграмотності.

4. Базові професійні журналістські стандарти на тлі війни в Україні потребують доопрацювання механізмів реалізації, адже окремі журналістські цінності можуть конфліктувати із ситуативністю сьогодення. Зокрема йдеться про баланс думок і точок зору, достовірність, точність, повноту й оперативність. Проблеми полягають у видозміні особливостей професійного обов'язку в умовах російсько-української війни. Відповідно постають

питання: як журналістові під час війни дотримуватися балансу думок і точок зору, при цьому не підіграючи ворожій пропаганді? Як під час ведення ІІСО забезпечувати достовірність і точність подання інформації? Як за відсутності фізичних можливостей оперативно підтверджувати і доповнювати інформацію, не порушуючи професійного обов'язку? Вирішенню означених проблем можуть слугувати спеціалізовані професійні спрямування, котрі передбачають верифікацію фактів, виправлення недостовірних відомостей, розширення меж повноти інформації тощо. Як професійну дилему, ідентифіковано явище антропоцентризму в журналістиці, адже з тих пір, коли інформація перетворилася на товар, людиноцентричність стала одним із чільних професійних обов'язків. Ключем до розв'язання цієї проблеми може слугувати соціальна журналістика, як окреме фахове спрямування. Загалом процес медійного сприяння вирішенню конкретних соціальних проблем потребує від журналіста значних зусиль. Сама концепція співучасті передбачає повноцінне заглиблення в конкретну проблему, її висвітлення з позицій людини, залучення до процесу вирішення громадськості, третього сектору, держслужб, а також медійне підтримування процесу аж до моменту вирішення ситуації.

5. Сучасний український медіаринок значною мірою є монополізований олігархічними власниками. Саме в площині олігархізації та офшоризації знаходиться деонтологічна проблема журналістського обов'язку. Вона і витікає, і одночасно впливає на проблему прозорості українського медіасередовища. Редакційна політика може коригуватися залежно від запитів власника. Це явище характеризується як неприйнятне для забезпечення професійної незаангажованої журналістики в Україні. Оскільки українська медіавласність переважно збиткова, очевидно, що в такому випадку медіа використовуються як інструмент впливу. На тлі цього позитивними тенденціями, характерними для вирішення проблематики олігархізації медіаринку, є закриття проросійських пропагандистських медіа та посилена увага до зловживання свободою слова в журналістській професії. Водночас

робота журналіста безпосередньо узалежнюється свободою вибору та свободою дій у площині мас-медіа. Це питання розглянуто крізь призму роботи цифрових алгоритмів, які на основі так званого користувацького бекграунду підбирають інформаційний порядок денний для масової аудиторії. У цьому контексті деонтологічною проблемою виступає поняття контрольованої свободи вибору. Професійні норми й цінності журналістики конфліктують із цими аспектами. Для свободи вибору і свободи дій етичний компонент національної медіа-системи полягає у деонтологічній модальності досліджуваного явища, тобто у персональній відповідальності поширювача інформації. Перш за все відповідальності журналіста, як професійного інформаційника. Така персональна відповідальність є невід’ємною складовою професійного обов’язку, адже від якості інформації залежить формування суспільної свідомості. Зокрема критерієм, котрий суперечить журналістському обов’язку, є зловживання свободою слова, що несе деструктивний вплив на суспільну свідомість із потенційними наслідками формування непритомного зомбованого суспільства.

6. Значущим питанням для дотримання журналістського обов’язку є рівень усвідомлення споживачами інформації вимог до професійності її подання. У дослідженні це розглядається крізь призму підвищення рівня медіаграмотності. Позитивною тенденцією в цьому контексті є просування основних українських проєктів із медіаграмотності, продукування підручників, розроблення навчальних програм, методичних посібників тощо. Разом із тим, показовим підтвердженням правильності відображеного в роботі ставлення суспільства до журналістської етики, професійного обов’язку та порушень у роботі, є результати проведеного анкетування. Згідно з його підсумками респонденти вважають важливим дотримання професійної етики, добре розуміють її сутність та помічають порушення. Ці дані демонструють необхідність розроблення тематики деонтології в журналістиці. У відповідях опитаних часто проглядаються компоненти, співзвучні з виокремленими у

процесі дослідження проблемами й дилемами непрофесійності в роботі журналіста.

Означені тенденції дають змогу робити висновки про затребуваність якісної інформаційної діяльності, що безпосередньо впливає на актуальність проблематики сповідання журналістського обов'язку.

Детальне вивчення проблем журналістського обов'язку розширює сферу наукового пошуку від формальних положень професійних стандартів до ідентифікації та виокремлення актуальних галузевих питань задля розв'язання комплексної проблеми дотримання журналістського обов'язку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алімпієв А. М. Особливості гібридної війни РФ проти України. Досвід, що отриманий Повітряними Силами ЗСУ. Ukrainian Military Pages. 2017. URL: <https://www.ukrmilitary.com/2017/05/experience-received-by-the-armed-forces-of-the-armed-forces-of-ukraine.html> (дата звернення: 30.07.2021).
2. Антирейтинг новин. Аналіз топ-50 українських сайтів – дослідження ІМІ та "Текстів". Інститут масової інформації. 2018. URL: <https://imi.org.ua/news/antyre-tynh-novyn-analiz-top-50-ukrains-kykh-sa-tiv-doslidzhennia-imi-ta-tekstiv-i21849> (дата звернення: 30.07.2021).
3. Антирейтинг новин. Хто вішає найбільше локшини? Тексти.орг. 2018. URL: <https://texty.org.ua/d/2018/media-ranking/> (дата звернення: 30.07.2021).
4. Арістотель. Нікомахова етика. Переклав з давньогрецької Віктор Ставнюк. К. : «Аквілон-Плюс», 2002. 480 с.
5. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення! Українська правда. 2006. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050/> (дата звернення: 30.07.2021).
6. Бази даних медіа та власників. Media ownership monitor Україна. 2017. URL: <http://ukraine.mom-rsf.org/ua/vlasniki/individual-owners/> (дата звернення: 30.07.2021).
7. Біблія. Сучасний переклад з давньогрецької та давньоєврейської мов // Українське Біблійне Товариство. 2020. Євангелія від Івана 1.1-3.
8. Білушак Т. Верифікація історичних фактів м. Львова в мережі Інтернет. Information, communication, society, Chynadiyovo, Ukraine. 2019. URL: <http://surl.li/ewhak> (дата звернення: 30.07.2021).
9. Боецій С. Розрада від філософії. Пер. з лат. А. Содомора; Передм. В. Кондзьолки. К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. 146 с.

10. Бондаренко І. С. До проблеми духовно-морального статусу сучасної української журналістики. *Наукові записки Інституту журналістики*. Том 53. 2013. 376 с.
11. Боти, клікбейт і Ukr.net. Як українські медіа "створюють" мільйони читачів. Liga.net. 2020. URL: <https://ua-news.liga.net/society/articles/boti-klikbeyt-i-ukrnet-yak-ukrainski-media-stvoryuyut-milyoni-chitachiv> (дата звернення: 30.07.2021).
12. Бржевська З. М., Гайдур Г. І., Аносов А. О. Вплив на достовірність інформації, як загроза для інформаційного простору. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка* № 2 (2), 2018. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/26736/1/10.pdf> (дата звернення: 30.07.2021).
13. Бродецький А. Обережно, Фейсбук! Блогер Андрій Бродецький – про алгоритми збору інформації користувачів соцмереж. Радіо НВ. 2019. URL: <https://nv.ua/ukr/radio/-novyy-ranok/oberezhno-feysbuk-bloger-andriy-brodeckiy-pro-algoritmi-zboru-informaciji-koristuvachiv-socmerezh-50021595.html> (дата звернення: 30.07.2021).
14. Бусол О. О. Олігархізація політичної влади в Україні, як одна із специфічних форм організованої злочинності. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика)* №25. 2011. 395 с.
15. Валла Л. Об истинном и ложном благе. О свободе воли. М.: Изд-во «Наука», 1989. 474 с.
16. Величко І. Г. Журналістська етика, як показник високодуховної особистості спеціаліста. Проблематика та необхідність викладання дисципліни у вищій школі. Педагогічний аспект. *Young Scientist*. № 8 (84). 2020. 191 с.
17. Верифікація в інтернеті. ВУМ online. 2016. URL: <https://vak.in.ua/do.php> (дата звернення: 30.07.2021).
18. Вернигоренко О. С. Ціннісні орієнтири сучасної журналістської етики: проблема теорії й практики. *Журналістика та реклама: вектори*

взаємодії: тези доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 березня 2020 р.) голова орг. комітету А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2020. 232 с.

19. Вони вільні. Фотоісторія - кого звільнили з полону. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62991697>

20. Всі державні публічні закупівлі України. Держзакупівлі.онлайн URL: <https://www.dzo.com.ua> (дата звернення: 30.07.2021).

21. Гайдар Ю. С. Професійні стандарти та журналістська етика у цифрову епоху. Шевченківська весна. Серія: «Журналістика». 2018. 202 с.

22. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник: за заг. ред. В. О. Жадька ; ред.-упор. : О. І. Харитоненко, Ю. С. Полтавець. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 356 с.

23. Голуб О. Що наразі просуває російська пропаганда. Інститут масової інформації. 2021. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/shho-narazi-prosuvaye-rosijska-propaganda-i38578> (дата звернення: 30.07.2021).

24. Гомонюк Є. «Медіаграмотність – це парасолька від інформаційного дощу, під якою можна сховатися». Досвід учительки з Миколаївщини. MediaSapiens. 2019. URL: <http://surl.li/ewhan> (дата звернення: 30.07.2021).

25. Гончаренко Є. Розповсюдження недостовірної інформації в інтернеті: як захистити свої права? LexInform. 2021. URL: <https://lexinform.com.ua/yuridychna-praktyka/rozpovsyudzhennya-nedostovirnoyi-informatsiyi-v-interneti-yak-zahystyty-svoyi-prava/> (дата звернення: 30.07.2021).

26. Горбань М. П'ять викликів для журналіста-розслідувача. MediaLab. 2018. URL: <https://medialab.online/news/sedletska/> (дата звернення: 30.07.2021).

27. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі - ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. № 3 (57).

2017. URL: <http://ttdruk.vpi.kpi.ua/article/view/115905> (дата звернення: 30.07.2021).

28. Гузар Л. Журналістика – це спосіб життя. Українська правда. 2015. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2015/06/5/7070339/> (дата звернення: 30.07.2021).

29. Гусарєв С.Д., Тихомиров О.Д. Юридична деонтологія (Основи юридичної діяльності): Навч. посіб. К.: Знання, 2005. 655 с.

30. Логос / Д. П. Кирик, М. М. Кисельов // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2016. URL : <https://esu.com.ua/article-56156> (дата звернення: 30.07.2021).

31. Деонтологія. Книгарня «Політія». 2021. URL: <http://surl.li/ewhap> (дата звернення: 30.07.2021).

32. Деонтологія. Словник української мови Академічний тлумачний словник в 11 томах. Том 11, 1980. С. 678. URL: <http://sum.in.ua/s/deontologhija> (дата звернення: 30.07.2021).

33. Деякі актуальні питання визнання інформації недостовірною. Громадський простір. 2020. URL: <https://www.prostir.ua/?news=deyaki-aktualni-pytannya-vuznannya-informatsiji-nedostovirnoyu> (дата звернення: 30.07.2021).

34. Діхтяренко А. Із бойовиків – в тітушки і політики: чим займаються росіяни, які воювали на Донбасі. Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbass-realii/30696403.html> (дата звернення: 30.07.2021).

35. Дніпровська М. Росія назвала війну на Донбасі політичним конфліктом з Україною. Вільне радіо. 2020. URL: <https://freeradio.com.ua/rosiia-nazvala-viinu-na-donbasi-politychnym-konfliktom-z-ukrainoiu/> (дата звернення: 30.07.2021).

36. Добірка матеріалів про медіаграмотність. Мукачівський державний університет. Наукова бібліотека. 2016. URL:

<https://msu.edu.ua/library/mediahramotnist-korysni-materialy/> (дата звернення: 30.07.2021).

37. Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві. Pictoric. 2018. URL: https://issuu.com/pictoric.ua/docs/book_media (дата звернення: 30.07.2021).

38. Доктрина інформаційної безпеки України. Верховна рада України. 2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

39. Дорош С. Як живуть колишні в'язні після підвалів Донбасу і тюрем Росії. BBC News Україна. 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57072808> (дата звернення: 30.07.2021).

40. Доценко О. М. Спростування недостовірної інформації як способу захисту права фізичної особи на особисте життя. *Право і суспільство. Цивілістика*. № 6-2. 2013. 395 с.

41. Дудко В. Інформаційна війна проти України та методи її ведення. Польсько-український портал. 2021. URL: <http://www.polukr.net/uk/blog/2021/04/informacijna-vijna-proti-ukraini/> (дата звернення: 30.07.2021).

42. Етикет. Академічний тлумачний словник (1970-1980) URL: <http://sum.in.ua/s/etyket> (дата звернення: 30.07.2021).

43. Етичні норми журналістики для ідеального світу. Ресурсний центр для журналістів-розслідувачів. 2020. URL: <https://www.jcenter.com.ua/news/etichni-normi-zhurnalistiki-dlya-idealnogo-svitu> (дата звернення: 30.07.2021).

44. Єрмоленко В. Офшори у світі: 7 ключів для розуміння. Громадське. 2016. URL: <https://hromadske.ua/posts/ofshory-u-sviti-7-kliuchiv-dlia-rozuminnia> (дата звернення: 30.07.2021).

45. Журналістів закликають не бути маніпуляторами. Українська правда. 2003. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2003/11/7/2996354/> (дата звернення: 30.07.2021).

46. Журналістська етика: Посібник для підготовки до державного іспиту [Текст] Авт. кол. За ред. В.П. Мостового та В.В. Різуна. Київ, ТзОВ «ЗН УА», 2014. 224 с.
47. Зануда А. Олігархи: хто вони, що роблять і чого від них хоче Зеленський. BBC News Україна. 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-57227699> (дата звернення: 30.07.2021).
48. Захарова Т. М. Олігархізація як проблема політичного класу в сучасній Україні. *Політологічні записки*. 2012. 367 с.
49. Звільнена з полону Мар'яна Мамонова народила. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-63026731>
50. Зеленський вніс до парламенту законопроект про олігархів. Детектор медіа. 2021. URL: <https://detector.media/infospace/article/188728/2021-06-02-zelenskyu-vnis-do-parlamentu-zakonoproiekt-pro-oligarkhiv/> (дата звернення: 30.07.2021).
51. Зеленський заблокував канали Медведчука: РНБО наклала санкції. Українська правда. 2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/2/7282097/> (дата звернення: 30.07.2021).
52. Золотухін Д. 15 кращих українських проектів з медіаграмотності. Укрінформ. 2018. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455061-15-krasih-ukrainskih-proektiv-z-mediagramotnosti.html> (дата звернення: 30.07.2021).
53. З'явився текст законопроекту Зеленського про олігархів. Слово і діло. 2021. URL: <http://surl.li/ewhat> (дата звернення: 30.07.2021).
54. Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошниченко Ю. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. 2-ге вид., стер. К.: АУП, ЦВП, 2012. 58 с.
55. Іванов, В. Ф., Шкоба О. Я. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. Інформаційне суспільство. 2012. 173 с.

56. Іванов В., Сердюк В. Журналістська етика : Підручник для студ. ВНЗ. К.: Вища школа, 2006. 231 с.
57. Ідея «Вокс Україна». Вокс Україна URL: <https://voxukraine.org/about-us/> (дата звернення: 30.07.2021).
58. Індекс медіаграмотності українців (дослідження). ГО «Детектор медіа». 2021. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/> (дата звернення: 30.07.2021).
59. Індекс медіаграмотності українців (дослідження). Детектор медіа. 2021. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/> (дата звернення: 30.07.2021)
60. Індекс стійкості до російської дезінформації. Українська призма. 2018. URL: <http://prismua.org/dri/> (дата звернення: 30.07.2021).
61. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди. Інститут масової інформації. 2016. URL: <https://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brehyu-vid-pravdi-i407> (дата звернення: 30.07.2021).
62. Казаков Ю. М. Медіаграмотність сучасного фахівця як компонент професійної культури. *Вісник Черкаського університету*. 2009. 162 с.
63. Казаков Ю., Треумова С., Боряк В., Чекаліна Н., Трибрат Т., Шуть С. Деонтологія і етика в клінічній практиці. Частина 1.: навчальний посібник. Українська медична стоматологічна академія. 2014. 213 с.
64. Квінт Горацій Флакк «Послання». Переклад Андрія Содомори. Горацій. Твори. К.: Дніпро, 1982.
65. Кебуладзе В. І. Сила волі: як це працює з погляду науки; Свобода волі. *Science&Wine*. 2020. URL: <https://youtu.be/HTaTKptMyvQ?t=1526> (дата звернення: 30.07.2021).
66. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. 2021. URL: <https://www.cje.org.ua/ua/code> (дата звернення: 30.07.2021).
67. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики. URL: <https://www.cje.org.ua/ua/code> (дата звернення: 30.07.2021).

68. Кодекс професійної етики українського журналіста (2002 р.). Дніпропетровська обласна організація НСЖУ. 2002. URL: <http://nsju.dp.ua/kodeks-profesijnoyi-etiki> (дата звернення: 30.07.2021).
69. Коли запити не потрібні: 105 відкритих реєстрів та баз даних. Доступ до правди. 2016. URL: <https://dostup.pravda.com.ua/news/publications/koly-zapyty-ne-potribni-105-vidkrytykh-reiestriv-ta-baz-danykh> (дата звернення: 30.07.2021).
70. Коломієць В. Google, Facebook і не тільки: у США технологічних гігантів обвинувачують у монополізмі. Громадське. 2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/google-facebook-i-ne-tilki-u-ssha-tehnologichnih-gigantiv-obvinuvachuyut-u-monopolizmi> (дата звернення: 30.07.2021).
71. Комарова О. Вимкнули «канали Медведчука»: перші пояснення та реакції в соцмережах. Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/kanaly-medvedchuk-sankciy-zelenskiy-tv-112-zik-newsone-zaborona/31082909.html> (дата звернення: 30.07.2021).
72. Коментар Рішення РНБО про санкції щодо «трьох телеканалів, які називають себе українськими» Ткаченка О. В., Міністра культури і інформаційної політики України. Ткаченко. UA. 2021. URL: <https://t.me/otkachenkoKyiv/517> (дата звернення: 30.07.2021).
73. Комісія з журналістської етики. Скарги та рішення. 2021. URL: <https://cje.org.ua/complaints/>
74. Кому належать українські радіостанції: від «ТАВР Медіа» до «Громадського радіо». Детектор медіа. 2016. URL: <http://surl.li/ewhbe> (дата звернення: 30.07.2021).
75. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод. Стаття 9. Свобода думки, совісті і релігії. Верховна рада України. 1997. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text (дата звернення: 30.07.2021).
76. Конституція України. Верховна Рада України Офіційний вебпортал парламенту України. від 01.01.2020. URL: <http://surl.li/gdyl> (дата звернення: 30.07.2021).

77. Косметичний бренд Lush різко зменшує свою присутність в соціальних мережах. Mediasapiens. 2019. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/22732/2019-04-11-kosmetychnyy-brend-lush-rizko-zmenshuie-svoyu-prysutnist-v-sotsialnykh-merezhakh/> (дата звернення: 30.07.2021).
78. Костюк Б. «Офшоризація» української економіки. Що робити? Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27667157.html> (дата звернення: 30.07.2021).
79. Коцюбинський М. Аналіз. Академічний тлумачний словник (1970 - 1980). 2018. URL: <http://sum.in.ua/s/analiz> (дата звернення: 30.07.2021).
80. Крамар О. Майже 50 країн ООН заявили, що Росія є стороною конфлікту на Донбасі, а не посередником. Громадське. 2021. URL: <https://hromadske.ua/posts/majzhe-50-krayin-oon-zayavili-sho-rosiya-ye-storonoyu-konfliktu-na-donbasi-a-ne-poserednikom> (дата звернення: 30.07.2021).
81. Криворучко С. В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні: Дисертація. Київ 2003 р. 181 с.
82. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень: Монографія. Львів 1998 р. 412 с.
83. Куликов А. Громадянська журналістика. Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності. EdEra. 2019. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gbs5l_tQoA (дата звернення: 30.07.2021).
84. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі: навчальний посібник. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
85. Кушнір А. Ізольований Рунет. Експерт пояснює, що відбувається з інтернетом в Росії. Радіо НВ. 2019. URL: <https://nv.ua/ukr/radio/-novyyu-ranok/izolovaniy-runet-ekspert-poyasnyuye-shcho-vidbuvayetsya-z-internetom-v-rosiji-50017319.html> (дата звернення: 30.07.2021).
86. Деонтологія / Л. А. Пиріг, О. Ф. Скакун // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г.

Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2007. – URL : <https://esu.com.ua/article-26029> (дата звернення: 30.07.2021).

87. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 72 с.

88. Лазур В. «Людина з господарем». Як депутати працюють на олігархів та чи готові підтримати антиолігархічний закон Зеленського? Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/31327425.html> (дата звернення: 30.07.2021).

89. Литвиненко О. В. Медіаграмотність громадян у контексті гібридних воєн: приклад України. *Молодий вчений*. 2018. 443 с.

90. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити і перемогти. Х.: Віват, 2015. 304 с.

91. Майже половина українців мають нижчий за середній індекс медіаграмотності, – дослідження «Детектор медіа». Реанімаційний пакет реформ. 2021. URL: <http://surl.li/ewhdw> (дата звернення: 30.07.2021).

92. Мареев С. Н., Мареева Е. В. История философии (общий курс): Учебное пособие. М. : Академический Проект, 2003. 880 с .

93. Маруховський О. О. Етичні аспекти політичної журналістики, як професійної діяльності. Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка. 2021. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/15663/1/3.pdf> (дата звернення: 30.07.2021).

94. Марченко В. В. Журналістська етика: особливості регулювання професійної діяльності та ключові проблеми. Політ. Сучасні проблеми науки: тези доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Національний авіаційний університет. Київ, 2021.

95. Матвійчук А. Етика обов'язку Канта у контексті деонтологічної традиції. Філософія та політологія в контексті сучасної культури, (5), 31-36. 2013.
96. Медведчука і 55 росіян обміняли на 215 азовців та інших українських полонених. Що відомо. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-62980560>
97. Медіаграмотність для громадян. IREX, АУП, StopFake, DFATD Canada. 2016. URL: http://irex.mocotms.com/ml_web/story_html5.html (дата звернення: 30.07.2021).
98. Медіадрайвер. Медіадрайвер. 2016. URL: <http://mediadriver.online/> (дата звернення: 30.07.2021).
99. Мельникова-Курганова О. С. Фактчекінг, як важлива компетентність майбутнього фахівця журналістики та соціальних комунікацій. Актуальні проблеми науки та освіти: Збірник матеріалів XXIII підсумкової науково-практичної конференції викладачів МДУ / За заг. ред. М. В. Трофименка. Маріуполь: МДУ. 2021. 258 с.
100. Методи збору інформації. Пошук і аналіз документів. Детектор медіа Відеотека. 2017. URL: <http://surl.li/ewhee> (дата звернення: 30.07.2021).
101. Микита Потураєв та міський голова Запоріжжя Володимир Буряк очолили антирейтинг «Вороги преси» – 2021. НСЖУ. 2021. URL: <http://surl.li/ewhbl> (дата звернення: 30.07.2021).
102. Миролубенко Г.А. Інформаційна етика в просторі сучасних комунікативних процесів (філософсько-етичний аналіз): Дис.канд. філ. н. К., 2011. Київ. нац. Ун-т ім. Т. Шевченка.
103. Миронюк А. Вікіпедія, як джерело недостовірної інформації. Інформація, комунікація, суспільство 2014: матеріали 3-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2014, 21–24 травня 2014 року, Україна, Львів, Славське. Національний університет "Львівська політехніка". 2014. 326 с.
104. Михайлин І. Природа факту в площині журналістики. Кафедра журналістики Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

2016. URL: <http://www.kafedrajourn.org.ua/media/1542> (дата звернення: 30.07.2021).

105. Мораль. Енциклопедія Сучасної України: електронна версія: гол. редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Железняк та ін.; Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=69220 (дата звернення: 30.07.2021).

106. Мураль Х., Білограць Х. Професійна етика журналіста в інтернет-виданнях. Електронний архів наукових матеріалів Національного університету «Львівська політехніка». 2019. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/49261/2/2019_Mural_Kh-Profesiina_etyka_zhurnalista_116-125.pdf (дата звернення: 30.07.2021).

107. Надольний І. Ф. Андрущенко, І. В. Бойченко, В. П. Розумний та ін. Філософія: Навчальний посібник: за ред. І. Ф. Надольного. К.: Вікар, 1997. 584 с.

108. Найкращі альтернативи YouTube. TechToday. 2019. URL: <https://techtoday.in.ua/reviews/krashhi-alternatyvy-youtube-119946.html> (дата звернення: 30.07.2021).

109. Найпопулярніші пошукові системи в 2019. Marketer. 2019. URL: <https://marketer.ua/ua/search-engine-stat-2019/> (дата звернення: 30.07.2021).

110. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу у 2020. Український Спектр. 2020. URL: <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/> (дата звернення: 30.07.2021).

111. Наука повсякденного мислення. Prometheus. 2020. URL: https://courses.prometheus.org.ua/courses/UQx/THINK101/2016_T2/about (дата звернення: 30.07.2021).

112. Новий рейтинг українських мільярдерів від Forbes: майже всі олігархи збагатили менш ніж за рік. Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/forbes-rejtynh-miljarderiv-ukrajiny/31150398.html> (дата звернення: 30.07.2021).

113. Новини перевірки фактів. Структурована журналістика. Reporter's Lab. 2021. URL: <https://reporterslab.org/fact-checking/> (дата звернення: 30.07.2021).
114. Ольга Герасим'юк у програмі «Право на владу» на «1+1» – про санкції РНБО щодо телеканалів «112 Україна», «NewsOne» і «ZIK». Національна рада з питань телебачення та радіомовлення. 2021. URL: <https://www.nrada.gov.ua/video/olga-gerasym-yuk-u-programi-pravo-na-vladu-na-1-1-pro-sanktsiyi-rnbo-shhodo-telekanaliv-112-ukrayina-newsone-zik/> (дата звернення: 30.07.2021).
115. Онлайн-курс "Новинна грамотність". Детектор медіа Відеотека. 2017. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (дата звернення: 30.07.2021).
116. Павлів В. Журналістський фейлетон і професійна етика. *Теле- та радіожурналістика*. Випуск 14. 2015. 307 с.
117. Перевірка фактів, як глобальна практика з протидії дезінформації та неправдивим відомостям. Міністерство закордонних справ України / MFA of Ukraine. 2021. URL: <http://surl.li/ewhda> (дата звернення: 30.07.2021).
118. Перевірте людину за відкритими базами. Scanbe.io URL: <https://scanbe.io/> (дата звернення: 30.07.2021).
119. Перелік відкритих реєстрів та баз даних України. Інвестиційний портал Запорізької області. URL: <https://investment.zoda.gov.ua/uk/perelik-vidkritih-restriv-ta-baz-danih-ukraini> (дата звернення: 30.07.2021).
120. Під час повномасштабної війни в Україні зріс попит на «сильну руку», швидкі та структуровані новини і регулювання медіапростору — опитування. Опора, 2022. URL: <http://surl.li/ewhbr>
121. Платон. Государство. Правовая мысль: антология. М.: Акад. проект; Екатеринбург: Деловая кн., 2003.
122. Платон. Держава. Пер. з давньогр. Д. Коваль. К.: Основи, 2000. 355 с. С. 246. ISBN 966-500-022-5 (дата звернення: 30.07.2021).

123. Погуляєвський М. Кому належать українські ЗМІ: докладний аналіз. Українська літературна газета. 2021. URL: <https://litgazeta.com.ua/news/komu-nalezhat-ukrainski-zmi-dokladnyj-analiz/> (дата звернення: 30.07.2021).
124. Поліщук П. Аналіз і синтез. Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Аналіз і синтез](https://vue.gov.ua/Аналіз_і_синтез) (дата звернення: 30.07.2021).
125. Пояркова Т. К. Олігархізація, як кризовий синдром модернізації незалежної України. *Політичні інститути та процеси*. 2013. URL: <https://pvntsh.nung.edu.ua/index.php/idea/article/view/652/640> (дата звернення: 30.07.2021).
126. Приступенко Т. О. Свобода слова та журналістська етика в Україні. *Вчені записки Таврійського університету ім. В. І. Вернадського*. Серія «Філологія. Соціальні комунікації» Том 21 (60). №1. 2008. 98 с.
127. Про stopfake.org. Stopfake.org. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/> (дата звернення: 30.07.2021).
128. Про Державну службу статистики України. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.07.2021).
129. Про проект "Слово і діло". Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua/pro-proekt> (дата звернення: 30.07.2021).
130. Продавці рейтингів База псевдосоціологів. Тексти.org. 2020. URL: <https://texty.org.ua/d/socio/#good> (дата звернення: 30.07.2021).
131. Проросійська і антизахідна конспірологія в інформаційній війні. Дослідження Інституту масової інформації та Детектор Медіа Ключові тренди 2020-2021 рр. / О. Братущак, Р. Головенко, О. Голуб, Н. Данилюк, О. Довженко, О. Ілюк, Я. Зубченко, З. Красовська, О. Романюк. 2021. 36 с.
132. Радчук О. Наступ на великий капітал: чи вдасться обмежити вплив олігархів на політику. Слово і діло. 2021. URL: <http://surl.li/ewhel> (дата звернення: 30.07.2021).

133. Рак О. Ю. Когнітивна оцінка мовних інтенцій інформації в царині журналістської правової етики. Електронний репозитарій національної академії внутрішніх справ. 2016. URL: <http://surl.li/ewheq> (дата звернення: 30.07.2021).

134. Рейтинг каналів липень 2021. RadioLife. 2021. URL: <https://life-tv.ua/ua/channels-rate> (дата звернення: 30.07.2021).

135. Рейтинги телеканалів серед користувачів IPTV/OTT у III кварталі 2019 року. Національна рада з питань телебачення та радіомовлення. 2020. URL: <https://www.nrada.gov.ua/rejtyngy-telekanaliv-sered-korystuvachiv-iptv-ott-u-iii-kvartali-2019-roku/> (дата звернення: 30.07.2021).

136. Рибалка Г. Обмін полоненими у 2017-2019 роках: кого Україна передала Росії та кого вдалося повернути. «5 канал». 2019. URL: <http://surl.li/ewhcb> (дата звернення: 30.07.2021).

137. Розділ IV Закону України Про інформацію. Верховна рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

138. Розмови про обмін "передчасні"? Яка доля бійців з "Азовсталі". BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-61584486>

139. Романенко В. РНБО нарахувала 13 олігархів в Україні. Українська правда. 2021. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/05/11/7293080/> (дата звернення: 30.07.2021).

140. Російська агентура хоче дестабілізувати ситуацію в Україні і маскується під патріотів – секретар РНБО. Українська правда, 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/05/26/7348646/>

141. Російський танкіст розповів, як "їхав бомбити хохлів". Українська правда. 2015. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2015/03/2/7060220/> (дата звернення: 30.07.2021).

142. Російські наративи і як з ними боротись: у Медіацентрі відбулась дискусія. Громадський простір, 2022. URL:

<https://www.prostir.ua/?news=rosijski-naratyvy-i-yak-z-nymy-borotys-u-mediatsentri-vidbulas-dyskusiya>

143. Російську пропаганду можна перемогти лише поширюючи правду – віцепрезидентка Єврокомісії. Укрінформ, 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3562374-rosijsku-propagandu-mozna-peremogti-lise-posiruuci-pravdu-viceprezident-evrokomisii.html>

144. Росія каже, що полонених з Азовсталі можуть обміняти. Але не на Медведчука. BBC News Україна, 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61549699>

145. Савченко Г. Блокада "каналів Медведчука". Захист України чи наступ на свободу слова BBC News Україна, 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-55922369> (дата звернення: 30.07.2021).

146. Садівничий В. «Відродження розпочинається із гласності...» (Медична преса Наддніпрянської України середини XIX – початку XX ст.) : мо-ногр. Дніпропетровськ : Середняк Т. К., 2015. 360 с.

147. Садівничий В., Сушкова О. Джинса як етична проблема місцевої журналістики. Інформаційне суспільство. 2016. Випуск 23. С. 20–24.

148. Сафаров А. В Україні вже є законодавство і механізми щодо протидії дезінформації: заради чого колотнеча? Інститут масової інформації. 2020. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/v-ukrayini-uzhe-ye-zakonodavstvo-i-mehanizmu-shhodo-protydiy-dezinformatsiyi-zarady-chogo-i31602> (дата звернення: 30.07.2021).

149. Сафроньєва Г. М. Журналістська етика в Україні: оцінно-модальний аспект. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. 382 с.

150. Свааб Д. Ми – це наш мозок. пер. з нім. О. Коцюба. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля. 2017. 496 с.

151. Семенюк Е. Філософія сучасної науки і техніки : підручник / Едуард Семенюк, Володимир Мельник. Вид. 3-тє, випр. та допов. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 364 с.

152. Сенека. Моральні листи до Луцілія. Переклад А. Содомори. К.: Основи, 1999 (2-е вид.). Лист LXXXIX. 608 с.
153. Сербін О. Класифікація наук Платона (у парадигмі структурного цілого). Вісник Книжкової палати. 2009. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp%5F2009%5F1%5F17%2Epdf (дата звернення: 30.07.2021).
154. Серов В. Кому це вигідно? Енциклопедичний словник крилатих слів і виразів. URL: <http://bibliograph.com.ua/encSlov/10/132.htm> (дата звернення: 30.07.2021).
155. Синчак Б. А. Тенденційне підвищення рівня медіаграмотності як результат збільшення запитів на якісну інформацію. *Український інформаційний простір*, 1 (9), 2022. 133–146.
156. Синчак Б. А. Антропоцентризм у соціальній журналістиці України. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 2 (79), 2021 р. С. 38–51.
157. Синчак Б. А. Механізм адаптації компонентів журналістської етики у професійній практиці журналістів-початківців. *State and Regions. Series: Social Communications*. №3(47), 2021. С. 53–58
158. Синчак Б. А. Прямоефірна інформаційна війна та російсько-українська війна 2022-го на медійному плацдармі. *Український інформаційний простір*, 2 (10), 2022. 85–97.
159. Синчак Б. А. Свобода вибору та свобода дій у площині українських мас-медіа. *Вісник Львівського Університету. Серія журналістика*. №51 2022. 106–124.
160. Скляревська Г. Майже половина українців мають нижчий за середній індекс медіаграмотності – дослідження «Детектор медіа». Детектор медіа. 2021. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/26947/2021-03-29-mayzhe-polovyna-ukraintsiv-mayut-nyzhchyu-za-seredniy-indeks-mediagramotnosti-doslidzhennya-detektor-media/> (дата звернення: 30.07.2021).

161. Склярєвська Г. Що відбувається на ЗІК: звільнення, «чорні списки» та перемовини з АП. Детектор медіа. 2019. URL: <https://detector.media/community/article/168295/2019-06-20-shcho-vidbuvaietsyua-na-zik-zvilnennya-chorni-spysky-ta-peremovyny-z-ap/> (дата звернення: 30.07.2021).

162. Смит А. Теория нравственных чувств. Вступ. ст. Б. В. Мееровского; Подгот. текста, коммент. А. Ф. Грязнова. М.: Республика, 1997. 351 с. URL: <https://dahluniversitymanagementinstitute.files.wordpress.com/2016/08/s-1997.pdf> (дата звернення: 30.07.2021).

163. Соколова К. Концепт співучасті у соціальній журналістиці. Журналістика співучасті. *Information Society*. Issue 21 (January-June). 2015. 162 с.

164. Соколова К. О. Компонент «соціального» у сучасній журналістиці: соціальна журналістика. *Наукові записки Інституту журналістики*: науковий збірник / за ред. В. Різуна; КНУ ім. Тараса Шевченка. К., 2016. Т. 3 (64). Липень-вересень. 91 с.

165. Соколова К. О. Соціальна журналістика в Україні та світі: Розуміння, суперечності, результати. Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волобуєва] К. : Інститут журналістики, 2016. 328 с.

166. Сокурєнко Л. Медіавласність по-українськи: бізнес чи інструмент впливу? *The Ukrainians*. 2016. URL: <https://theukrainians.org/vlasnist-media/> (дата звернення: 30.07.2021).

167. Спільна заява українських громадських організацій, що протидіють дезінформації, стосовно санкцій, накладених на Тараса Козака та пов'язаних з ним юридичних осіб. Український кризовий медіа-центр. 2021. URL: <https://uacrisis.org/uk/joint-statement-of-ukrainian-ngos> (дата звернення: 30.07.2021).

168. Кримінальний кодекс України : Закон України про кримінальні відповідальність від 05.04.2011 р. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2001, № 25-26, ст.131. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 30.07.2021).

169. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII із доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

170. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. Закон України від 01.12.2022. № 2811-IX. Верховна рада України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

171. Цивільний кодекс України. Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

172. Конституція України від 02.12.2019. № 11-р/2019. Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30.07.2021).

173. Стеблина Н. О. Етика у сфері соціальних комунікацій (професійні стандарти у журналістиці, рекламі та PR): Навчально-методичний посібник. Львів : ПАІС, 2014. 228 с.

174. Степанов Ж. Моделі медіа-дій у соціальній журналістиці. Національний університет "Львівська політехніка". 2017. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16130/stepanov.pdf> (дата звернення: 30.07.2021).

175. Стрельников О. Обережно, Фейсбук! Блогер Андрій Бродецький - про алгоритми збору інформації користувачів соцмереж. Радіо НВ. 2019. URL: <https://nv.ua/ukr/radio/-novyy-ranok/oberezhno-feysbuk-bloger-andriy-brodeckiy-pro-algoritmi-zboru-informaciji-koristuvachiv-socmerezh-50021595.html> (дата звернення: 30.07.2021).

176. Студенников С. Поширення недостовірної інформації: як захистити свої права в інтернеті. Судово-юридична газета. 2019. URL:

<https://sud.ua/ru/news/publication/139401-poshirennya-nedostovirnoyi-informatsiyi-yak-zakhistiti-svoyi-prava-v-interneti> (дата звернення: 30.07.2021).

177. Синчак Б. А. Oligarchization and Offshorization as a Problem Transparencies of the Ukrainian Media Market. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського* Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). № 6 Том 3, 2021. С. 165-171.

178. Синчак Б. А. Особливості ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського* Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 5 (2), 2021. С. 205–214.

179. Синчак Б. А. Свобода слова та журналістські стандарти в контексті блокування «телеканалів Медведчука». *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського* Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 4 (3), 2021. С. 211–218.

180. Синчак Б. А., Коваль А. Г., Кеда А. О. Вплив соціальних мереж на журналістику. *Габітус*. Вип. 25. 2021. С. 21–26.

181. Тарасюк В. Причини та наслідки олігархізації українських медіа. *Academia*. 2021. URL: <https://www.academia.edu> (дата звернення: 30.07.2021).

182. Теробус О. Журналістська етика: теорія та практика. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. Випуск 42. 2017. 327 с.

183. Тофтул М. Г. Деонтологія. Сучасний словник з етики. 2014. 416 с.

184. Тур О. М. Порухення норм журналістської етики в умовах інформаційної війни. Мас-медіа України на зламі епох: реалії та перспективи розвитку. 2018. 327 с.

185. У Варшаві держсекретар МІП озвучив формулу російської дезінформаційної кампанії – «4 F». Детектор медіа URL: <https://detector.media/infospace/article/135750/2018-03-19-u-varshavi-derzhsekretar-mip-ozvuchyv-formulu-rosiyskoi-dezinformatsiynoi-kampanii-4-f/> (дата звернення: 30.07.2021).

186. У США ІТ-гігантів зобов'язали розкрити методи збору й обробки даних. У переліку - YouTube, Facebook та Twitter. Громадське. 2020. URL: <https://hromadske.ua/posts/u-ssha-it-gigantiv-zobovyazali-rozkriti-metodi-zboru-j-obrobki-danih-u-pereliku-youtube-facebook-ta-twitter> (дата звернення: 30.07.2021).

187. Указ Президента України №43/2021. Президент України Володимир Зеленський Офіційне інтернет-представництво. 2021. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/432021-36441> (дата звернення: 30.07.2021).

188. Хоменко Т. Місійність журналістики: деонтологічний аспект. *Вісник Львівського університету*. Серія журн. Вип. 35. 2011. 324 с.

189. Хто ми? Про проект "Без брехні". Без брехні URL: <https://without-lie.info/khto-my/> (дата звернення: 30.07.2021).

190. Хто такі військовополонені та як з ними треба поводитись. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61505804>

191. Червоненко В. Хто воює на Сході: хронологія свідчень про російські війська. BBC News Україна. 2014. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/politics/2014/09/140902_russian_army_ukraine_debate_vc (дата звернення: 30.07.2021).

192. Черненко Т. В. Міжнародний досвід впровадження медіаграмотності для окремих цільових груп: можливості для України. Національний інститут стратегічних досліджень. 2019. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/mizhnarodniy-dosvid-vprovadzhennya-mediagramotnosti-dlya> (дата звернення: 30.07.2021).

193. Чернецька С. «Детектор медіа» представив у Брюсселі звіт про російську дезінформацію та пропаганду. Детектор медіа, 2022. URL: <https://go.detector.media/detektor-media-predstaviv-u-bryusseli-zvit-pro-rosijsku-dezinformatsiyu-ta-propagandu/>

194. Чи критично громадяни ставляться до медіа? Соцдослідження. MediaSapiens. 2016. URL: <http://surl.li/ewhkh> (дата звернення: 30.07.2021).

195. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Інформатизація та інтелектуалізація соціуму*. Образ. Випуск 1 (27). 2018. 176 с.
196. Шендеровський К. Передумови соціальної компетентності медіапрацівників. *Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. Різуна; КНУ ім. Тараса Шевченка. К., 2011. Т. 43. Квітень-червень. 382 с.*
197. Шендеровський К. С. Передумови інституалізації соціально значимих медіа. *Ученые записки Таврійського національного університета ім. В. І. Вернадського*. 2011. 539 с.
198. Шендеровський К. С. Передумови інституалізації соціально значущих медіа. *Ученые записки Тавр. нац. ун-та ім. В. И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации»*. Т. 24. 2011. 98 с.
199. Ширченко Я. І. Журналістська етика проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід): Дисертація. Київ 2009 р. 186 с.
200. Шрамович В. "Вдарили пласкогубцями – зуби вилетіли": спогади "азовця" про полон. BBC News Україна. 2018. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-42736809> (дата звернення: 30.07.2021).
201. Шрамович В. Без документів і житла: як живуть екс-полонені. BBC News Україна. 2018. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-42859643> (дата звернення: 30.07.2021).
202. Шрамович В. Новий обмін полоненими: як, коли і скільки? BBC News Україна. 2018. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-42620838> (дата звернення: 30.07.2021).
203. Шрамович В. Як допитують "на підвалі МГБ ЛНР" - розповідь очевидця. BBC News Україна. 2018. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-42631803> (дата звернення: 30.07.2021).
204. Шэксон Н. «Люди обокравшие мир. Правда и вымысел о современных офшорных зонах». Москва, изд. «Коммерсантъ» ЭКСМО. 2012. 382 с.

205. Що BBC робить для того, щоб зміцнити прозорість і довіру до новин в інтернеті. BBC News Україна URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/institutional-50193015> (дата звернення: 30.07.2021).

206. Як працює сайт "Доступ до правди". Доступ до правди URL: <https://dostup.pravda.com.ua/help/about> (дата звернення: 30.07.2021).

207. Як працюють алгоритми пошуку. Google. URL: <https://www.google.com/intl/uk/search/howsearchworks/algorithms/> (дата звернення: 30.07.2021).

208. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. Internews Україна. 2018. URL: <https://internews.in.ua/uk/news/yak-rozvyvajetsya-mediahramotnist-v-ukrajini-visim-vysnovkiv-zi-schorichnoji-konferentsiji/> (дата звернення: 30.07.2021).

209. Як розуміти соціальні мережі. Курс для журналістів. ВУМ online. 2017. URL: <https://vumononline.ua/course/how-to-understand-social-networks/> (дата звернення: 30.07.2021).

210. Ярошук О. «Журналісти мають менше твітити», виконавчий директор фактчекінгового проекту PolitFact. Детектор медіа. 2017. URL: <http://surl.li/ewhja> (дата звернення: 30.07.2021).

211. "Думав, я вже не повернусь": азовець Ілля Самойленко про російський полон. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63239581>

212. "Мамо, я живий, люблю вас!" Історії полонених, яких досі не обміняли. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63077731>

213. "Ставилися гірше, ніж до собаки". Розповідь звільненого з полону британця. BBC News Україна. 2022. URL: <http://surl.li/ewhjd>

214. "Це було надзвичайно складно". Україна розкрила подробиці великого обміну. BBC News Україна. 2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-63002520>

215. #Незабуті полонені і заручники: хто ще чекає на обмін. Радіо Свобода. 2021. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30489328.html> (дата звернення: 30.07.2021).

216. «Етична журналістика» короткий посібник за матеріалами тренінгів «Вивчення стандартів журналістської етики»: Черкаси 2007 р. 55 с.

217. «Звідки ви це знаєте?»: якими інструментами фактчекінгу треба володіти професійним журналістам. НСЖУ. 2020. URL: <http://nsju.org/navchannya/zvidky-vy-cze-znayete-yakumu-instrumentamy-faktchekingu-treba-volodity-profesijnym-zhurnalistam/> (дата звернення: 30.07.2021).

218. «Кремлівська гідра»: 300 телеграм-каналів, які отруюють український інфопростір. Детектор медіа, 2022. URL: <http://surl.li/ewhco>

219. «Прямий» переоформив ліцензію у зв'язку з офіційною купівлею каналу Порошенком. Детектор медіа. 2021. URL: <http://surl.li/ewhcr> (дата звернення: 30.07.2021).

220. «Я-бот». Ботоіндустрія зсередини: хто користується та скільки коштує. Слідство.Інфо. 2019. URL: <https://hromadske.ua/posts/ya-bot-film-rozsliduvannya-pro-te-yak-pracyuyut-ukrayinski-botofermi-ta-hto-z-politikiv-koristuyetsya-yihnimi-poslugami> (дата звернення: 30.07.2021).

221. 37% проросійської дезінформації в українських медіа спрямовані проти західних країн – дослідження ІМІ та «Детектора медіа». Інститут масової інформації. 2021. URL: <http://surl.li/ewhjf> (дата звернення: 30.07.2021).

222. Agudelo D. Periodismo social, desde la gente, para la gente. Lasallian University Corporation. 2011. 59 с.

223. Appelman A. та Hettinga K. The Ethics of Transparency: A Review of Corrections Language in International Journalistic Codes of Ethics. Journal of Media Ethics. Exploring Questions of Media Morality. Volume 36, 2021 - Issue 2.

224. Costera Meijer I. What is Valuable Journalism? Three Key Experiences and Their Challenges for Journalism Scholars and Practitioners. Digital Journalism. Volume 10, 2022 - Issue 2.

225. Cytrynblum A. Periodismo Social. Social con orientación en Mediática. Grupo de investigación Estudios de Comunicación y Cultura en Olavarría ECCO. 2011. 12 с.
226. Díaz-Campo J., Chaparro-Domínguez MÁ. Computational journalism and ethics: An analysis of deontological codes of Latin American. Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 2020, 18, pp.10 - 32. DOI:10.7195/ri14.v18i1.1488.
227. Díaz-Campo J., Segado-Box F. Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. Telematics and Informatics. Volume 32, Issue 4, November 2015, Pages 735-744. DOI: 10.1016/j.tele.2015.03.004.
228. Foreman G., Biddle D., Lounsberry E., Jones RG. The ethical journalist: Making responsible decisions in the digital age. Wiley-Blackwell, 2022. P. 424.
229. GDPR. Офіційний український переклад. Асоціація "APhD". 2018. URL: <http://surl.li/ewhjr> (дата звернення: 30.07.2021).
230. Google Конфіденційність та умови. Google. URL: <https://policies.google.com/privacy?hl=uk> (дата звернення: 30.07.2021).
231. Harcup T. Slow journalism as ethical journalism? The Routledge Companion to Journalism Ethics, 2021. 1st Edition. P. 8.
232. Introducing the Knowledge Graph. Google. 2012. URL: <https://youtu.be/mmQl6VGvX-c> (дата звернення: 30.07.2021).
233. Jacquette D. Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media. New York, 2007. 1st Edition. P. 312.
234. Jankowicz N. Opinion: Our biggest mistake in the fight against fake news. DemocracyPost. 2017. URL: <http://surl.li/ewhjl> (дата звернення: 30.07.2021).
235. Little M. Ten Principles That Power Social Journalism. SOSV. 2014. URL: <https://medium.com/sosv-accelerator-vc/ten-principles-that-power-social-journalism-929af51d44e7> (дата звернення: 30.07.2021).

236. Ljajić S. Media, ethical norms and media literacy education. *Facta Universitatis. Series: Teaching, Learning Teacher Education*. Vol. 4, No 2, 2020.
237. Luengo M., Herrera-Damas S. News Media Innovation Reconsidered: Ethics and Values in a Creative Reconstruction of Journalism. 2021. P. 256.
238. Martin F. Negotiating the Conversation: How Journalists Learn to Interact with Audiences Online. *Journalism Practice* Volume 15, 2021 - Issue 6: Future of Journalism.
239. Mateus S. New media, new deontology. *Mediapolis: Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, nº 9, 13-26. 2019. DOI: 10.14195/2183-6019_9_1.
240. McLuhan M. *Understanding Media The extensions of man*. London and New York. 2014 (1964). 396 с.
241. Media IQ. Media IQ. 2016. URL: <http://media-iq.tilda.ws/> (дата звернення: 30.07.2021).
242. Mutsvairo B., Salgado S. Is citizen journalism dead? An examination of recent developments in the field. *Journalism*, 2022. Volume 23, Issue 2.
243. Nam tua res agitur, paries cum proximus ardet. Quotes of famous people. 2020. URL: <https://quotepark.com/quotes/2052012-horace-nam-tua-res-agitur-paries-cum-proximus-ardet/> (дата звернення: 30.07.2021).
244. Newswire. Перші у світі новини про соціальні медіа. Storyful. 2010. URL: <https://storyful.com/news/> (дата звернення: 30.07.2021).
245. Quinn A. Moral Virtues for Journalists. *Journal of Mass Media Ethics. Exploring Questions of Media Morality*. Volume 22, 2007 - Issue 2-3. DOI: 10.1080/08900520701315764.
246. Ryan M. Journalistic Ethics, Objectivity, Existential Journalism, Standpoint Epistemology, and Public Journalism. *Journal of Mass Media Ethics. Exploring Questions of Media Morality*. Volume 16, 2001 - Issue 1.
247. Rybak V. Yes, Ukraine's Oligarchs Own the Airwaves, but Their Days Are Numbered. Atlantic Council. 2018. URL: <http://surl.li/evmrl> (дата звернення: 30.07.2021).

248. Sadivnychy Volodymyr, Nazarov Mykola, Lebid Andrii, Shevchenko Natal'ya. People's Information Security during a Pandemic and in the Post-Pandemic Period as a Systemic Phenomenon in Terms of Their Protectedness. *International Journal of Media and Information Literacy*. 2021, 6(1): 193–200.
249. Shevchenko, V., & Tsykhovska, E. (2022). Trend of personalization of journalism: personal brand of a journalist. *Current Issues of Mass Communication*, (31), 30–39.
250. Singer J. Norms and the network: Journalistic ethics in a shared media space. *Journalism ethics: A philosophical approach*, 2010. Oxford University Press. Section 8. P. 367.
251. Somfalvy E., Pleines H. The Agency of Journalists in Competitive Authoritarian Regimes: The Case of Ukraine During Yanukovich's Presidency. *Media and Communication*, 2021. Vol 9, No 4. *Media Control Revisited: Challenges, Bottom-Up Resistance and Agency in the Digital Age*. DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4227>.
252. Suárez Villega JC. "Ethical and deontological aspects of online journalism. Their perception by journalists". *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 91 to 109. 2015. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1036en
253. Synchak B., Koval A. Recommendations for bridging the gap between theory and practice in journalism. *Norwegian Journal of development of the International Science №70*, 2021. P. 39-43.
254. Synchak B. Verification of facts as an integral part of professional journalism in hybrid wars. *European Socio-Legal & Humanitarian Studies № 1*. 2021. C. 111–124.
255. Uskali T., Ikonen P. The impact of emotions in immersive journalism. *Immersive Journalism as Storytelling*, 2021. P. 213.
256. Verdu V. Pensábamos que la gente quería escuchar y lo que quería era hablar. *Hablan los Profesionales*. 2015. URL: <http://surl.li/ewhjy> (дата звернення: 30.07.2021).

257. Very Verified. Онлайн-курс з медіаграмотності Розділ 4. Дезінформація та маніпуляції. EDERA, IREX. 2019. URL: <https://verified.ed-era.com/ua/manipulation/part-a> (дата звернення: 30.07.2021).

258. Very Verified. Онлайн-курс з медіаграмотності. IREX, EDERA. 2018. URL: <https://verified.ed-era.com/ua#rec129945142> (дата звернення: 30.07.2021).

259. Yelisovenko, Y., Nahorniak, M., & Sychak, B. Медійна активність та ставлення респондентів до української телерадіоаналітики. *Communications and Communicative Technologies*, (22), 2022. 71-86. <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/292208>. (дата звернення: 30.01.2022).

260. Yevtushenko, O., Kovalova, T., Sadivnychy, V., Zhylenko, I., & Bondarenko, O. (2022). Overcoming Post-truth Challenges: Is journalism education successful in Ukraine?. *Amazonia Investiga*, 11(57), 100-110. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.57.09.11> (дата звернення: 30.01.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Публікації, що висвітлюють основні наукові результати дисертації

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Синчак Б. А. Свобода слова та журналістські стандарти в контексті блокування «телеканалів Медведчука». Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 4 (3), 2021. С. 211–218.
2. Синчак Б. А. Механізм адаптації компонентів журналістської етики у професійній практиці журналістів-початківців. State and Regions. Series: Social Communications. № 3 (47), 2021. С. 53–58
3. Синчак Б. А. Антропоцентризм у соціальній журналістиці України. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 2 (79), 2021 р. С. 38–51.
4. Синчак Б. А. Особливості ідентифікації та виправлення неправдивої інформації в українських мас-медіа. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 5 (2), 2021. С. 205–214.
5. Синчак Б. А., Коваль А. Г., Кеда А. О. Вплив соціальних мереж на журналістику. Габітус. Вип. 25. 2021. С. 21–26.
6. Синчак Б. А. Oligarchization and Offshorization as a Problem Transparencies of the Ukrainian Media Market. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). № 6 Том 3, 2021. С. 165-171.
7. Синчак Б. А. Тенденційне підвищення рівня медіаграмотності як результат збільшення запитів на якісну інформацію. Український інформаційний простір, 1 (9), 2022. 133–146.

8. Синчак Б. А. Свобода вибору та свобода дій у площині українських мас-медіа. Вісник Львівського Університету. Серія журналістика. № 51 2022. 106–124.

9. Синчак Б. А. Прямоефірна інформаційна війна та російсько-українська війна 2022-го на медійному плацдармі. Український інформаційний простір, 2 (10), 2022. 85–97.

10. Yelisovento, Y., Nahorniak, M., & Synchak, B. Медійна активність та ставлення респондентів до української телерадіоаналітики. Communications and Communicative Technologies, (22), 2022. 71-86.

Статті в наукових періодичних виданнях інших держав

11. Синчак Б. А., Коваль А. Г. Рекомендації щодо подолання розриву між теорією та практикою в журналістиці. Norwegian Journal of development of the International Science. №70. 2021. С. 39–43.

12. Synchak B. Verification of facts as an integral part of professional journalism in hybrid wars. European Socio-Legal Humanitarian Studies. № 1. 2021. С. 111–124.

13. B. Synchak, A. Koval. Recommendations for bridging the gap between theory and practice in journalism. Norwegian Journal of development of the International Science №70, 2021. P. 39-43.

Публікації в наукометричній базі Web of Science

14. Synchak, Bohdan; Livak, Petro; and Fedorenko, Mykhailo (2022) "Training of Military Chaplains for the Armed Forces of Ukraine in Conditions of the Invasion by the Russian Federation," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 3, Article 8. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2345>.

15. Synchak, Bohdan; Livak, Petro; and Kuvaldina, Olga (2022) "Religious Beliefs of World Boxing Champions as a Factor of Influence on Ukrainian Society in the Context of Social Responsibility," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 1, Article 6. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2319>.

16. Synchak, Bohdan; Balaklytskyi, Maksym; and Dudarets, Volodymyr (2022) "Non-Religious Influence of the Ukrainian Orthodox Church of the Moscow

Patriarchate on Ukrainian Society," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 4, Article 6. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2352>.

17. Kuryliak, Valentyna and Synchak, Bogdan (2022) "Reasons for the Rupture of the Ukrainian Orthodox Church with the Moscow Patriarchate against the Backdrop of the War in Ukraine 2022," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 42: Iss. 7, Article 4. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2377>.

18. Synchak, Bohdan; Ovchar, Mariia; Shevchuk, Valentyn; and Tsurina, Eleanora (2023) "Media Coverage of the Peacekeeping Activities of Pope Francis' Support of Ukraine in the Russian-Ukrainian Full-Scale War," Occasional Papers on Religion in Eastern Europe: Vol. 43: Iss. 1, Article. DOI: <https://doi.org/10.55221/2693-2148.2401>.

Публікації в колективних монографіях

19. Федоренко М. О., Синчак Б. А. Інформаційний плацдарм «гарячої» стадії російського військового вторгнення в Україну 2022. «Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти». DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-81>.

20. Синчак. Б. А. Російські військові злочини проти мас-медіа в Україні за 21 день війни 2022. «Російсько-українська війна (2014–2022): історичні, політичні, культурно-освітні, релігійні, економічні та юридичні аспекти». DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-130>.

21. Синчак Б. А. Паралелі між російськими утисками української журналістики в ХІХ, та на початку ХХІ століття. Society and Politics: Current Trends in Ukraine and The European Union as a Result of Military Aggression by the Russian Federation. 2022, Bratislava, Slovakia. С. 63-84.

Наукові праці, які засвідчують апробацію результатів дисертації

Матеріали конференцій

22. Синчак Б. А. Теоретичні та творчі проблеми розвитку мистецтва в сучасних умовах. Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної

конференції. Економіка і культура України в світових глобалізаційних процесах: позиціонування і реалії: матеріали наук.-практ. конф., м. Київ, 21–22 березня Київ, 2018.

23. Синчак Б. А. Деонтологічна проблематика сучасних медіа. Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2019. С. 68–71.

24. Синчак Б. А. Права та свободи людини у медіапросторі. Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2019. С. 71–76.

25. Синчак Б. А. Філософські передумови значимості деонтології у мас-медіа. Актуальні проблеми соціальних та економічних процесів в умовах трансформації українського суспільства: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2020. С. 106–109.

26. Синчак Б. А. Свобода вибору та свобода дій у площині вітчизняних мас-медіа. Антикризовий розвиток соціальних та економічних процесів в умовах глобалізації: матеріали наук.-практ. конф., м. Буча, 2021. С. 137–140.

27. Синчак Б. А., Гриненко І. В., Кушнір Г. О. Філософія настінного графіті: символізм та соціальні смисли: Інноваційні технології у будівництві, цивільній інженерії та архітектурі: матеріали наук.-практ. конф., Чернігів, 2021. С. 290–294.

Додаток Б (до підрозділу 3.3)

Питання із проведеного анкетування присвячені з'ясуванню суспільної думки щодо явища етики в журналістиці та дані вибірки респондентів

007. Що саме, на вашу думку, є предметом науки, що має назву "Етика"?

1 117 відповідей

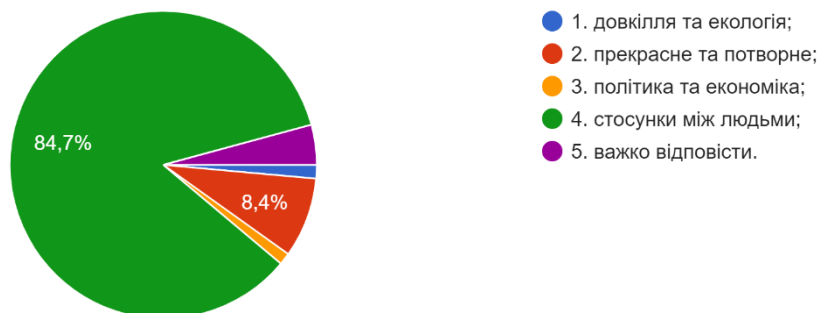


Рисунок 1. Предмет науки «Етика»

011. Що саме, на вашу думку, є професійною журналістською етикою?

1 117 відповідей

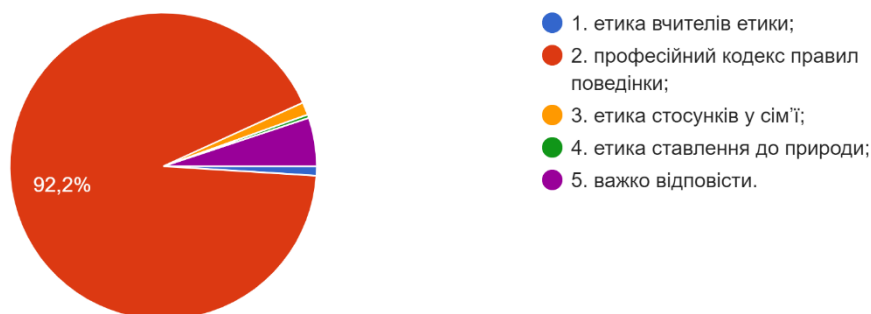


Рисунок 2. Професійна журналістська етика

015. Чи помічали ви порушення журналістської етики у телерадіоаналітиці?

1 117 відповідей

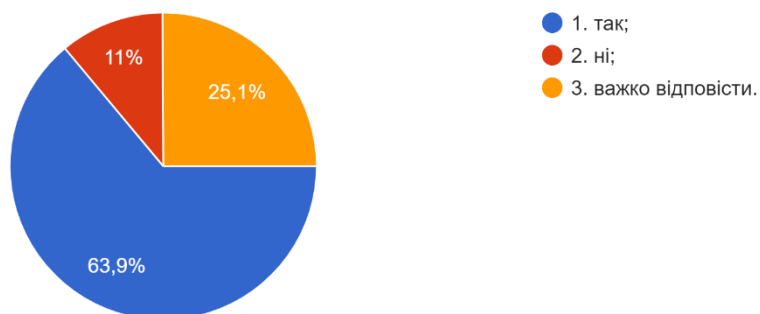


Рисунок 3. Порушення журналістської етики

019. Ваша стать?

1 116 відповідей

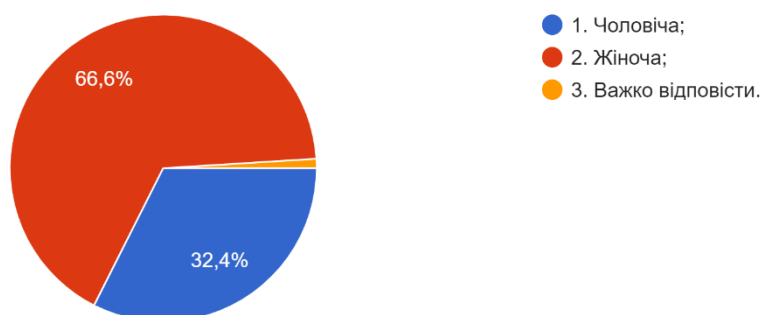


Рисунок 4. Стать респондентів

020. Ваш вік?

1 116 відповідей

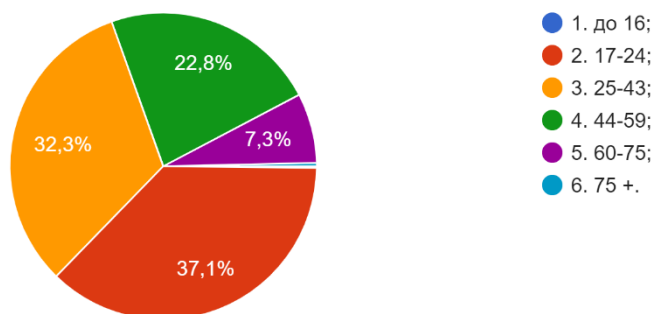


Рисунок 5. Вік респондентів

021. В якому регіоні ви мешкаєте?

1 116 відповідей

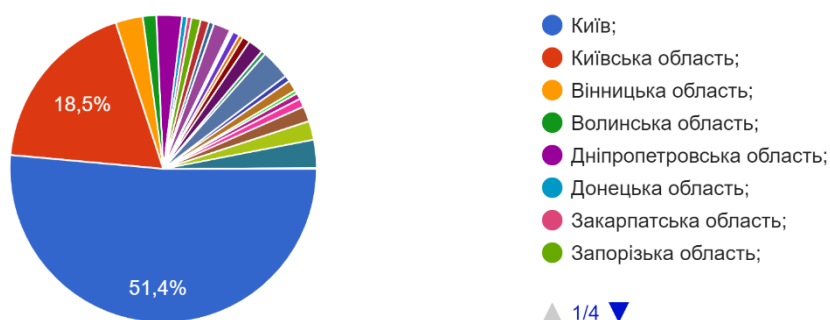


Рисунок 6. Місце проживання респондентів

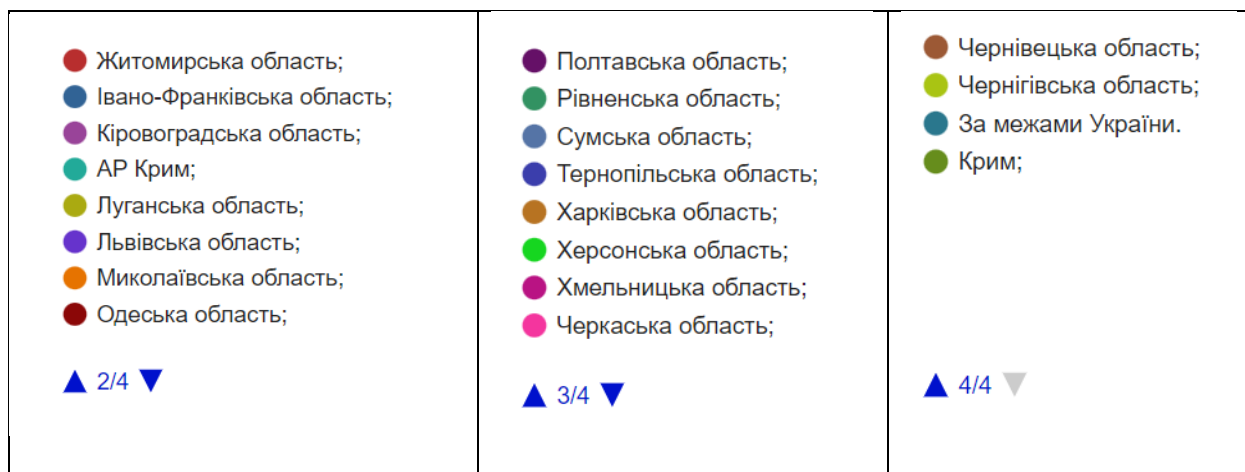


Рисунок 7. Місце проживання респондентів