

ОБРАЗ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТА КРІЗЬ ПРИЗМУ ЕТИЧНИХ СТАНДАРТІВ ТА ХАЙП

Анастасія Панкратова,

здобувач освітньо-професійного ступеня

«фаховий молодший бакалавр», спеціальність 061 Журналістика,
ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика»

Науковий керівник –

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,

завідувачка кафедри журналістики та філології

ПЗВО «Міжнародного класичного університету

імені Пилипа Орлика»

Валентина Стекольщикова

Морально-особистісна відповідальність кожної людини залежить від моральних переконань, свідомості, загальнолюдських норм та рівня знань. Ситуація у світі сьогодні підкреслює важливість проблеми моралі, етики відображення подій російсько-української війни у засобах масової інформації, зокрема крізь призму постаті сучасного журналіста.

Під час війни доступ до перевіреної інформації є особливо актуальним і важливим. Інформаційна війна, яку веде росія, – країна агресор, накладає велику тінь на мас-медіа в Україні. Головним засобом російської пропаганди виступають ЗМІ-сміттярки – компанії намагаються вести інформаційну діяльність та дискредитувати українську владу. Це має серйозний вплив на свідомість потенційної аудиторії до засобів масової інформації, крім того, це може призвести до спотворення інформаційного середовища і на міжнародній арені. Незважаючи на численні інформаційні атаки з боку країни-агресора, мас-медіа продовжують дбати про якісну та об'єктивну інформацію. Портал «Право в умовах війни» зазначає, що працівники ЗМІ мають право на збирання інформації в районах воєнних дій лише за умов акредитації на це, а після завершення роботи мають надати відзнятий матеріал для перевірки на предмет наявності відомостей, які не підлягають розголошенню [3].

Основними проблемами журналістської етики в Україні є перевага у мас-медійному просторі економічних цінностей над духовними, низький рівень дотримання етичних норм журналіста, маніпулювання. Для того, щоб його вирішити, журналістам, на-

самперед, потрібно виховувати не прийняття будь-яких інших принципів діяльності, окрім морально-етичних у професійній комунікації. Також журналіст повинен доносити інформацію до громади, яка стосується інтересів її споживачів, а не власників засобів масової інформації.

Журналістська етика – це набір правил, норм поведінки, яких мають дотримуватися всі, хто збирає, опрацьовує та поширює масову інформацію. Ця тема є популярною серед науковців через свою актуальність та важливість, тим паче під час війни. Коли кожне слово може не лише зашкодити конкретній особистості, а й наразити на небезпеку ціле поселення або місто. Журналістський хайп може мати, у військовий час, несвідомий колабористичний підтекст. В. Іванов пише, журналіст має бути впевненим у правдивості інформації, яку він поширює. Має бути упевнений у надійності джерела інформації. Якщо джерело не викликає 100 % довіри, вважається достатнім перевірити інформацію у двох інших незалежних джерелах. Журналіст має бути особливо пильним, щоб не завдавати шкоди [3, с. 18]. З цим ми погоджуємось, журналіст є тим, хто єднає народ. Він повинен «фільтрувати» та перевіряти інформацію, яку хоче опублікувати. Він повинен розрізняти, що таке професійні стандарти та хайп, розуміти, що ексклюзивний журналістський текст під час війни може говорити не про професіоналізм журналіста, а про недотримання етичних стандартів. Крім того, при публікації неправдивої інформації сам журналіст наражає себе на небезпеку. Порушення етичних стандартів є навмисне перекручування фактів, їх тенденційний вибір, поширення брехливої або напівбрехливої інформації. А під час війни, навіть, публікація правдивої інформації, яка не узгоджена з ЗСУ, стає характеристикою непрофесійності журналіста. Якщо військові просять щось не знімати, – варто дослухатися. Але, на жаль, це розуміють лише ті, хто побував у полум'ї прифронтових чи фронтових територій. Фото може бути гарне, ви поїдете, але потім по військовим через це “прилетить”. Мало хто хоче мати таку історію на своїй совісті [5].

Професійна етика більше ототожнюється з мораллю, ніж з діловою стратегією та соціальною відповідальністю. Чинним міжнародним документом у галузі етичного регулювання є –

«Міжнародні принципи журналістської етики», до цих принципів належать: право людей на отримання правдивої інформації, вірність журналіста об'єктивній реальності, соціальна відповідальність журналіста, професійна чесність журналіста, загальнодоступність засобів масової інформації й участь громадськості в їх роботі, повага приватного життя і людської гідності, повага громадських інтересів, повага загально цінностей і багатоманіття культур, усунення війн та іншого зла, що протистоїть людству, сприяння новому міжнародному порядку в галузі інформації.

Основне завдання журналіста – це інформування аудиторії, а не маніпуляція нею. Медійники, які займаються маніпулюванням автоматично перестають бути журналістами.

Сучасні медіа відіграють важливу роль у форматі суспільних подій, поглядів, цінностей та норм поведінки. Етика та моральність у медіа стаються особливо актуальним у контексті поширення інформації. У сучасних умовах розвитку суспільства і соціальних комунікацій, зростає роль морального стрижня працівника мас-медіа.

Українська держава високо цінує роботу журналістів, професійність та безстрашність у висвітленні російсько-української війни. З моменту повномасштабної війни журналісти стали не просто авторами унікальних новин, це люди, які обізнані у відповідній сфері та працюють в екстремальних небезпечних умовах. Міністерство оборони України, повідомляє, що представники ЗМІ можуть публікувати фото та відео військових об'єктів не раніше 12 годин після завершення бойових дій. Поняття моралі поряд з поняттям честі, соціальної відповідальності губиться в процесі розвитку інформаційних технологій. Моральність, як особистісна риса часто відіграє вирішальну роль у ситуаціях морального вибору, що нерідко виникає у професійній діяльності. Сучасні моралі інформаційного простору потребують глибинного наукового осмислення. Такі потреби існують тому, що інформаційний вплив набуває все більше можливостей впливу на свідомість людей.

Отже, важливо, щоб медійні платформи та журналісти дотримувались етичних норм у своїй діяльності. Кодекс етики українського журналіста визначає підходи, якими керують у роботі всі медійники. Моральний аспект професійного захисту журналістів поширюється на фізичну, психічну, економічно-матеріальні сфери. Під час

війни хайп часто використовують для маніпулювання громадської думки. Журналісти, які працюють у цей період, стикаються з великим викликом – забезпечити об’єктивне висвітлення подій, не піддаючись тиску хайпу та не підкреслюючи його. Важливо зберігати журналістську чесність та етику, щоб не лише інформувати громадськість, але й захищати її від маніпуляцій. Завдяки впливовості інформації реципієнти часто діють всупереч своїх переконанням та інтересам, а це прямиий результат маніпулювання ЗМІ завдяки амбівалентності інформації, яку вони передають [1, с. 209].

ЛІТЕРАТУРА

1. Винник-Остапишина В. Професійна мораль і моральність сучасного журналіста. *Вісник Прикарпатського університету. Сер. Філософські і психологічні науки*. 2016. Вип. 20. С. 108–114.
2. Гриненко І. В. Формування етичних засад у майбутніх журналістів у політичній площині. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31. С. 191 – 195.
3. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелам інформації в мас-медіа. *Інформаційне суспільство*. 2015. Вип. 22. С. 17–20.
4. Міноборони та Мінкультури пояснили, коли ЗМІ можуть публікувати фото та відео військових об’єктів. *Армія Inform* : веб-сайт. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/04/27/minoborony-ta-minkultury-poyasnyly-koly-zmi-mozhut-publikuvaty-foto-ta-video-vijskovyuh-obyektiv/> (дата звернення: 03.04.2024).
5. Про Заяву Верховної Ради України про цінність свободи слова, гарантії діяльності журналістів і засобів масової інформації під час дії воєнного стану. *Верховна Рада України* : веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2190-20#Text> (дата звернення 03.04.2024).
6. Пономаренко Л. Г. *Професійний портрет журналіста: моральна складова. Держава та релігія. Сер. Гуманітарні наук*. 2014. С. 106–112.
7. Стекольщикова В. А. Амбівалентність інвеститивного катарсису: хейтерінг і афірмація у розрізі впливовості розслідування діяльності. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Сер. Філологія. Журналістика*. 2021. С. 208 – 212.