

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Нестеряк Юрій Васильович

«__» _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

ДОТРИМАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ СТАНДАРТІВ
УКРАЇНСЬКИМИ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

Виконавець: Медведєва Анна Віталіївна

Керівник: д-р філол. наук, проф.

Шульгіна Валентина Іванівна

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СТАНДАРТИ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	8
1.1. Стандарти як характеристика регуляторної політики в сфері функціонування мас-медіа.....	8
1.2. Стандартизація контенту мас-медіа.....	16
1.3. Етичні норми роботи українського журналіста.....	23
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ.....	32
2.1. Історія появи та розвитку інтернет-видань.....	32
2.2. Функціональні особливості інтернет-видань.....	38
2.3. Явище суб'єктивізму в контенту інтернет-видань.....	43
Висновки до розділу 2.....	52
РОЗДІЛ 3. ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ ТА ЕТИЧНИХ НОРМ В ОБРАНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ.....	53
3.1.Дотримання стандартів та етичних норм журналістами інтернет- видання «Новое время».....	54
3.2. Висвітлення новин журналістами інтернет-видання «ZIK».....	61
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

В умовах розвитку глобалізаційних процесів, широкого використання інформаційно-комунікаційних технологій, мережеві медіа, інтернет-видання активно розвиваються. Цей розвиток пов'язаний із необхідністю залишатись такими виданнями, які відповідали б вимогам часу та мали б відчутну затребуваність в аудиторії.

На сучасному етапі розвитку науки і техніки журналістика вважається одним із важливих інструментів впливу на розвиток людини і соціуму, політики та економіки держави загалом. Український медіа простір в інтернеті зазнає безліч трансформаційних змін, але, враховуючи свою історію (період становлення незалежності, Революція Гідності, окупація Криму, українсько-російська війна, президентська та парламентська виборчі кампанії, політичні конфлікти тощо), розвивається відповідно до своєї історичної ідентичності.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що серед ЗМК України саме інтернет-видання нині є найбільш оперативними, вільними від цензури й стороннього втручання та тиску державних інституцій. Саме ці видання, де працюють професійні редакційні колективи зі значним досвідом роботи, здійснюють незалежний від державних структур, політиків чи можновладців соціальний контакт, прагнуть налагодити комунікацію між співгромадянами.

Інтернет-журналістика, безумовно, є найбільш демократичною в тому сенсі, що дає можливість одночасно висловитися професійному репортеру й залишити свій коментар пересічному читачеві. Обмін думками в авторських і соціальних медіа з відомими політиками та громадськими діячами сприяє становленню базису зваженої суспільної думки, повсякчас створюючи поки що віртуальний світ, у якому панує етична категорія вибору, що дає змогу говорити про можливість і необхідність соціальної комунікації.

Саме до сфери інтернет-журналістики України як найбільш популярної спрямували свої зусилля репортери й аналітики молодшої генерації, які, спираючись на багаторічний досвід старших колег, пропонують оригінальні новації, зокрема в жанротворенні. Вони, використовуючи можливості інтернет-журналістики, розширюють межі розслідування, аналітики (лонгріди), інтерв'ю, проводять інтерактивні прес-конференції зі спонтанним залученням користувачів, а отже, створюють нові форми, ідеї, запроваджують передові методи.

Актуальність передбачає не тільки констатацію факту появи оригінальної для України форми викладу матеріалів в інтернеті, а й творчий аналіз, екстраполяцію на майбутнє позитивних прийомів і методів опрацювання, подачі інформації, що сформувалися в процесі діяльності вітчизняних репортерів та аналітиків. Це стало можливим завдяки новітнім інформаційним технологіям, більшість з яких зосереджена в інтернеті.

При цьому важливим елементом повноцінного розвитку та впливовості українських інтернет-ЗМІ є дотримання норм та стандартів журналістської діяльності, як провідного чинника якості контенту. З іншого боку, продовжує існувати тенденція «замовних» матеріалів, або ж домінування відповідної політики редакції, в залежності від власника медіа.

В Україні більшість досліджень репрезентують соціологічний аспект дотримання журналістських стандартів, розглядаючи їх у сфері етичних відносин і представлені громадськими організаціями (Академія української преси, Інститут масової інформації, «Детектор медіа» тощо). Натомість науковий аспект проблеми, як складний комунікаційний процес, що об'єднує декілька суб'єктів інформаційної взаємодії, розглядається значно менше.

Політична, соціальна, міжнародна журналістика в інтернет-виданнях, її вплив на суспільну свідомість і формування основ культури, утвердження ідеологій та доктрин як окремої наукової проблеми вітчизняними вченими в комплексі ще не розглядалася, однак окремі аспекти досліджуваної проблеми стали предметом зацікавлення багатьох закордонних і українських науковців.

Це, зокрема, В. Брадов [4], К. Василенко [7], В. Владимиров [9], О. Глушко [10], О. Каплій [17], О. Старіш [44], А. Чічановський [44], Н. Шеременко [45].

Проблематику дотримання стандартів в журналістських матеріалах знаходимо в працях В. Іванова [15, 16], С. Квіта [18], Н. Копистянської [19], А. Москаленка [26], Т. Приступенко [31, 72], В. Сердюка [16], В. Селиванова [39], Т. Тарахонич [40], С. Штурхецького [46] тощо.

Мета дослідження полягає у визначенні регуляторних і контентних характеристик стандартів журналістської діяльності та журналістської етики в українському сегменті інтернет-журналістики як одного з провідних інструментів формування незаангажованих мас-медіа в суспільстві на прикладі аналізу дотримання стандартів конкретними інтернет-медіа.

Визначена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- 1) сформулювати ключові особливості стандартів української журналістики;
- 2) визначити основні етичні принципи роботи українського журналіста;
- 3) дати характеристику сучасних українських інтернет-видань;
- 4) здійснити аналіз дотримання стандартів та етичних норм в межах функціонування конкретних інтернет-видань.

Об'єкт дослідження – українські інтернет-ЗМІ.

Предметом дослідження є особливості дотримання журналістських стандартів в діяльності українських інтернет-ЗМІ.

Джерельна база дослідження – українські інтернет-видання «Новое время» і «ZIK».

Часові рамки дослідження – період від 01 січня 2020 року до 05 грудня 2020 року.

Методи дослідження. Головним методологічним інструментарієм дослідження стали такі методи: історико-порівняльний, структурно-функціональний, контент-аналізу та моніторингу, а також герменевтичний метод. Окрім того – аналіз роботи редакторів інтернет-ЗМІ, що досліджувалися («Новое время» та «ZIK»). Застосування історико-порівняльного методу дало

змогу порівнювати стан розвитку суспільної свідомості й громадянського суспільства в різний час, дозволив виокремити основні етапи виникнення та розвитку провідних інтернет-видань України; з'ясувати сучасний стан розвитку провідних українських інтернет-видань. Структурно-функціональний метод дав змогу визначити можливості й перспективи інтернет-видань України як засобу соціальної комунікації. Структурно-функціональний метод разом із застосуванням міждисциплінарного підходу прислужився у визначенні та для виокремлення місця й ролі суб'єктивної журналістики в процесах соціальних комунікацій. Методи моніторингу і контент-аналізу дали можливість виявити основні цільові аудиторії, на які працюють аналізовані українські інтернет-видання, здійснити аналіз публікацій і співставити цей аналіз з ключовими вимогами до дотримання журналістських стандартів і норм журналістської етики. Герменевтичний метод прислужився у випадках, коли необхідно було знайти засоби досягнення адекватної інтерпретації окремих матеріалів в інтернет-виданнях, що безпосередньо впливають на процеси регуляції контенту з огляду на дієвість журналістських стандартів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що вперше явище стандартів журналістської діяльності українських інтернет-ЗМІ досліджується з позиції чотирискладової моделі (загальноприйняті журналістські стандарти, етичні норми української журналістики, нормативно-правова база функціонування журналістських стандартів та етичних норм, результати аналізу дотримання цих норм конкретним и українськими інтернет-ЗМІ). Зокрема, обґрунтовано, що інтернет-видання, маючи безпосередній вплив на суспільство, на формування громадської думки за умов відсутності чітких рамок стандартів творчої діяльності можуть, з одного боку, втрачати свою професійну репутацію, слугувати джерелом викривлення сприйняття дійсності, з іншого боку, являти собою взірць неупередженої, суб'єктивної чесної журналістики з мінімальними авторитетними втратами і максимальним дотриманням журналістських стандартів і етичних норм журналістики. Детально проаналізовано комплекс регуляторних та нормативно-правових

норм, які впливають на діяльність редакційних колективів та журналістів в сучасному медіа просторі. Окреслено перспективи розвитку стандартів журналістської діяльності на теренах України.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що матеріали магістерської роботи можуть бути використаними в теоретичних і практичних розвідках із журналістикознавства, соціальних комунікацій та професійної журналістської етики. Також вони можуть стати помічними при укладанні лекційних і практичних курсів для таких дисциплін, як «Інтернет-журналістика», «Медіаетика», «Теорія і методика журналістської творчості», «Медіаправо», а також при розробці навчальних посібників і методичних рекомендацій для студентів-журналістів і студентів-міжнародників.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів (8 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (81 джерело). Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку, основний зміст викладено на 72 сторінках.

РОЗДІЛ 1

СТАНДАРТИ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Стандарти як характеристика регуляторної політики в сфері функціонування мас-медіа

Властиве сучасному етапу національної історії поєднання демократичних та євроінтеграційних процесів з кризовими соціополітичними явищами і зовнішніми інформаційними викликами виокремлює перехідний стан соціокультурної системи та актуалізує громадсько-консолідаційні і державно-консолідаційні функції українських засобів масової інформації. Найбільш популярні в суспільстві мас-медіа як таке джерело інформації, яке є професіональним, цілком інституціоналізованим явищем, потребують регуляторного потенціювання, важливе місце у якому належить правовому забезпеченню медіапрактики, медіадіяльності.

При цьому основними функціями ЗМІ визнаються: інформування, організаторська, пропагандистська, контрпропагандистська, соціологічна, артикуляцій, критики та контролю, кореляції, соціалізації, регуляторна [31, с. 14]; соціального зв'язку, забезпечення спадкоємності; мобілізаційна, політична («владна»), комунікативна, поведінково-формуєча, світоглядна, ціннісно-орієнтуєча [45, с. 282–283].

Утім, чи не найбільш принциповою є функція регуляторна, яка тісно пов'язана із стандартами журналістики. Одним з перших, хто звернув увагу на важливість регуляторної функції засобів масової інформації, був український вчений А. Москаленко. Чільне місце у працях дослідника посіло обґрунтування значення держави, державних органів як «регулятора комплексу відносин, пов'язаних з інформацією та інформаційними процесами» [26, с. 141–142], ініціатора удосконалення законодавчої бази [26, с. 143–144].

Стандарти і проблеми регуляції стали предметом особливого наукового інтересу і практичного піклування вченого (професор А. Москаленко був деканом факультету журналістики, а згодом – директором інституту журналістики Київського національного університету імені Т. Шевченка), який звернув увагу на такі проблеми, які були пов'язані з утвердженням ефективного регуляторного механізму, основними принципами якого є не лише «влада закону, а не окремих осіб, поділ влади на законодавчу, виконавчу та судову, правління конституційних органів, а не окремих індивідуумів» [26, с. 96], але й можливість втілення творчих потенцій журналістів і журналістських колективів.

Аналізуючи взаємодію засобів масової інформації та суспільства, Москаленко підкреслював, що «за всієї різноманітності політичних свобод, свобода преси є головним гарантом конституційності демократичного ладу» [23, с. 95]. Особливу увагу вчений надавав соціальній відповідальності преси, дотриманню нею суспільних зобов'язань та професійних стандартів [26, с. 85]. Досі актуальним є твердження А. Москаленка, що у країнах, які розвиваються, ЗМІ можуть вимагати свободи, якщо вони перебувають на службі національних інтересів і мають патріотичну спрямованість [26, с. 86].

Український вчений О. Бухтатий, який трагічно загинув 2019 року, дуже активно аналізував процеси інформаційної еволюції, взаємини влади і засобів масової інформації і насамперед те, як процеси регуляторності в сфері функціонування мас-медіа співвідносяться з демократичними стандартами та відповідають цим демократичним стандартам. Зокрема, автором наголошено на тому, що з початку 1990-х рр. «були закладені правові основи розвитку вітчизняної інформаційної сфери, що орієнтувало законодавство на забезпечення прав і свобод громадян у галузі інформації, врахування світового досвіду та національних особливостей мас-медійної та політичної систем, демократичну діяльність преси, радіо, телебачення» [6, с. 7].

У цьому контексті вважаємо важливим твердження щодо співвідношення правової, етичної, особистої відповідальності журналістів і свободи засобів

масової інформації, справедливості регуляторної політики і необхідності дотримання стандартів. Важливою є теза про те, що «характерною особливістю інституційних механізмів впливу на засоби масової інформації в умовах демократичного державотворення є збалансування двох різновекторних інтересів – забезпечення гарантій незалежності мас-медіа та встановлення мінімально рівня державного втручання у їх діяльність» [6, с. 8].

Останні десятиріччя, а особливо – початок XXI століття позначені виходом таких документів, які суттєво пояснюють і систематизують матеріали щодо регуляції діяльності засобів масової інформації, щодо регуляторної політики, яка має проводитись у контексті збереження ключових стандартів журналістики. Так, від 2009 року Європейський Союз увів систему нормативно-правового упорядкування інформаційних відносин (див. : [28]) – тут йдеться про те, що журналістам необхідно ознайомлюватись з правовими стандартами регулювання суспільного мовлення, суспільного контексту взагалі ЄС, Ради Європи та країн-членів Євросоюзу [24, с. 140], оволодівати тими навчаннями і практиками, які узагальнюють практику Європейського суду щодо України у питаннях свободи вираження поглядів [38], рішень Європейського суду з прав людини щодо доступу до інформації [36] в контексті впровадженні державою регуляторної політики.

Взагалі ж, як вид організаційного, соціального та політичного регулювання, не лише система дотримання стандартів забезпечує структурну цілісність та дотримання стандартів в усіх видах контенту засобів масової інформації в їх сукупності, синтез своєрідностей контенту, його особливих властивостей і можливостей. Йдеться про те, що сьогодення «ставить перед мас-медіа завдання знаходження оптимальних варіантів сполучення правових форм впливу з регуляторними можливостями інших соціальних норм» [12, с. 56].

Одну з перших в Україні понятійних репрезентацій регулювання діяльності засобів масової інформації як необхідність врахувати саме стандарти журналістики містить навчально-методичне видання за авторством Н. Петрової

та В. Якубенка, де у якості вагомих інститутів журналістських стандартів з огляду на регуляторні процеси виокремлено такі характеристики мас-медіа:

- 1) роль і принципи права;
- 2) систему органів державної влади;
- 3) європейський контекст української системи регуляторної політики;
- 4) міжнародні стандарти свободи вираження поглядів;
- 5) роль преси у демократичному суспільстві;
- 6) захист джерел інформації;
- 7) цензуру як правову категорію;
- 8) міжнародні стандарти доступу до інформації;
- 9) форми доступу до відкритої інформації;
- 10) інформацію з обмеженим доступом;
- 11) відповідальність за зловживання свободою інформації; журналіста як суб'єкта права;
- 12) етичні стандарти поведінки і професійні обов'язки журналістів;
- 13) свободу слова у контексті прав людини;
- 14) правові ризики журналістської діяльності, правові аспекти заснування ЗМІ тощо (див. : [29]).

Дослідження функціонального статусу стандартів у системі медіакомунікацій підтверджує соціально-комунікаційну та соціально-регуляторну детермінованість необхідності регулювання діяльності засобів масової інформації. З боку структурно-функціональних особливостей соціально-комунікаційного простору передумови регулювання ЗМІ повинні враховувати інтереси учасників інформаційного поля. Цей організаційний нюанс, щоправда, підвищує комунікаційні ризики, можливості ігнорування стандартів журналістики, але, з іншого боку, призводить до необхідності налагодження ефективної взаємодії між учасниками – регулятором та журналістським колективом, – орієнтованої на поступальний розвиток як свободи слова, так і журналістської відповідальності перед аудиторією.

У площині регулювання діяльності засобів масової інформації необхідність впливу на цю процедуру стандартів журналістики зумовлена формалізованістю та імперативністю санкцій насамперед не моральних, етичних чи якихось соціальних, а правових норм, яких позбавлені інші форми регуляції. Регуляторний вплив правової норми на суспільні відносини здійснюється через механізм правового регулювання, що «забезпечує трансформацію загальних правил поведінки в конкретні юридичні права і обов'язки конкретних суб'єктів» [37, с. 55–56]. Визначеністю позначений і процес покладання юридичної відповідальності за порушення норми, здійснюваний за процесуальними правилами.

І все ж, необхідно вести мову про однозначно важливе значення етичних медіапринципів. Маємо на увазі те, що взагалі соціально-комунікаційне значення правового регулювання діяльності ЗМІ підтверджують комунікаційні потенції права, але при цьому йдеться і про здатність регуляції до координації інтересів суб'єктів соціальної взаємодії та консолідації соціально-комунікаційного простору. Відтак, закономірно, що специфічними видовими рисами соціальної відповідальності регуляторної політики, яка мала б враховувати необхідність дотримання журналістських стандартів, є формальна визначеність, зв'язок із творчими (контент-аналіз, моніторинг) формами здійснення, гарантування додержання стандартів.

Установлено, що особливої актуальності медіаправове регулювання діяльності ЗМІ набуває у суспільствах, позначених різноманітністю інформаційного обігу, плюралізмом поглядів, позицій, думок, незалежністю та відносною автономністю ЗМІ, які мають доступ до достатньої кількості різноманітних джерел інформації, засобів виробництва та розповсюдження продукції. Найбільш гостро така проблема постає у країнах, які щойно стали на шлях демократії, – з неусталеними контекстами поточного життя, відсутністю традицій паритетних взаємин влади та засобів масової інформації, фінансовою залежністю медіа від олігархічних, бізнес-еліт та політичних структур. Актуалізацію соціонормативного регулювання мас-медіа спонукають

соціально-політичні кризи та інформаційна експансія ворожих національній державності сил. Але, втім, з розвитком демократії поряд з правовим урегулюванням все більшого значення набуває саморегулювання та громадське регулювання ЗМІ.

Необхідність механізмів дотримання стандартів журналістики в системі соціального регулювання діяльності засобів масової інформації зумовлена відчутним браком інших регуляторних форм морально-етичного саморегулювання, громадського, суспільного регулювання діяльності мас-медіа. А тому можна говорити про те, що така форма регуляторної політики, яка стосується журналістських стандартів, вирізняється неформалізованістю, неімперативністю, обмеженістю впливу на журналістську практику, така форма відрізняється недостатньою дієвістю у вирішенні суперечностей при конфліктах, при узгодженні соціальних запитів, неоднорідних, іноді деліктних проблем відносно вимог моралі очікувань з боку суспільства, влади, громадських і політичних об'єднань, лобістських угруповань, служб public relations, власників, рекламодавців.

Регуляторну ефективність необхідності забезпечення дотримання стандартів журналістики може повною мірою гарантувати тільки внутрішня узгодженість системи правових норм, встановлених чи санкціонованих державою, відображених у нормативно-правових актах, формально визначених, інституціональних, забезпечених державним примусом загальнообов'язкових для виконання. Так, наприклад, ціла низка нормативно-правових актів окреслює напрями, зміст діяльності та адміністративно-правовий статус інституцій нагляду та регулювання діяльності мас-медіа, міру і форми участі у них органів державної влади. Так, у п. 20 ст. 85, п. 13 ст. 106 Конституції України визначено особливості формування Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.

У Законі України «Про телебачення і радіомовлення» вказано, що Верховна Рада України визначає державну політику щодо телебачення і радіомовлення, законодавчі засади її реалізації, гарантії соціального і правового

захисту працівників аудіовізуальних ЗМІ (ч. 1 ст. 7), а повноваження Кабінету Міністрів України обіймають проведення державної політики щодо регулювання учасників інформаційного поля в межах телебачення і радіомовлення, спрямування та координацію діяльності міністерств та інших органів виконавчої влади в означеній сфері (ч. 2 ст. 7). Також підкреслено, що формування та реалізацію державної політики у сфері телебачення і радіомовлення покладено на центральний орган виконавчої влади (ч. 3 ст. 7) [35. – Ст. 43.].

Положення, за яким Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення є єдиним органом державного регулювання діяльності у сфері телебачення і радіомовлення незалежно від способу розповсюдження телерадіопрограм і передач, містить ч. 4 ст. 7 Закону. У ч. 6 ст. 7 нормативно-правового акту зазначено, що державне регулювання національного телевізійного і радіо-інформаційного простору здійснюється відповідно до Плану розвитку національного телевізійного і радіо-інформаційного простору, який Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення розробляє і затверджує згідно з принципами, завданнями та пріоритетами, визначеними законами України. У ч. 1 ст. 70 окреслено повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення щодо контролю та нагляду за дотриманням законодавства телерадіоорганізаціями і провайдерами програмної послуги, у ст. 72 – умови, порядок та форми застосування Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення санкцій за порушення законодавства про телебачення і радіомовлення [35. – Ст. 43.]. У ст. 73–75 конкретизовано санкції за порушення законодавства про телебачення і радіомовлення та визначено підстави прийняття Національною радою з питань телебачення і радіомовлення рішення за результатами розгляду питання про порушення телерадіоорганізацією або провайдером програмної послуги законодавства України [35. – Ст. 43.].

Уповноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення щодо контролю за дотриманням порядку, форм і стандартів

мовлення визначено ст. 19-1 Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».

Спеціально діяльності органу присвячено Закон «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» від 08.11.2016, де остання визначена як конституційний, постійно діючий, колегіальний, наглядовий та регулюючий державний орган в галузі телерадіомовлення, діяльність якого враховує культурну, ідеологічну та політичну багатоманітності в суспільстві, загальновизнані міжнародні норми та стандарти у галузі телерадіомовлення (ч. 1 ст. 3) [34. – Ст. 296.], а повноваження охоплюють нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями та провайдерами програмної послуги вимог законодавства у галузі телерадіомовлення; визначеного законодавством порядку мовлення під час проведення виборчих кампаній та референдумів; вимог щодо обсягу ведення передач державною мовою; вимог щодо захисту суспільної моралі (ст. 13) [34. – Ст. 296].

Соціально-комунікаційним змістом наділені окреслені у нормативно-правовому акті повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення щодо: розробки і реалізації державної політики у сфері телерадіомовлення; розробки і затвердження Плану розвитку національного телевізійного і радіо-інформаційного простору; аналізу стану телерадіомовлення; сприяння включенню телерадіоорганізацій України до світового інформаційного простору та узгодження їх діяльності з міжнародними стандартами; узагальнення практики застосування та розробки пропозицій вдосконалення законодавства у сфері телерадіомовлення; здійснення співробітництва з питань телебачення і радіомовлення з міжнародними організаціями, органами державної влади та неурядовими організаціями інших країн (ст. 15) [34. – Ст. 296.]; прийняття нормативно-правових актів, застосування санкцій до порушників законодавства про телебачення і радіомовлення [40. – Ст. 296]; забезпечення прав телеглядачів і радіослухачів, організації досліджень телерадіоаудиторії, соціологічних

досліджень стану телерадіомовлення, опитувань аудиторії щодо популярності та якості програм чи передач, аналізу та узагальнення звернень і пропозицій громадян у сфері телерадіомовлення тощо [40. – Ст. 296].

1.2. Стандартизація контенту мас-медіа

Утвердження відповідальності журналіста перед суспільством за контент в мас-медіа є наскрізним у класичній праці Ф. Сібєрта, У. Шрамма та Т. Пітерсона «Чотири теорії преси» [47]. За переконанням відомого американського теоретика Д. Мак-Квейла, під відповідальністю журналіста за контент в мас-медіа слід розуміти «всі зумисні та невмисні процеси, якими медіа прямо чи опосередковано звітують перед суспільством за якість і наслідки публікацій, зважаючи на загальногромадський добробут» [66, с. 182]. Головною вимогою щодо дотримання стандартів у контенті ЗМІ є виконання суспільного обов'язку, дотримання високих стандартів професійної діяльності, репрезентація різних поглядів, підзвітність суспільству, уникнення інформації та засобів, які провокують злочини, насилля, призводять до образ.

Згідно з усталеним визначенням, поняття соціальної відповідальності охоплює моральну, економічну, правову відповідальність, особливості кожної з яких визначаються специфікою відповідних соціальних норм (етичних, економічних, правових тощо) [2, с. 37]. Спільними ознаками норм є заснованість на узагальненні попереднього досвіду, здатність виконувати регуляторну функцію, слугувати критерієм оцінювання поведінкових явищ, моделлю для майбутніх дій, однак специфічна природа кожного з їх видів визначає особливості змісту та механізмів реалізації того чи іншого виду соціальної відповідальності.

Як і загалом соціальна відповідальність, творча відповідальність щодо дотримання норм стандартів у контенті мас-медіа диференціюється на відповідальність за виконання стандартів і за їх порушення, тобто на позитивну відповідальність, що здійснюється в журналістській творчості, та негативну відповідальність за порушення стандартів у контенті. Зазначимо при цьому, що

меті щодо дотримання стандартів у контенті мас-медіа відповідають функції журналістських стандартів, які являють собою ключові, основні напрями «впливу норм відповідальності на суспільні відносини, через які досягаються її цілі і виявляється призначення», конкретний вияв загальних функцій стандартів та функцій елементів регуляторної політики.

Українські реалії функціонуванні засобів масової інформації відображають властиве демократичному суспільству балансування «двох різновекторних інтересів – забезпечення гарантій незалежності мас-медіа та встановлення мінімального рівня державного втручання у їх діяльність» [6, с. 8]. Важливою є думка і про те, що репрезентовані в практиці функціонування українських мас-медіа норми щодо дотримання стандартів у контенті мас-медіа відповідають «міжнародно визнаним принципам інформаційної відкритості влади» [17, с. 46].

Але при цьому, на нашу думку, необхідно більш глибоко проаналізувати ті проблеми, які існують у сфері медіапрактики і які призводять до порушень стандартів у контенті засобів масової інформації. Це, наприклад:

1) упередження економічної залежності мас-медіа від держави, зумовленої співпричетністю посадовців до заснування ЗМІ [66];

2) звуження комунікації мас-медіа з органами судової, законодавчої влади та органами місцевого самоврядування, позаяк на сьогодні окремі комунікації між владою та ЗМІ окреслюються рішеннями Кабінету Міністрів України і поширюються лише на її виконавчі підрозділи;

3) створення контентної бази взаємодії влади та ЗМІ;

4) ухвалення єдиного Інформаційного кодексу зі спеціальним розділом, присвяченим взаєминам держави та мас-медіа;

5) посилення відповідальності органів виконавчої влади за ігнорування інформаційних запитів журналістів або їх невчасне задоволення, приховування відкритої інформації та створення перешкод для її збирання, використання маніпуляційних технологій у процесі інформування населення через ЗМІ.

Окрім того, важливим спрямуванням подальшої діяльності журналістів із врахуванням вітчизняних стандартів та упровадження європейських стандартів контенту у практику українських мас-медіа є побудова партнерських стосунків ЗМІ та усіх гілок влади щодо права на інформацію [72].

Українська журналістика впевнено рухається до дотримання європейських стандартів. Існують рекомендації Міжнародного інституту преси та Медіаорганізації Південно-Східної Європи. Основними рекомендаціями стали:

- 1) утвердження поваги до плюралізму контентів;
- 2) невторчання уряду та політичних партій у контенту сферу медіа, неприпустимість прямого чи опосередкованого тиску на ЗМІ;
- 3) сприяння репрезентації позицій контенту усього спектру політичних сил;
- 4) упередження впливу на контент ЗМІ олігархічних груп;
- 5) утворення контентно саморегулятивного медійного органу та ухвалення на саморегулятивній основі етичного кодексу і процедур для визначення журналістських стандартів;
- 6) здійснення систематичного моніторингу ситуації зі свободою медіа;
- 7) підтримання внутрішньополітичних ініціатив, спрямованих на зміцнення контентних потенцій незалежних медіа і громадянського суспільства [76].

Нерідко головна мотивація аудиторії – провести час чи тримати зв'язок зі знайомими. Новинний вміст зазвичай сприймають мимохідь [55]. Такі випадкові бачення новин здатні справляти позитивний вплив на участь у політичних процесах [56], але у разі фальшивої інформації можливі негативні наслідки. «Фейкові новини», подані журналістами із порушенням стандартів і поміщені у такий контекст, в якому аудиторія має тенденцію бути в менш критичному і менш свідомому настрої для опрацювання, звісно ж, становлять ризик для коректного формування думки. Це справедливо навіть для такої аудиторії, яка усвідомлює, що контент на подібних медійних платформах не

обов'язково відповідає стандартам мас-медіа і може виявитися фальшивим. Причина в тому, що це знання не завжди активується, коли новину отримують мимохідь на таких платформах, як соціальна мережа – наприклад, фейсбук.

Як було зазначено вище у тексті нашої магістерської роботи, за походженням норми стандартів контенту в журналістиці відрізняються від усіх інших соціальних норм тим, що встановлюються або ж санкціонуються суспільними відносинами у вільно встановленому порядку, без дотримань якихось певних процедур розробки, обговорення, прийняття, набуття чинності, її зміни або скасування. За формою та змістом норми стандартів контенту в журналістиці відрізняються багатозначністю й контентною невизначеністю, відсутністю фіксованості в законах та інших письмових джерелах.

За функціонуванням норми стандартів контенту в журналістиці відрізняються відсутністю загальнообов'язковості виконання, абсолютною загальністю стосовно усіх учасників масовокомунікаційного процесу поза залежністю від сприйняття чи розуміння ними змісту стандартів, відсутністю контролю за їх дотриманням з боку держави всіма заходами державного впливу, відсутністю зв'язків із юридичною відповідальністю в разі їх порушення. З-поміж інших специфічних ознак стандартних норм щодо контенту в мас-медіа вкажемо на будь-яку відсутність розмежованості й закріпленості як прав журналістів, так і їхніх обов'язків; несистемність та хаотичність взаємопідпорядкування; розмитість сфер суспільних відносин; невизначеність структур контенту (гіпотеза, диспозиція, санкція); відсутність чітко встановлених формах дотримання, виконання, використання, застосування контенту тощо.

За останні шістьдесят років науковцями було сформульовано багато концепцій щодо соціальної відповідальності журналістів за дотримання стандартів контенту. Але постає питання, якої концепції дотримуються українські засоби масової інформації? Існує широке різноманіття концепцій і підходів до дотримання стандартів контенту та соціальної відповідальності журналістів взагалі, і йде мова про такі концепції та підходи, які виникали по

мірі того, як українське суспільство бачило нову роль мас-медіа, а очікування суспільства на цей рахунок зростали. Критерії дотримання журналістами стандартів у контенті мас-медіа дуже важко визначити, тому що вони є умовними: те, що для однієї діючої особи (журналіст чи представник аудиторії) є відповідальним, інші можуть сприймати зовсім інакше. Абсолютних стандартів контенту в мас-медіа немає, ці стандарти можуть змінюватися з кожним поколінням, з кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону, географії чи країни.

Вчені, розглядаючи питання становлення в Україні незалежних засобів масової інформації та в межах їх функціонування дотримання стандартів щодо контенту за різними критеріями класифікації виділяють три етапи становлення стандартизації контенту:

1) період стихійного плюралізму (від проголошення незалежності до початку 1995 р.);

2) період регулятивізму (від початку 1995 року до кінця 1999 року), який відрізняється від прямого керування ЗМІ у радянський період, але має лише формальні ознаки відповідальності журналістів за стандартизацію контенту;

3) маніпулятивний період (від президентських виборів 1999 р. та референдуму 2000 р. до виборів Президента України у 2004 р.), коли за низки умов відповідальність журналістів за стандартизацію контенту стала періодом наближення діяльності ЗМІ до європейських стандартів.

Український дослідник В. Іванов зазначає, що «ринок ЗМК пройшов декілька етапів свого розвитку. Для першого етапу змін був характерним «стихійний ентузіазм». Це стосується розвитку незалежних видавничих ініціатив на регіональних ринках преси та організаційної перебудови у старих органах преси. Другий період — «уявної стабілізації». Для нього характерне формування нового порядку на ринку преси і розширення пропозиції з боку електронних ЗМК. Новітнім етапом став етап «боротьби за ринок» [15, с.24]

Володимир Брадов, в свою чергу, умовно поділяє процес формування медіа ринку України на чотири періоди:

- перший період (1990-1993 рр.) – період децентралізації системи партійно-державних засобів масової інформації та створення нормативної бази для діяльності ЗМІ нової формації;
- другий період (1993-1996 рр.) – період створення передумов для зародження вітчизняного медіа ринку;
- третій період (1996-1998 рр.) – період формування сучасної структури медіа ринку України;
- четвертий період (із 1999 р. і донині) – період інтеграції медіа ринку України у світовий інформаційний простір[4].

Необхідність забезпечення свободи діяльності ЗМІ, свободи редакційної політики, захисту професійної діяльності журналістів відзначено у Національній стратегії у сфері прав людини, затвердженій Президентом України 25 серпня 2015 р. [33. – Ст. 2257]. 27 січня 2016 р. Комітетом Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики ухвалено засновану на Конституції України та обов'язках і зобов'язаннях України, що випливають з її членства в Раді Європи, Організації Об'єднаних Націй та Організації безпеки та співробітництва в Європі, «Стратегію розвитку законодавства України з питань свободи слова та діяльності ЗМІ відповідно до європейських стандартів», покликану сприяти утвердженню правових стандартів Європейського Союзу та приведенню законодавства України у відповідність до «Директиви про аудіовізуальні медіа послуги», зокрема у питаннях свободи слова та вільної діяльності ЗМІ. Важливим положенням документу, що допомагає реалізації соціально-комунікаційних завдань мас-медіа щодо суспільства та окремих соціальних груп, вважаємо утвердження необхідності підтримки ЗМІ, які поширюють суспільно важливу інформацію.

Особливого значення в практиці діяльності засобів масової інформації відіграє дифамація. У всіх рішеннях Європейського суду кримінальне переслідування за дифамацію визнається як надмірне, тобто таке, що

непропорційне поставленій цілі. Парламентська Асамблея ОБСЄ закликала країни відмінити всі закони, які передбачають кримінальну відповідальність за дифамацію публічних осіб, держави і державних службовців. А в спеціальній декларації представників ООН, ОБСЄ та Організації Американських Держав від 10 січня 2002 року, було заявлено, що кримінальна відповідальність за дифамацію - не виправдане обмеження права на свободу вираження; всі закони, що передбачають кримінальну відповідальність за дифамацію, повинні бути відмінені, і де необхідно, замінені належними ці вільно-правовими нормами про дифамацію. Комітет ООН з прав людини також неодноразово заявляв свою стурбованість з приводу застосування кримінальної відповідальності за дифамацію і рекомендував всім країнам проводити відповідні широкомасштабні реформи. Що стосується безпосередньо України, Парламентська Асамблея Ради Європи спочатку в своїй Резолюції №1239, а згодом в Рекомендації №1513 від 2001 року поклала на Україну низку обов'язків щодо дотримання стандартів свободи слова. У своїх документах Асамблея закликає українські органи влади, особливо президента, покінчити з практикою залякування і репресій опозиційних політиків і незалежної преси та прийняти усі необхідні заходи з метою припинення нападів і погроз на адресу журналістів та інших представників ЗМІ. ПАРЄ закликала відповідні органи української влади удосконалити загальні умови роботи ЗМІ, зокрема щодо ухвалення без будь-яких подальших зволікань поправок до законодавства щодо штрафів чи збитків, заподіяних клепом, та декриміналізації клепів.

Необхідно враховувати, що позови про захист честі, гідності та ділової репутації за участю ЗМІ мають специфіку, що полягає у особливому складі учасників цих відносин, у різних формах представлення засобів масової інформації (зокрема у електронній), у значно більшому резонансі справ, які пов'язані із публікаціями у ЗМІ, у підвищенні ролі ЗМІ у сучасний період розвитку демократії в Україні і наближенні України до європейських стандартів у сфері захисту прав як фізичних і юридичних осіб, так і журналістів, у

підвищенні відповідальності органів ЗМІ і журналістів, влади, кожного громадянина України у сфері захисту честі, гідності, ділової репутації.

Множинність контентів, якими оперує сучасна українська журналістика, з одного боку, закріплює конституційно-правовий статус ЗМІ, але з іншого боку не завжди являє собою свідчення якості контенту та відповідальності журналістів з огляду на стандартизацію контенту. Аналіз свідчить про такі проблеми у даній ділянці медійної практики в Україні:

- 1) застарілість вимог стандартів щодо журналістської діяльності та їх неузгодженість між собою;
- 2) декларативний характер багатьох із стандартів щодо контенту ЗМІ;
- 3) термінологічна неузгодженість стандартів щодо контенту ЗМІ;
- 4) відсутність єдиного кодифікованого набору стандартних вимог у сфері функціонування засобів масової інформації [5, с. 31 – 35].

1.3. Етичні норми роботи українського журналіста

Чимала роль у функціонуванні мас-медіа належить саморегулюванню на засадах професійної етики, конкретизованому щодо праці журналіста з врахуванням моральних цінностей, приписів, норм. Сформовані на основі уявлень про добро, чесність, справедливість, забезпечувані через «внутрішнє переконання та засоби громадського впливу» [40, с. 148], закріплені у міжнародних та вітчизняних деклараціях, хартіях, кодексах, канонах, редакційних статутах, настановах, стандартах, відображені у роботі органів самоврядування, етичні приписи інкорпуються до професійної культури, однак не мають імперативної сили, у практичній реалізації пов'язані з численними колізіями (між метою і вибором засобів її досягнення, свободою слова та свободою особистості) і потребують підтримки правових норм.

Не випадково значна їх частина відображена у нормативно-правових документах, порушення положень яких призводить до адміністративної, цивільної чи кримінальної відповідальності. Так, репрезентовані у міжнародній Декларації принципів поведінки журналістів (1954) та Етичному кодексі

українського журналіста (2004) вимоги свободи слова, незалежності діяльності журналіста, поваги до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію, утримання від незаконних методів здобуття інформації, поваги до приватного життя людини тощо, закріплені у Конституції України, Цивільному кодексі України, Кримінальному кодексі України, законах України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» та ін.

Не менш вагомим, аніж морально-етична саморегуляція мас-медіа, однак не формалізованим, варіативним і позбавленим механізмів владного примусу, є громадський (суспільний) вплив на журналістів етичних норм і правил.

Спільними ознаками морально-етичної саморегуляції, громадської регуляції та правового регулювання діяльності мас-медіа є приналежність соціальному регулюванню, установленість певною «соціальною владою» (державною, громадською, моральною) як «нормативним порядком організації сили», застосування санкцій для управління суспільними стосунками [27, с. 85], зв'язок з прийнятими у суспільстві цінностями, орієнтованість на утвердження моделі вільних і відповідальних ЗМІ.

У той же час, на відміну від норм громадського впливу та морального саморегулювання, які формуються еволюційно, артикулюються та утверджуються громадськими об'єднаннями, не є інституціоналізованими та жорстко формалізованими (див. : [23]), підкріплюються виключно громадським осудом чи дисциплінарною відповідальністю, право постає внутрішньо узгодженою системою встановлених чи санкціонованих державою, відображених у нормативно-правових актах, формально визначених, інституціональних, забезпечених державним примусом загальнообов'язкових для виконання норм [40, с. 147]. Не випадково, у суспільствах, що перебувають у кризовому стані, першочергового значення набуває регулювання інформаційно-комунікативних відносин у межах правових форм.

Проблема етики в масовому комунікаційному просторі була започаткована англійським поетом Джоном Мільтоном. Він був активним політичним памфлетистом свого часу. Пік його творчості припадає на епоху Англійської революції. Після неї цензура була фактично скасована, але 1643 р. Довгий парламент знову встановив сувору цензуру. Не звертаючи на це особливої уваги, Джон Мільтон випустив один зі своїх памфлетів, за що був підданий судовому переслідуванню. Це стало безпосередньою причиною його знаменитих міркувань про свободу преси під назвою «Ареопагетика (Промова до англійського парламенту про свободу преси)» (1644 рік). Джон Мільтон закликав парламент скасувати цензуру, і доводи, які він при цьому наводив, були вбивчі для ідей обмеження свободи преси. Шкоду цензури він підкреслював таким енергійним порівнянням: «Убити хорошу книжку означає майже те ж саме, що вбити людину: хто вбиває людину, вбиває розумну істоту, подобу Божу; той же, хто знищує хорошу книжку, вбиває самий розум, вбиває образ Божий наче в зародку». Д. Мільтон вважав, що навіть «шкідливі» книжки не можна знищувати «без шкоди для знання і ґрунтовності диспутів». Але ідеї знищити і взагалі неможливо, тому що вони здебільшого доходять до людей через міжособистісну комунікацію, мінаючи пресу. Цензуру, на думку автора «Ареопагетики», можна порівняти з людиною, що, бажаючи зловити ворон, закрила ворота свого парку. Красномовне порівняння.

Отже, якщо підсумувати історичні паралелі, зауважимо, що із морально-етичним саморегулюванням та громадським регулюванням діяльності мас-медіа кодекс етики журналіста пов'язаний обопільним плідним зв'язком. З одного боку, воно відображає морально-етичні цінності [39, с. 16] і саме є соціальною цінністю [41, с. 14–15]; за посередництвом державного примусу у подоланні комунікаційних деліктів сприяє утвердженню відповідної суспільним очікуванням перфекціоністської моделі ЗМІ. З іншого – професійні етичні кодекси та громадські вимоги розвивають, конкретизують і доповнюють положення нормативно-правових актів, спонукають їх ціннісне осмислення та прийняття [23, с. 40]. А медіаправо, взагалі ж, як вид соціального регулювання,

забезпечує системну цілісність «усіх видів соціальних норм у їх сукупності», синтез «їх своєрідності, їх особливих властивостей і можливостей» [27, с. 82], «ставить завдання знаходження оптимальних варіантів сполучення правових форм впливу з регуляторними можливостями інших соціальних норм» [12, с. 56].

З огляду на специфіку аналізу проблеми етичних норм роботи українського журналіста з'ясуємо соціально-комунікаційний потенціал етики журналістів в діяльності ЗМІ. Насамперед зауважимо, що соціально-комунікаційне значення етики визначено такими генезою, сутністю, принципами, метою та функціями права, які мають комунікаційний зміст. Зокрема варто погодитися з думкою А.С. Токарської, що «саме в надрах суспільної комунікації створюються ті онтологічні взаємообмеження суб'єктивних свобод (з адекватними їм мірами взаємної відповідальності), котрі, врешті-решт, втілюються в ідеях та цінностях права, що мають визначати фундаментальні орієнтири позитивізованого закону» [42, с. 117]. Саме тому стосовно права комунікація виконує подвійну функцію: «з одного боку, вона є тим онтологічним підґрунтям, що зумовлює суспільно-буттєві орієнтири правотворчої діяльності (оскільки саме принципи самоорганізації суспільних відносин мають бути покладені в основу критеріїв раціональності правових норм), з іншого – вона сама є об'єктом правової регуляції впливу (оскільки на відміну від суто природних явищ, суспільні взаємодії передбачають наявність своєї нормативної регуляції) [42, с. 120].

Враховуючи, що ефективність соціально-інформаційної комунікації залежить від готовності її учасників до взаємоузгодження часто цілком антагоністичних позицій, вагомим вважаємо усталене в теорії держави і права «загально-соціальне» [13, с. 105] тлумачення сутності етичних норм як загальноновизнаного компромісу «між різними класами, групами та соціальними станами для забезпечення потреб та інтересів як громадянського суспільства в цілому, так і окремих його суб'єктів» [13, с. 105].

Соціально-комунікаційний зміст мають загальносоціальні (гуманістична, організаційно-управлінська, інформаційна, оцінково-орієнтаційна, ідеологічно-виховна) та спеціально-юридичні (регулятивна, охоронна) функції етики в поведінці [13, с. 106], які мінімалізують комунікаційні ризики й підтримують цілісність соціально-комунікаційних систем.

У низці філософсько-правових праць етика осмислена як одна з форм спілкування між соціальними суб'єктами та виокремлено її комунікативну функцію, диференційовану як певні координацію і трансляцію контентів, спрямовані на забезпечення соціального порядку, субординацію елементів і структурних підрозділів суспільної системи; узгодження, координацію та підпорядкування комунікаційних міжсуб'єктних взаємодій етичним нормам, встановлення етичних відносин і стосунків, які передбачають, що «сторони готові використовувати імперативно-регулятивний і примусовий потенціал вимог для вирішення взаємоважливих практичних завдань» [1, с. 148–149]; скріплення соціальних контактів взаємними зобов'язаннями, визначення можливих карних санкцій, які «загрожують тим, хто спробує порушувати і руйнувати систему комунікацій» [1, с. 148–149]; трансляцію соціально-нормативної інформації й забезпечення «існування цивілізованого суспільства як єдиної системи комунікацій, підпорядкованих нормативним, дисциплінарним взаємозалежностям» [1, с. 150].

Низка етичних вимог щодо змісту поширюваної інформації пов'язана з необхідністю дотримання моральних стандартів і має відповідники у Кодексі журналістської етики. Так, згідно ст. 5 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» стиль і лексика друкованих ЗМІ повинні відповідати загальновизнаним етично-моральним нормам [32. – Ст. 1.]. Захисту суспільної моралі та забезпеченню прав неповнолітніх і юнацтва присвячено ст. 62 Закону України «Про телебачення і радіомовлення». У п. 2 ч. 1 ст. 3 Закону «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» як на принцип діяльності НСТУ вказано на дотримання норм суспільної моралі. Спеціально визначенню правових засад захисту суспільства від розповсюдження продукції,

що негативно впливає на суспільну мораль, присвячено Закон України «Про захист суспільної моралі».

У прикладному сенсі етичні норми роботи українського журналіста можна поділити на два виміри.

Перший вимір – етичні виміри журналістики як професії.

На нашу думку, такі принципи повинні бути сформульовані у таких принципах використання журналістського фаху.

1. Громадяни мають право на достовірну інформацію.
2. Правдиве висвітлення подій – обов'язок журналіста.
3. В журналістській професії обов'язково має бути присутньою соціальна відповідальність журналіста.
4. Журналістська професія повинна супроводжуватись професійною чесністю журналіста.
5. Журналістська професія повинна гарантувати суспільний доступ до інформації та участь в цьому доступі засобів масової інформації.
6. Журналістська професія повинна проявляти повагу до приватного життя людей.
7. Журналістська професія повинна проявляти інтерес до суспільних інтересів.
8. Журналістська професія повинна ґрунтуватись на повазі до загальних цінностей та багатства культур.
9. Журналіст мусить служити тільки своїм читачам.
10. Кожна історія має бути чесним пошуком правди.
11. Жодних спонук до публікування не можна приймати.
12. Журналісти не повинні дозволяти рекламодавцям впливати – прямо чи непрямо – на редакційні матеріали газети.
13. Не використовуйте свою посаду, щоб погрожувати чи діставати переваги.
14. Не обіцяйте зняти статтю через дружбу чи за послуги.
15. Не вигадуйте й не прикрашайте інформацію.

16. Ви не повинні використовувати надану вам інформацію заради особистої вигоди.

Другий вимір – етичні виміри роботи конкретного журналіста як представника мас-медіа.

В Україні існує свій Кодекс етики журналіста. Він називається «Кодекс етики українського журналіста». Цей Кодекс було прийнято 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України (НСЖУ) [63]. Кодекс етики українського журналіста передбачає такі пункти щодо етичних норм журналіста під час виконання ним своїх професійних обов'язків:

1. Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста.
2. Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.
3. Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини.
4. Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених.
5. Журналіст не розкриває своїх джерел інформації окрім випадків, передбачених законодавством України.
6. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста.
7. Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією.
8. Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу, тощо не повинні фальсифікувати зміст.
9. Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.
10. Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано.

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

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

13. Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації.

14. Плагіат несумісний із званням журналіста.

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

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

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

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

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

Висновки до розділу 1

1. Засоби масової інформації України сьогодні здебільшого є джерелом комунікації, меншою мірою — пропаганди й агітації. Засоби масової інформації повинні найбільше орієнтуватись на таку аудиторію, яка не сприймає неправду, фейки, порушення стандартів журналістики, яка за відповідної інформаційної підтримки може стати джерелом поповнення значного потенціалу такої аудиторії українських засобів масової інформації, яка вважається вдумливою і вміє мислити аналітично .

2. В специфічних умовах України, яка перебуває на досить невисокому щаблі технологічного розвитку, в стані як гарячої, так і інформаційної війни з Російською Федерацією, соціально відповідальні мас-медіа порівняно мало сприяють соціологізації особистості в суспільстві через те, що страждають на порушення журналістських стандартів, норм журналістської етики. Наголошено на тому, що, якщо українські мас-медіа будуть відповідати світовим стандартам журналістики, то вони перетворяться на взірці ліберального чи ліберально-націоналістичного дискурсу і принципово можна буде говорити про те, що дотримання стандартів зроблять українські мас-медіа чинником соціального інжинірингу.

3. Є певні мас-медіа в Україні, які мають усталені традиції, оригінальний стиль подачі матеріалу і сформовані групи позаштатних працівників. Такі видання намагаються втілювати у практику діяльності журналістські стандарти і відповідати журналістській етиці. Ця проблема має безпосереднє прагматичне значення для журналістів українських видань. Чи завжди сучасна культура стає чинником етичного виховання? Природно, що ні. Дуже часто політичні і соціальні, культурологічні новини в мас-медіа стають чинником не морального впливу з позитивними характеристиками, а породжують хаотичний протест, підсвідоме бажання руйнації, що є досить далеким від поставленої й декларованої державними діячами, громадськими лідерами мети контентним представленням реалій. Якщо якесь видання є вільним, демократичним, якщо воно відповідає стандартам журналістики, враховує вимоги журналістської етики, то в межах такого конкретного періодичного видання, одного конкретного засобу масової інформації складно реалізувати конкретну, певну ідею: політичну, соціальну, культурологічну, оскільки саме дотримання етичних норм і стандартів журналістики не дозволить авторові вийти за прийнятний формат публікації.

4. Недотриманням норм етики і журналістських стандартів призводить до професійної деформації журналіста, особливо під час висвітлення політичних кампаній та гострих соціальних проблем суспільства.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

2.1. Історія появи та розвитку інтернет-видань

Говорити про інтернет-видання як про усталену систему виховання, формування чи навіть елементарної агітації в наш час досить складно, оскільки ми досі точно не знаємо можливостей і варіантів розвитку інтернет-цивілізації. «...Кожне покоління заставляло технологію зовні незмінною, природною, як схід і захід сонця, – свідчить польський дослідник науки С. Лем. – Цей тип становлення технологічної практики не зник назавжди, бо ж будь-яка велика технологія простягає свій культурно-творчий вплив далеко за межі життя одного покоління; з цієї ж причини приховані в майбутньому суспільні, побутові і етичні наслідки цього впливу і сам напрям, в якому воно підштовхує людство, звичайно не є результатом чийогось наміру, і лише з великою потугою вдається усвідомити присутність і визначити сутність подібного впливу» [3, с. 36].

Поняття інтернету і його впливу на суспільну свідомість і мораль можна визначити через певний історичний проміжок часу. Поки ж маємо вдовольнятися проміжними результатами і попередніми теоретичними висновками, побудованими за матеріалами емпірики, порівняно незначної за обсягом, оскільки феномен нового спілкування за допомогою інтернету, як масового явища, існує лише декілька десятків років.

У ґрунтовному текстові, присвяченому розвитку інформаційних процесів у структурах світових комунікаційних систем, українські дослідники А. Чічановський та О. Старіш дійшли висновку про те, що: «Саме тоді, коли засоби комунікації стали середовищем проживання людини, потрібно – хоча б з метою самозбереження цивілізації – зрозуміти їх природу. І найважливіше для цього – відмовитися від ілюзій, коли основним стає розуміння не тільки того, як

вони впливають на людину, а й розуміння того, як вони застосовуються» [44, с. 49].

Прийнято вважати, що будь-який винахід людства, створений із найщиріших сподівань, майже автоматично стає здобутком військових. Інтернет не став винятком. Ще під час Другої світової війни працівник Управління стратегічних досліджень США пан Донован, плануючи майбутні бомбардування Японії, передбачив створення своєрідного гігантського інформаційного центру, який би надавав висновки за багатьма критеріями подібної операції: від погоди до океанських течій, у яких могли опинитися збиті льотчики «повітряних фортець». Однак Сполучені Штати Америки першою випробувала атомну зброю і з появою мегабомби необхідність бомбардувань звичайними методами зійшла нанівець. Безперечно, інтернет став пріоритетом у наукових розробках суто військових інститутів, але водночас і не менш продуктивно він став на шлях комерціалізації.

Новацією, що є надбанням всього людства, стало створення системи, що отримала образну назву: «Всесвітньої павутини». World Wide Web (WWW), головною складовою частиною якої став гіпертекст. Автором Історія World Wide Web був американець Тім Берні Лі, який в березні 1989 р. започаткував бізнес-проект телекомунікаційного середовища, що мав спершу суто утилітарне значення: вивчення результатів досліджень у сфері фізичних вимірювань. Розширивши масштаби наукового досвіду американця, Європейська лабораторія практичної фізики (CERN) 1991 року оголосила про створення світового інформаційного середовища World Wide Web.

Використавши можливості створення нової штучної мови, що отримала назву: Hypertext Markup Language (HTML), що де-факто була великою і комплексною вказівкою для документації, WWW створила величезний масив інформації, пов'язавши його в єдине ціле. Прецедент, що досі не отримав відповідної оцінки, власне якісно новий крок у поступі людського генія, що його можна порівнювати із винаходом колеса. Вся уніфікована інформація

«зберігається нині в інтернеті, у формі текстів, зображень та звукового супроводу» [8, с. 19].

У розвитку світової журналістики на початку ХХІ ст. «...проглядаються суперечливі тенденції. З одного боку, у багатьох країнах світу поглиблюється комерціалізація друкованої та електронної преси (за висловом Д. Мак-Квейла, ринкові стандарти перетворюються на «глобальну культуру мас-медіа») (див. : [18, с. 109]. З іншого боку, журналісти прагнуть відстояти своє право на самовираження, самореалізацію.

Подібні процеси відбуваються нині в Україні, де ринкові стандарти не сприяють толерантності у ставленні до конкурентів, працюють закони ринкової економіки і засоби масової інформації прямо чи опосередковано часто виступають на стороні певних фінансово-олігархічних груп. Одночасно стаємо свідками не поодиноких випадків, коли вітчизняні журналісти демонстративно залишають той чи інший телевізійний канал, ідуть із редакції друкованого ЗМІ, висловлюючи тим самим протест щодо неправильної редакційної політики, спрямованої на захист інтересів лише власників.

Одним з перших правотворчих кроків після Революції гідності стало прийняття 27 березня 2014 р. Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про інформацію» та Закону України «Про доступ до публічної інформації». 1 квітня 2014 р. Комітет з питань свободи слова та інформаційної політики обговорив необхідність приведення вітчизняного медійного законодавства у відповідність до стандартів Ради Європи до червня 2016 року [64]. 17 квітня 2014 р. Верховна Рада ухвалила широко дискутований упродовж кількох років Закон «Про суспільне телебачення і радіомовлення України».

25 серпня 2015 р. Президент України підписав Указ «Про затвердження Національної стратегії у сфері прав людини», окремі положення якого стосуються свободи ЗМІ. 3 вересня 2015 р. прийнято Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики в сфері

телебачення і радіомовлення», за яким ЗМІ зобов'язані розкривати інформацію про реальну структуру власності та надавати відомості про кінцевого власника.

Взагалі ж, маємо підстави стверджувати, що наприкінці 1990-х рр. законодавчі акти гарантували права учасників інформаційних відносин на етапах доступу, одержання, опрацювання, поширення інформації; охопили комунікаційні зв'язки мас-медіа з державою та суспільством; відобразили корелятивність свободи та відповідальності ЗМІ. Безсумнівну подвійність стандартів державної інформаційної політики засвідчило прийняття переважної частини законів у критичний щодо свободи слова період 1995–1998 рр.

Початком 2000-х рр. датована низка указів Президента України щодо правового урегулювання діяльності ЗМІ. Зокрема, документом від 14 вересня 2000 р. схвалено Програму інтеграції України до Європейського Союзу, де з-поміж завдань середньострокової перспективи (2002–2003 рр.) вказано на узгодження вітчизняного законодавства з європейськими правовими стандартами та розробку нових нормативно-правових актів, потреба у яких визначена інтеграцією України в європейський інформаційний простір [14, с. 39–40]. 9 грудня 2000 р. датовано Указ Президента «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні» [73].

Можемо зробити висновок, що за роки державної незалежності України окреслився інформаційно-комунікаційний запит на вільну та незалежну діяльність мас-медіа, відбулось формування узгодженого з європейськими стандартами медіазаконодавства, а у традицію увійшло публічне обговорення контентної та етичної, з необхідністю врахування стандартів журналістики проблематики медіаекспертами, фахівцями з соціальних комунікацій, працівниками мас-медіа. Рівночасно подальшого удосконалення потребує застосування коректного контенту, недостатнім залишається рівень етичної свідомості та правової культури журналістів, дотримання ними журналістських стандартів – необхідної умови реалізації свободи ЗМІ.

У «вертикальному вимірі» системи функціонування контентів (за видами мас-медіа) журналістська практика набуває певної структури, утвореної Міжнародними документами (до котрих приєдналася держава), що визначають основоположні підходи до законодавчої заборони цензури, гарантування незалежності мас-медіа, упередження їх монополізації, забезпечення відповідальності ЗМІ, та «галузевими» міжнародно-правовими актами, що безпосередньо регулюють питання свободи масової інформації та функціонування ЗМІ. З-поміж міжнародних принципів-орієнтирів у галузі медіапрактики – документи міжнародних конференцій та семінарів: Талуарська декларація 1981 р., Йоганесбурзькі принципи «Національна безпека, свобода самовираження та доступ до інформації» (1991 р.) та ін.

Інтернет-видання України як новий вид журналістики, а тим більше як інструмент формування суспільної свідомості і, зрештою, громадянського суспільства, пройшли кілька етапів розвитку. Наводимо авторську пропозицію, засновану на власному практичному досвіді, яка віддзеркалює наше бачення періодизації процесу створення і функціонування інтернет-видань в Україні.

Перший етап – 1995–2000 рр. (початковий етап розвитку інтернет-журналістики в Україні). Цей період загалом характеризується розвитком і початком поширення Інтернету в Україні. Виникають перші інтернет-сайти, що відрізняються від майбутніх інтернет-порталів насамперед кількістю користувачів і, власне, кількістю та якістю журналістських матеріалів, що в них розміщені. Перші українські сайти існують від кількох місяців до півроку, якість подачі матеріалів, назву, керівництво неможливо уточнити з огляду на те, що в мережі Інтернет не залишилося про них нічого, крім окремих суб'єктивних спогадів у сучасній блогосфері.

Другий етап – 2000–2005 рр. (період відокремлення дефініцій «інтернет-сайт друкованого ЗМІ» та «самостійне інтернет-ЗМІ»). Знаковий період для української інтернет-журналістики – 16 вересня 2000 р. репортер і громадський діяч Георгій Гонгадзе заснував незалежне інтернет-видання «Українська правда». Характерною особливістю цього видання з професійної точки зору

став творчий колектив, який спеціалізувався саме на інтернет-журналістиці. Вдалим виявився експеримент із заснуванням інтернет-видання «Главред».

Спрацювання фактора новизни сприяло розвитку нової української журналістики у форматі інтернет-видань. Формується категорія журналістів, переважно випускників спеціалізованих закладів вищої освіти, які свідомо і цілеспрямовано починають свою діяльність саме в інтернет-виданнях.

Третій етап – 2005–2010 рр. (становлення та розвиток – станом на сьогодні – найбільш потужних інтернет-ЗМІ України). Розширюються можливості журналістських колективів, редакції і публікації інтернет-видань уже не сприймаються як «другорядні» порівняно з паперовими виданнями. Поступово урядовці і відповідальні особи привчаються до того, що на публікацію в інтернет-виданнях слід реагувати так само оперативно, як на публікації в пресі, по телебаченню тощо. Зростає кількість позаштатних кореспондентів, інформаторів, простих дописувачів.

Четвертий етап – 2010–2014 рр. (функціонування інтернет-ЗМІ в умовах неофіційної, проте всеохоплюючої державної цензури за часів президентства Віктора Януковича). Цілком зумовлений політичними в Україні. Боротьба за владу між Президентом і прем'єром, перемога на президентських виборах Віктора Януковича призводить спершу до негативних наслідків щодо організації журналістської діяльності інтернет-порталів, а згодом ставить під питання журналістську працю. Редакції інтернет-видань відчувають сильний моральний тиск, переслідуються їхні керівники. Все це, разом із фінансовими утисками, не може не вплинути на організацію планової діяльності інтернет-видань. Спостерігаються перші спроби організації інтернет-додатків до друкованих видань.

П'ятий етап – з 2014 р. – дотепер (новітній період розвитку інтернет-ЗМІ в Україні). Різка активізація практики інтернет-додатків до пресових видань. Поступово значна частина з них перетворюється на самостійні інтернет-видання з власним штатом журналістів, специфічною стилістикою написання оригінальних матеріалів тощо. Сьогодні майже всі українські друковані ЗМІ

мають свої інтернет-версії. Самостійність подачі матеріалів, їхня актуальність та оригінальність визначаються редакційною політикою. З'являються перші спеціалізовані інтернет-видання, присвячені різним формам існування людського буття: від суто військових інтернет-порталів до вузькоспеціалізованих тематичних. Продовжують існувати інтернет-видання, що були засновані, починаючи з 2000 р.

2.2. Функціональні особливості інтернет-видань

Сучасні дослідники інформаційних технологій в принципі сходяться у своїй думці про те, що цілеспрямоване втручання у вигляді потоку інформаційних повідомлень активізує «генетичні знання», призначені для самознищення системи. Тому там, де логіка безсила, на допомогу приходять її заперечення. Те, що не вдається зрозуміти, вимірюється вірою або звичкою, а виправляється заклинанням або молитвою. Йдеться, мабуть, скоріш за все, про те, що сучасний інформаційний простір, завжди перенасичений і переповнений, сягає апогею своєї активності в час, коли починаються жорстокі перегони за владу і гроші. У демократичних країнах зазвичай це вибори, під час яких інформаційні системи працюють з відчутним перевантаженням. Головне завдання, що ставиться в такий час перед випусковими редакторами інтернет-видань, полягає в тому, щоб максимально активізувати кількість позитивних (явних чи опосередкованих) матеріалів про певного кандидата чи партійне угруповання. І, відповідно, так само ретельно і максимально прагматично підійти до відбору негативу про опонента. З цією метою активізуються місцеві «фабрики думок», наймаються групи аналітиків, серед активних блогерів поширюються теми, що мають виявити незнані досі подробиці з життя окремого лідера чи спірні моменти функціонування певної політичної сили.

Існує багато засобів і методів офіційної та об'єктивної перевірки відвідувань того чи іншого інтернет-видання. Зазвичай використовуються спеціальні «лічильники» - які можуть бути як відкритими для читачів, так і «закритими» - знаходитися в користуванні виключно редакції. Два мільйони і

двісті тисяч постійних відвідувачів на місяць – така цифра відвідувань «Лівого берега» (із незначними відхиленнями) за кілька останніх років. Ще більшою є кількість відвідувань «Української правди», що заслужила на це право виходячи із давньої історії боротьби за демократичні ідеали. У це число (2.2 млн. постійних користувачів) не ввійшла значна кількість осіб, що відвідують політичні інтернет-портали та сайти випадково, з цікавості або в пошуках конкретного матеріалу з конкретної теми. Необхідно зазначити, що в часи політичних та економічних криз, військових загострень, кількість читачів помітно зростає. Трапляються й випадки, коли завдяки публікаціям окремих актуальних матеріалів, кількість відвідувачів інтернет-видань зростає в десятки і навіть сотні разів. Такий феномен демонструє, приміром «Цензор.НЕТ». Нині спостерігаємо запеклу конкурентну боротьбу редакцій інтернет-видань за те, щоб із випадкових відвідувачів громадяни стали постійними користувачами. Редакції не гребують різними методами і засобами ведення агітації на користь свого видання.

В інтернет-виданнях «LB.ua» («Лівий берег»), «Українська правда»; «РБК Україна»; «Цензор.НЕТ» останнім часом з'являється велика кількість аналітичних статей, що пов'язано, насамперед, із соціальними запитами населення. Аналітична спрямованість інтернет-видання відрізняється від газетно-журнальної публікації великим обсягом, а, отже, додатковими можливостями для розслідування, аналізу. Йдеться про посилання, що оптимізують сприймання тексту, роблячи доказовий ряд більш переконливим, солідним. Також аналітика сучасних інтернет-видань проілюстрована не лише вдалими світлинами, зустрічаємо посилання на відеоряд, уривки телепрограм, попередньо записані інтерв'ю тощо. Відзначимо, що вдала верстка значно підвищує ступінь сприйняття читачем викладеного матеріалу – від її «адаптивності» значною мірою залежить те, чи читач довше залишатиметься на тій чи іншій інтернет-сторінці чи покине її, не дочитавши текст до кінця.

Можна стверджувати, що засвоєння політичних новин, новацій партійно-політичної боротьби, народження харизматичних лідерів загалом нагадує

перебіг культурних процесів. Зрештою, і там і тут все зводиться до усталених штампів, канонів, культів, що згодом руйнуються. Із мозаїки політичних новин пересічний читач вибирає те, що йому більше подобається на підсвідомому рівні, масовий читач прагне поділити весь світ за військовим принципом «свій-чужий», «хороший-поганий». Ажіотаж і масовий психоз партійних заходів електризує масову свідомість, «атомізований» індивід раптово стає членом великої маси, якою рухають випадкові заклики, хиткі емоції, непослідовність прийнятих рішень.

Чи завжди сучасна культура стає фактором етичного виховання? Ясно, що ні. Часто політичні і соціальні, культурологічні новини в інтернет-виданнях стають фактором не морального впливу з позитивними характеристиками, а народжують хаотичний протест, підсвідоме бажання руйнації, що досить далеке від поставлених і декларованих державними діячами, громадськими лідерами цілей. «Ця логіка діє як калейдоскоп, інструмент, що містить уламки, фрагменти, але вони з'явилися внаслідок руйнації, що є також випадковою», – слова К. Леві-Стросса про стан тогочасної буржуазної культури можна цілком і повністю адресувати політичній культурі сучасного світу [3, с. 157].

Складність української політичної аналітики полягає у спробах журналістів прояснити чинники, що їх не здатні виявити самі партійні ідеологи. До останнього часу, всі, без виключення ЗМК, блогери, рядові респонденти скаржилися на нестачу в країні ідеологічних партій. Виразну, зрозумілу ідеологію могли представити ВО «Свобода», комуністи та численні партії природоохоронного напрямку. На час написання наукового дослідження, діяльність комуністичної партії де-факто заборонена; природоохоронні партії і рухи в перебігу політичної боротьби участі не брали; націонал-патріотичні організації, що об'єдналися із ВО «Свобода», до парламенту не потрапили. Утворився своєрідний ідеологічний вакуум, що утруднює діяльність політичних аналітиків, особливо коли слід на рівні буденної свідомості пояснити читачеві різницю між партіями.

Перед журналістами інтернет-видання постає складна моральна дилема: писати правду чи виходити із ситуації, підміняючи реальну аналітику розлогими дописами, що до політичних подій прямого відношення не мають, торкаючись лише певних сторін аспектів діяльності політичних лідерів, їх особистого життя, стилю поведінки тощо. Парламентський звіт підміняється збираннями чуток, пікантними світлинами, скандальними інтерв'ю. Зрозуміло, що за такого підходу, говорити про функціональне призначення спеціалізованих політичних інтернет-видань не варто.

Однак у практиці політичних інтернет-видань часто-густо трапляються випадки, коли найбільш талановитих і непересічних за здібностями журналістів просто перекупувають для роботи на політичну силу. У більшості випадків журналісти дають згоду на перехід, керуючись виключно матеріальними стимулами, прагненням заробити гроші, особливо, коли йдеться про час передвиборчих перегонів. Складність подібних ситуацій полягає в тому, що працюючи через матеріальні стимули, без творчого азарту, ставлячи лише на індивідуальну майстерність, репортер скоро «виписується», перестає видавати цікавий і гострий матеріал. Звикання до стану речей; примирення із порушеннями в реальній дійсності, негативним чином впливає на критичність сприймання статей репортера, аналітика і пересічним читачем.

Тим часом, суспільна свідомість і її складник – суспільна думка – за цими змінами встигнути не можуть, оскільки будь-яку подію слід спершу адекватно сприйняти, усвідомити, провести аналогі тощо. Тобто на усвідомлення кардинальних зрушень необхідний час. Суспільну думку можна буде потім проаналізувати в ґрунтовних теоретичних розробках, проте їм передуює публіцистика, у тому числі в її найбільш оптимальній формі – публіцистика в інтернет-виданнях. Акцентуємо на словах «найбільш оптимальна форма».

7000-10000 друкованих знаків – звичні параметри для політичного аналізу в «LB.ua» («Лівий берег»), «Українській правді», «Обозревателе». Незважаючи ні на що, форма диктує зміст. Якщо ідея, яку намагається передати репортер політичної, соціальної та культурологічної хроніки, аналітик відділу

політичного, соціального аналізу, рецензент чи експерт відділу культури справді потребує ґрунтовної розробки, то необхідна відповідна площа, що надається під реалізацію задуму. Раніше такі можливості надавала лише газета «Дзеркало тижня. Україна». З 1 грудня 2019 року «Дзеркало тижня. Україна» в друкованому варіанті не виходить, перейшовши на інтернет-версію, залишившись при цьому впливовим виданням через ґрунтовність.

Зменшення тиражу окремих паперових видань чи відповідне зменшення кількості відвідувань інтернет-видань пояснюється конкуренцією, появою нових інтернет-видань, у яких працюють молоді журналісти, переважно зі знанням мови, певним стажем перебування в мовному середовищі та досвідом роботи в західних ЗМІ тощо. Знання мови дає можливість молодим інтернет-журналістам швидше реагувати на зміни в реальних і «модних» тенденціях західноєвропейської політологічної думки; першими брати на озброєння методи опитування фахівців із соціальних катаклізмів (Греція, Італія, Франція) і загалом, переймати все те, що ми називаємо передовим досвідом, творчо переймати журналістський досвід західноєвропейських і американських колег, чий стаж роботи в інтернет-виданнях налічує десятки років.

У зв'язку зі складним зовнішньополітичним становищем унаслідок економічних негараздів і війни на Сході громадсько-політичний консенсус в Україні не досягнуто. Звісно, країна зорієнтована на західний стиль поведінки, мислення тощо. Тому журналісти провідних інтернет-видань поступово включаються в дискусію про майбутній розвиток країни: від економіки до соціальних ідей. У регулярних публікаціях інтернет-видань «LB.ua» («Лівий берег»), «Української правди» тією чи іншою мірою піднімаються питання, які раніше були пріоритетом вузької групи політологів, соціологів, істориків. Більше того, вітчизняні журналісти провідних інтернет-видань де-факто вступають у пряму полеміку із західними і північноамериканськими теоретиками, шукаючи вихід із кризи неоліберальної ідеї.

Журналісти, що недостатньо компетентні і не мають відповідних розробок та консультантів у наукових колах, змушені вдаватися до вигаданих

доктрин, або оперувати західними технологіями, на яких мало розуміються, або знову звертатися до звичних стереотипів, уже через специфіку своєї публічної професії, нав'язуючи усталені стереотипи читачам політичних інтернет-видань.

Вітчизняний дослідник цього процесу В. Владимиров вказує на декілька суперечностей між реальністю та ставленням особистості до неї, що може відображатись у стереотипах. Перша суперечність – суперечність між світом і картиною світу, непорозуміння між нібито «знанням» і реальним станом картини світу, також – кардинальна різниця між динамічною картиною світу та її фрагментарним баченням, епізодичністю сприйняття [9, с. 64].

Зауважимо, що можливість саме фрагментарного, епізодичного сприйняття перебігу соціального розвитку, у цілому вивіреного, а в стабільному суспільстві прогнозованого, є головною небезпекою для журналістів, яка існує саме в інтернет-виданнях. Суть проблеми полягає в тому, що жорстка регламентованість редакційного процесу передбачає миттєве реагування на подію, що трапилася. Цілком природно, що журналісти прагнуть написати оперативний матеріал якомога швидше, нехтуючи при цьому узагальненнями, порівняннями, аналогіями. Таким чином, втрачається основна умова подання аналітичного тексту, щоб дати читачеві можливість порівняти і спробувати зробити власні висновки. Фрагментарність, що існує у свідомості журналіста, мимоволі переноситься у свідомість читача.

2.3. Явище суб'єктивізму в контенті інтернет-видань

Недостатній рівень культурної освіченості населення пояснюється не тільки ставленням правлячої верхівки до цієї теми, а й збайдужінням масової свідомості, захопленої примітивними стереотипами; низьким рівнем матеріального стимулювання творців духовної культури. Культурна традиція буде розвиватися в міру підвищення рівня національної свідомості і формування суспільної думки. Яскравим прикладом є поява в соціальних мережах великої кількості відгуків на твір Василя Шкляра «Лишенець» та активне його обговорення в чатах, блогах, коментарях політичних сайтів.

Із погіршенням соціально-економічних умов зростатиме протестний електорат, який у пошуках виходу із соціально-економічної кризи буде змушений звернутися до історії, образів і архетипів національної культури, підсвідомо шукаючи в ній відповідні аналогії і зразки для наслідування. Культурний розвиток неможливий без професійного вдосконалення журналістів. Тому можна очікувати на зростання рівня популярності інтернет-видань за умови систематизації і гармонізації кола тем, запропонованих користувачам інтернету.

Тенденції розвитку аналітичної інтернет-журналістики в Україні досить оригінальні. Перша тенденція характеризується різким зростанням суто індивідуальних засад, суб'єктивного «єго» в самому матеріалі. Інша, не менш важлива тенденція, що є наслідком аналітичної журналістики минулих часів, передбачає вже чітко сформульований погляд на проблему, але вже узгоджений і стилістично опрацьований цілим колективом журналістів.

Проблема суб'єктивного матеріалу в останньому випадку звучить досить актуально. Де-факто, автором матеріалу є журналіст, який написав заголовок, вріз, основний текст і, звичайно, зробив висновки. Проте велика аналітична стаття ніяк не може обійтися без аналітиків і експертів. Свою прагматичну допомогу вони можуть подавати в різних формах: від усних консультацій, до написання цілих окремих розділів. Особливо часто останнє практикується в спеціалізованих інтернет-виданнях, де обсяги аналітики можуть доходити до 25 000 знаків. Враховуючи, що подібний матеріал розрахований, як правило, на три подачі, загалом стаття сприймається як єдине ціле. Більше того, спрацьовують закони белетристики. Основна проблема аналітичної статті перетворюється на динамічний сюжет, що інтригує читача, весь матеріал підсвідомо може сприйматися як пригодницьке оповідання.

Провідні інтернет-видання України одними з перших ввели практику розповіді про автора матеріалу. Зазвичай, це — високоякісна світлина зі стислою довідкою про автора матеріалу. Метод ознайомлення користувача з особою автора прийшов в українську інтернет-журналістику з друкованого

видання щотижневика «2000». Саме видавець «2000» одним із перших ввів у практику цивілізоване правило наочно представляти читачам автора того чи іншого матеріалу. Маємо наочний приклад творчого запозичення, екстраполяції методів подачі матеріалу з друкованого в інтернет-видання. Українська вчена О. Голік слушно зауважує, що водночас подібний метод роботи з авторами дає змогу видавцеві певним чином відокремитися, віддалитися від суб'єктивної концепції, що часто може не збігатися із політикою редакційного колективу [11].

Певним чином тенденція суб'єктивізації особи журналіста вступає в суперечку із анонімністю багатьох блогерів або намаганням приховати реальне прізвище під псевдонімом. Як було вказано вище, цілком зрозумілі причини, що спонукають небажання автора показувати своє реальне обличчя. Тим не менше, псевдонім в демократичній країні, в якій декларується верховенство права — цілком очевидна поступка, моральний відступ. Блогер або рядовий дописувач, коментатор журналістського матеріалу в інтернет-виданні може дозволити собі прикритися так званим «ніком» або іншою формою інтернет-псевдоніму. Однак журналіст, який обстоює громадянську позицію, дбає про суспільні інтереси, має бути відкритим для критики і буквально існувати в очах читача реальною фізичною особою.

Аналізуючи процес розвитку сучасного блогерства, що іде паралельно із розвитком вітчизняних інтернет-видань, слід не забувати, що всі публікації в соціальних мережах мають зводитися до формування суспільної свідомості. Оскільки: «...нерозуміння важливого соціального феномену, яким є, по суті, суспільна свідомість, яка де-факто стала панівною в Україні після Революції Гідності, змінивши масову свідомість «Дома-2», може спричинити і соціальний катаклізм. Інтернет у формі соціальних мереж і політичних сайтів, порталів відіграє чи не вирішальну роль у вирішенні цього питання. Зрозуміло, що утилітарність блогосфери не може стати місцем компетентного наукового обговорення проблеми розвитку суспільної свідомості. Проте фахові інтернет-

портали і інтернет-сайти могли б слугувати площадкою для подібної дискусії, в якій би взяли участь як науковці, так і видавці, журналісти» [7, с. 85].

Без сумніву, некоректно говорити про правильність постановки чи вирішення проблеми, виходячи лише з кількості осіб, які намагаються цю проблему вирішити. Теорія пізнається на практиці і тут особливо важливо зазначити, що в сучасній інтернет-журналістиці саме теорію можна значно швидше перевірити на практиці, оскільки інтернет-журналістика оперативніша за друковану пресу.

Враховуючи значну кількість фахівців з журналістики, яких нині щорічно випускають університети України, все більше фахівців із вищою освітою прагнуть долучитися до інтернет-журналістики, причому значна їх частина прагне працювати саме в провідних інтернет-виданнях, про які згадувалося вище. На думку вітчизняного дослідника О. Глушка, саме із цієї категорії професійно навчених і підготовлених фахівців складаються і формалізуються школи політичної, соціальної та культурологічної журналістики, що позитивно впливає на ефективність творчої діяльності редакцій інтернет-видань [10, с. 115–122].

Можна припустити, що зі своєрідних «гуртків за покликанням», «об'єднань за інтересами», групи аналітиків інтернет-журналістів досить швидко організовуватимуть школи політичної, соціальної та культурологічної журналістики. Як свідчить українська дослідниця Н. Копистянська, подібні школи вже давно функціонують у країнах Західної Європи і Сполучених Штатах Америки, ефективність їх впливу на демократичний розвиток цих країн важко переоцінити [19]. Аналітика в Україні у форматі інтернет-видань має значні перспективи для розвитку, оскільки структура, стиль і формат подачі аналітичних матеріалів постійно видозмінюється. Часто цей процес стає малопередбачуваним, непрогнозованим, як і будь-який творчий процес.

Можна говорити про перебіг складних процесів, що відбуваються в суспільній свідомості внаслідок адекватного засвоєння (або індивідуального сприйняття, що залежить від освіти, виховання, навіть настрою читача). У будь-

якому разі ці процеси здебільшого не гармонійно логічні, а швидше набувають характеру мозаїки, калейдоскопа. Як приклад – репрезентація засвоєних респондентом політологічних доктрин несподівано набуває характеру осмислення (виключно на емоційному рівні) культурологічних новин. Визначення відомого французького культуролога А. Моля щодо цього питання досить точно характеризує сам процес усвідомлення будь-якої події – від політичної до культурної: «Ми будемо називати цю культуру мозаїчною, оскільки за своєю суттю вона випадкова, складена із багатьох дотичних, проте не утворюючих певну конструкцію фрагментів, де немає ні точок відліку, ні одного загального поняття, проте багато понять, що мають значну вагомість (опорні ідеї, ключові слова і т. д.)» [25, с. 230]. Цю характеристику сприйняття культурологічних феноменів можна екстраполювати на сприйняття масовим читачем політичних новин. Так само ми спостерігаємо мозаїчність передачі інформації, особливо в інтернеті, де можливості для цього колосальні. Внаслідок мозаїчності сприймання певної події, що є плодом мозаїчності її подачі в різних електронних чи друкованих ЗМК, читач не отримує навіть загальну картину факту, вже не кажучи про те, що він майже не здатний відрізнити позитив від негативу, сформувати власне ставлення до події.

Погоджуючись з А. Модем, дослідник В. Подорога стверджує: «Культура сучасного – це набір пульсуючих з різною частотою та інтенсивністю явищ, на місці одного негайно виникає інше, щось зберігається, щось не залишає слідів, а щось набуває усталеної культурної форми, переходить у ритуал, наслідуючи обрану традицію. Культурне явище отримує статус зразка, на деякий час стаючи істинно культурним» [30].

Зрозуміло, що для усвідомлення певних соціальних процесів (культурологічних чи політичних) журналіст-аналітик інтернет-видання змушений керуватися певною теорією, концепцією. Складність цього полягає в тому, що зважений аналітик не має право цього робити, оскільки дотримання певної теорії неухильно призведе його до підсвідомого, а потім цілком свідомого прийняття вже певної політичної концепції, ідеї якоїсь конкретної

політичної сили. Отже, стаємо свідками взаємопов'язаних процесів: знецінення самооцінки репортером і знецінення власної точки зору респондентом. Науковий аналіз подібних ситуацій: з точки зору професійної етики насамперед, надзвичайно ускладнений, оскільки досі не напрацьовані; навіть теоретично не можуть бути уніфікованими і погодженими випадки підміни понять, коли йдеться про зміну системи поглядів журналіста, що яскраво реалізується в його публічних виступах. Міжнародні конвенції із журналістської етики, сучасні національні нормативні акти і кодекси журналістської етики не мають окремих, чітко виписаних положень чи пунктів, розділів чи коментарів, що мали б хоча б дотичне відношення до проблеми. Журналіст, який працює в електронних ЗМК, без додаткової підготовки пояснить своє власне бачення проблеми переходу із одного ЗМК в інше, проігнорувавши можливе звинувачення в матеріальній компенсації.

Необхідність у підвищенні не тільки професійних журналістських навичок, а й постійного оновлення знань з політології, філософії, та соціальної психології, стає дедалі нагальною проблемою для редакцій інтернет-видань в Україні. Процеси, які сьогодні відбуваються у світі, перебіг війни на Сході, колосальна корупція всередині країни, перспективи миру і т. ін. вимагають теоретичного осмислення в колективі, щоб згодом кожен член редакційного колективу мав можливість дохідливо і зрозуміло пояснити все, що відбувається, пересічному читачеві.

Дуже важливо, хоча і важко визначитися: на кого саме припадає основний інформаційний тягар інтернет-видань? Йдеться не про сукупний, збірний образ респондента чи загальний рівень освіти пересічного читача, глядача, слухача. Традиційно в Україні загальноосвітній ценз доволі високий. Більшість активних респондентів і користувачів інтернету мають повну або неповну вищу освіту. Йдеться саме про рівень загальної культури і можливість адекватно сприймати інформацію, що її продукують інтернет-видання. Питання не є риторичним, оскільки буквально не бачачи перед собою певну мету, характеристику свого читача, журналісти інтернет-видань досить скоро

опиняються в інформаційній пустелі. Поки що ми не можемо говорити про кризу ідеології, але певні зміни в суспільному мисленні, етичних категоріях уже спостерігаємо.

Водночас адекватна реакція на сучасні соціальні, політичні, економічні доктрини, а головне, вміння їх донести до пересічного українського споживача інформаційного продукту, – неабияка майстерність, що має культивуватися роками, проведеними безпосередньо в конкретному редакційному колективі інтернет-видання, що характеризується високим рівнем вимог до своїх власних журналістів.

Як поєднати ринкову економіку і мораль в журналістиці? На це питання частково відповіли американські науковці. Звернімося до концепції американського дослідника і видавця Волтера Ліппмана. Епіграфом до своєї книги «Суспільна думка» Ліппман обрав фрагмент із «Держави» Платона з описом печери, у якій бранці змушені все життя спостерігати тільки тіні світу, але не сам світ. Оскільки люди ніколи не бачили того, що відкидає тіні, то вони не в змозі і запідозрити існування чогось більш реального, ніж тіні» [20, с. 2].

Проводячи аналогії із сучасною цивілізацією, Ліппман писав, що «пізнавальні можливості людини обмежені: людина не може знати все, бути абсолютно поінформованою, тому що навколишнє середовище занадто складне і мінливе. Долаючи різноманітність світу, людина систематизує знання про нього в категорії. Ці категорії – фікції, стереотипи, елементи псевдо середовища, за допомогою яких людина пристосовується до свого оточення. Поведінка людини є реакцією на стимули псевдо середовища» [20, с. 86].

За Ліппманом, «...окремі стереотипи в людській свідомості згодом об'єднуються в системи стереотипів, які постають у вигляді повсякденних укладів, вірувань, навчань, соціальних інститутів тощо. І так аж до стереотипу, що охоплює всі системи стереотипів і відомий під назвою «соціальна реальність» [20, с 53].

Подібні висловлення можна знайти в працях інших науковців, присвячених цьому питанню. Сама по собі суспільна думка є комплексним

поняттям, що включає в себе окремі компоненти: об'єктивні і суб'єктивні, ірраціональні, та емоціональні, які важко звести до купи, проте це необхідно зробити з огляду на специфіку наукового дослідження.

За робочу дефініцію приймемо визначення: «Суспільна думка – результат еволюції масової свідомості; перехід на якісно новий етап, що передбачає адекватне усвідомлення оточуючого світу, суспільних відносин, розумне і виважене ставлення до запитів громадськості. Суспільну думку колективно формує середній клас демократичного суспільства; її існування зумовлене традиціями і економічною свободою окремих індивідів. Завдання працівників ЗМК демократичної країни полягає в публічній реалізації ідей, що продукуються інтелігенцією в широкому сенсі цього слова; підтриманні суспільної думки як необхідного і надзвичайно важливого чинника демократизації суспільства».

Інтернет-видання України як найбільш масові, ефективні, які зазвичай мають яскраво виражені інформаційно-насичені та емоційні матеріали, разом із іншими ЗМК формують суспільну думку. Без суспільної думки і моралі загалом не можлива побудова громадянського суспільства. Згідно з прийнятими філософськими і соціологічними школами, суспільна думка разом із особистою формують світобачення окремого громадянина. Колективна, суспільна думка і суто індивідуальна в такому разі поєднуються, доповнюючи одна одну. Існує і взаємоперехід, коли індивідуальна свідомість «підживлює» колективну суспільну; а суспільна, в свою чергу, потужно впливає на концепцію світосприйняття індивіда. Однак це не означає, що суспільна думка завжди має рацію, радше вона однозначна в прийнятті висновків, що ініціюють подальші дії.

Крайня точка зору, коли йдеться про пріоритет суспільної свідомості – відмова від власного погляду на користь загальноприйнятої тенденції. Інша крайність: ігнорування загальноприйнятої концепції, точки зору на користь власної, прагматично-індивідуальної. В останньому випадку зазвичай все зводиться до утопій чи антикультури.

«Суспільну свідомість як відображення суспільного буття і самостійне утворення з внутрішньою логікою розвитку у філософії представлено двома основними рівнями: повсякденним і теоретичним. Це положення є результатом обґрунтованості й адекватності відображення у свідомості людей суспільного буття і зазвичай називається буденною свідомістю та теоретичною свідомістю», — пише Е.Тоффлер [43, с. 98].

Як зазначалося вище, з певною мірою умовності, можна говорити про те, що суспільна думка виступає формою реалізації суспільної свідомості в процесі цивілізаційного розвитку. У такому разі вона виконує цілий ряд функцій, наприклад, оцінювальну, орієнтовно-пізнавальну, виховну, часом – функцію соціального контролю і функцію регламентування. Все це є частинами головної функції – регулювання. Суспільна думка важлива не тільки тим, що вона покликана оцінювати те чи інше явище. Суспільна думка впливає на ідеологію, формування нових моральних критеріїв, естетичних поглядів. Суспільна думка є системою, що постійно самовдосконалюється, обираючи найоптимальніші морально-естетичні канони, критерії, які покликані формувати світогляд особистості. Моральні та естетичні категорії швидко створюють, в свою чергу, передумови для розвитку суспільної думки. Проте невдячні, складні обставини розвитку людського соціуму можуть призвести до прямо протилежних наслідків. Суспільна думка може зазнати негативних впливів і перетворитися на систему колективних поглядів, що призводять до руйнації цивілізованого суспільства. Приклад такого явища: народження тоталітарних режимів, фашизація європейського суспільства в 30-х рр. минулого сторіччя.

Прикладів несвідомої чи, навпаки, добре усвідомленої шкідливої діяльності вітчизняних інтернет-видань з руйнації моральних пріоритетів суспільства, надзвичайно багато, і їхня кількість збільшується зі зростанням соціальної напруженості в суспільстві. Почуття страху, напруження роз'єднує людей, робить їх легкокерованими.

Висновки до розділу 2

1. Визначено п'ять головних етапів виникнення і розвитку інтернет-видань України. Наведено стисло характеристику кожного етапу. Названо основні інтернет-видання України, що вже мають традицію успішної творчої діяльності.

2. Поняття новинної інформації в інтернет-виданнях, а головне, інтерпретація новин журналістами інтернет-видань, змінюються не тільки з набуттям журналістом певного досвіду, а й залежить від ряду суб'єктивних чинників.

3. Суспільна думка, яка формується інтернет-виданнями, – це результат еволюції масової свідомості; перехід на якісно новий етап, що передбачає адекватне усвідомлення довколишнього світу, суспільних відносин, розумне й виважене ставлення до запитів громадськості. Завдання журналістів інтернет-видань в Україні як в демократичній країні полягає в публічній реалізації ідей, що продукуються інтелігенцією в широкому сенсі цього слова; в підтриманні суспільної думки як необхідного і надзвичайно важливого чинника демократизації суспільства.

4. Визначено, що концепція суб'єктивізму журналіста інтернет-видань пов'язана з можливістю втілення цим журналістом в контент власних подач в конкретному виданні тих інформаційно-сміслових контентів, які, з одного боку, відповідають його світоглядним змістам та ідеологічним характеристикам медіа, а з іншого боку, не порушують журналістських стандартів та етичних норм журналістики та журналіста.

РОЗДІЛ 3

ДОТРИМАННЯ СТАНДАРТІВ В ОБРАНИХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ

Для того, щоби ми змогли визначити порушення стандартів в конкретних інтернет-сайтах, ми повинні систематизувати наш майбутній аналіз. Будемо виходити з трьох характеристик прикладного застосування проблеми, яку ми аналізуємо в межах тексту магістерської роботи.

Перша характеристика – типологічна. Для того, щоби ми змогли здійснити аналіз того, як певні видання порушують стандарти, нам необхідно типологізувати ці стандарти. візьмемо за основу типології журналістських стандартів пропозицію українського вченого С. Штурхецького, який запропонував такі види журналістських стандартів:

По-перше, це баланс думок і точок зору.

По-друге, оперативність.

По-третє, достовірність (посилання на джерела).

По-четверте, відокремлення фактів від коментарів.

По-п'яте, точність.

По-шосте, повнота представлення фактів та інформації з проблеми [46].

Друга характеристика – проблемна. Для систематизації тих конкретних порушень стандартів, які ми знайшли у діяльності двох вибраних інтернет-видань нами здійснено сегрегацію порушень стандартів. В межах інтернет-видання «Новое время» нами розглянуто контент видання в цілому. В межах інтернет-видання «ZIK» звернуто увагу на порушення стандартів під час публікації новин. На нашу думку, це дозволить більш системно проаналізувати порушення стандартів цими інтернет-виданнями.

Третя характеристика – спільність стандартних і етичних норм журналістського фаху. аналізуючи публікації тих чи інших засобів масової

інформації, складно відокремити порушення журналістської етики від порушення журналістських стандартів. Тим більше, що, як ми вже зазначали вище, дослідники журналістики не розрізняють суттєвої різниці між цими поняттями. Так, зокрема, авторитетний в Україні і за її межами Інститут масової інформації вважає, що регуляторному впровадженню підлягають одночасно і стандарти журналістики, і принципи журналістської етики [81].

З іншого ж боку, є журналістська етика як певний перелік властивостей у справжній демократії. Відзначимо ключові кодекси журналістської етики:

а) повага права громадськості бути точно поінформованою про факти та події;

б) збір інформації чесними способами;

в) чесне подання інформації, коментарів і критики, особливо уникаючи невинуватих посягань на приватне життя, честь та гідність інших людей і необґрунтованих звинувачень;

г) спростування опублікованої або поширеної інформації, яка виявилась грубо неточною;

д) професійна таємниця стосовно джерела інформації;

е) незаохочення будь-якого насильства, ненависті, нетерпимості або дискримінації за ознаками раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політики або інших думок, національного, регіонального або соціального походження.

3.1. Дотримання стандартів журналістами інтернет-видання «Новое время»

Інтернет-видання «Новое время» – частина великого медіахолдингу, який включає не лише декілька медійних майданчиків, але й охоплює своєю діяльністю декілька країн. «Новое время» – це журнал, радіо і інтернет-сайт, невелика бібліотека, представленість на таких платформах, як Facebook, YouTube, Telegram. 2019 року під час пресконференції президента України В. Зеленського виник казус: президент дорікнув виданню тим, що його власник –

іноземець (йдеться про гендиректора інвестиційної компанії Dragon Capital, громадянина Чехії Томаша Фіала) [71].

Видання, враховуючи європейське походження капіталу, являє собою взірць ліберальної журналістики. Слово надається представникам різних поглядів на сучасні проблеми, але тут відсутні дописи, які сприятимуть не аналітичному, а ворожому настановчому контентові. Не вітаються публікації, в яких можуть знайти відображення елементи національної, мовної, релігійної ворожнечі. Слово не надається політикам, а лише журналістам, аналітикам, експертам, блогерам. перед нами – не партійний, а публіцистичний, чисто фахово журналістський сайт.

10 серпня 2020 року у виданні було здійснено подачу «У трансгендерів частіше діагностують аутизм, ніж у цисгендерів — дослідження» [79]. Вважаємо, що заголовок носить тенденційний характер, попри те, що використовується коректна, допустима лексика, яка враховує коректність ставлення до представників певних соціальних груп. Але зайвим є протистояння «трансгендер» – «цисгендер», тобто, у заголовку достатньо було обмежитись формулюванням «Аутизм частіше діагностують у трансгендерів». Тут вбачаємо порушення четвертого стандарту та етичного ставлення до представників нетрадиційних сексуальних меншин – зокрема, протистояння різних біологічних груп. Крім того, у матеріалі вживається термін «Трансгендери і гендерно-різномірні люди», який за визначенням є помилкою, оскільки трансгендери вже є гендерно-різномірними людьми. вважаємо, що у такому вигляді і з таким формулюванням матеріал порушує четвертий принцип і етичний підхід до окреслення певних соціальних груп аудиторії.

Продовжуючи медично-психологічну групу матеріалів, інтернет-видання «Новое время» звертає увагу на новітнє покоління, ставлячи запитання: «Бумери або мілленіали? Вчені назвали покоління, у якого найчастіше зустрічаються проблеми з ментальним здоров'ям» [59]. Розпочнемо з того, що назва публікації грішить тим, що некоректно вживає термін «бумери», адже правильно писати бєбі-бумєр (baby boomer). Крім того, судячи з публікації,

йдеться не про ментально-психологічне розуміння цього терміну (зайва повчальність, менторство), яке, власне, і має основне значення, а про психічний стан людей, Які народились в середині минулого століття, і новітнім поколінням.

Утім, найбільш некоректно. є фраза: «Раніше вчені також підтвердили, що у бейбі-бумерів частіше зустрічаються хронічні проблеми зі здоров'ям, ніж у людей попередніх поколінь». Тут відбувається абсолютна плутанина в термінології, адже бейбі-бумер – це, власне і є ті, хто народжений ще в минулому столітті. А ті, кого журналістика називають бейбі-бумером, є насправді мілленіали. Подібна плутанина в термінах може викликати неприйняття матеріалу як серйозними психологами, аналітиками і вченими, так і аудиторією, яка не професійно, побічно займається вивченням такої проблеми.

Доволі контраверсійним з огляду на дотримання журналістської етики вважаємо матеріал «Аліса чи Кхалісі. Як вибір імені впливає на долю дитини» [57]. По-перше, вважаємо, що вибір імен, які виносяться у заголовок, може образити тих людей, які є носіями цих імен, – а надто тих, хто носить рідкісне ім'я Кхалісі: а особливо якщо врахувати, що вони не винні в тому, що батьки дали їм таке ім'я. Але найбільш неприйнятним вважаємо ілюстрацію, яка супроводжує текстовий матеріал. На фотографії зображено двох молодих дівчат афроамериканського походження. Не зрозуміло, чому? Незрозумілою є і логіка подачі другої ілюстрації: зображено молодого мужчину із маленьким сином на руках: це явно не Аліса і Кхалісі.

У лонгріді «Кому порно, а кому борщ. Що таке сексуальна сумісність і як її досягти» [65] маємо порушення етичної норми, пов'язаної із необхідністю врахувати соціальний статус таких людей, які не працюють, але активно зайняті в домашньому господарстві, – зокрема, варять борщі. При цьому ці люди можуть одночасно займатись сексом, і дуже активно. Попри те, що цей лонгрід входить до рубрики «НВ-преміум» (тобто, доступний тільки передплатникам), стислий анонс матеріалу дозволяє звернути увагу на те, що публікація може стосуватись і вразливих читачів – наприклад, таких, які мають проблеми з

потенцією або які не уявляють себе поза рольовими іграми в сексі (про це йдеться в матеріалі).

Подача «Один раз можна? Наскільки небезпечний секс без зобов'язань?» (принагідно звернемо увагу на стилістичну помилку («...небезпечним є секс...») та помилку логічну (у цьому контексті має йти про безпечність одноразового сексу) [69] містить сумнівні конотації поняття «сексу без зобов'язань». Маємо на увазі, що традиційне українське суспільство, яке ґрунтується на християнських традиціях, в принципі стане антагоністом такої постановки проблеми. Але, крім цього, в публікації вживається термін «проміскуїтет». Мало того, що цей термін означає не разовий секс, а нічим не обмежені статеві відносини, які не передбачають ані моральних, ані матеріальних зобов'язань з боку учасників актів. Маємо порушення стандартів і журналістської етики, які можуть образити почуття як віруючих чи просто високоморальних людей, так і тих, хто полюбляє разовий секс, але не вважає себе представником проміскуїтетної спільноти.

Негативно вражає матеріал «”Мені абсолютно по*уй, що у вас відбувається”». Російського репера розкритикували за ставлення до протестів в Білорусі» [51]. Почнемо з констатації того, що у заголовок винесено нецензурне слово, яке, хоча і відкореговане, але легко читається. Це явне порушення журналістських стандартів, яке пов'язане з тим, що редакція – нехай навіть у вигляді цитати – не відмовляється від нецензурщини, а надто у заголовках. У самому тексті нецензурне слово відтворюється ще двічі, при цьому смакується саме ось цей брутальний зворот. Цікаво, що цей матеріал присвячено російському реперу Моргенштерну і вміщено у рубриці «Знаменитості» – поруч із такими людьми, як, для прикладу, Королева Великої Британії і Британський Принц Чарльз. Невідомо, що в такій компанії робить російський репер Моргенштерн. До речі, в сам матеріал включено відео з Твіттера, в якому репер ще декілька разів використовує нецензурну лексику, у брутальному вигляді повторюючи тезу про свою політичну незаангажованість.

Цитата від української співачки Ольги Полякової «Розводять черговий ср*ч» стала частинкою заголовку матеріалу «"Розводять черговий ср*ч". Оля Полякова різко висловилася про реакцію на свій виступ з Кіркоровим» [53] І з огляду на етику та порушення стандартів, і виходячи з політичної ситуації, пов'язаної із війною з Російською Федерацією, цей матеріал названий і побудований цілком некоректно. Йдеться про не стільки символізм того, що концерт, про який йдеться, відбувся не в Україні і не в Росії, а в Об'єднаних Арабських Еміратах, скільки про те, що цей концерт називався ParRUS, а це видає і російське походження концерту, і заангажованість у ньому російської сторони.

Помилкою сайту вважаємо те, що витання вмонтувало в тіло подачі «"Розводять черговий ср*ч". Оля Полякова різко висловилася про реакцію на свій виступ з Кіркоровим» відео з Інстаграму Ольги Полякової, в якому вона у доволі брутальній манері висварила своїх критиків. На нашу думку, запропонована сайтом конвергенція суспільної, публічної візії «Нового времени» з приватною, вузькою з аудиторної точки зору сторінкою співачки в Інстаграмі не відображає прихильність укладачів матеріалу до дотримання і балансу думок, і коректності в масовій комунікації, засобом якої є дане інтернет-видання.

Провокативним вважаємо інтерв'ю з людиною, яку різко розкритикували в Україні не стільки за цикл людиноненависницьких фільмів з циклу «Дау», скільки за його проєкт комплексу «Бабин Яр». Йдеться про Іллю Хржановського. Матеріал «На тлі скандалу. Інтерв'ю НВ з Іллею Хржановським про Дау, центр Голокосту Бабин Яр та механізми насильства» [67]. Порушуючи (мабуть, спеціально, свідомо, провокативно) такі стандарти і такі принципи журналістської етики, які пов'язані з національними і культурними толерантностями, журналісти не наголошують на неприпустимості доволі брудних технологічних прийомів маніпулювання, які вміло використовує сам Ілля Хржановський: інтерв'ю не містить ані підводок, ані коментарів

журналістів «Нового времени», а тому цей матеріал сприймається як цілісний, як такий, що співпадає з точкою зору редакції.

Ріже око і слух заголовок матеріалу «Розкрий душу і закрій рот. Чого можуть екстраверти навчитися у інтровертів» [75]. Звернемо увагу на два елементи порушення журналістських стандартів і журналістської етики. По-перше, розуміючи в принципі, що хотіли сказати журналісти і сприймаючи формулювання як гру протилежних дій, вважаємо за некоректне в заголовок виносити доволі грубу форму рекомендації «закрий рот». По-друге, явно вбачається певна образа екстравертів, оскільки щодо них застосовується прийом приниження і зверхності.

Лонгрід «Кінець Маска. Коли і чому німецький автопром поховає Tesla» [62] порушив заборону згадувати імена поза контекстом. В статті (щоправда, тільки для передплатників) йдеться про те, що конкуренція на ринку електричних авто зростає і що німецькі виробники шаленими темпами наздоганяють підприємства в США, які випускають електромобілі під брендом «Tesla. Згадуючи в узагальнюючому контексті Ілона Маска як натхненника і перших електричних автомобілів, і марки «Tesla» взагалі, автори вдаються до певної образи пана Маска і до маніпуляції поняттям «кінець». Маємо на увазі те, що, по-перше, за будь-яких обставин Маску не прийде кінець, оскільки, окрім автомобілів, він займається широким спектром впроваджень технічних новинок у життя людей, по-друге, загальновідомо, що і Ілон Маск вдосконалює свої автомобілі.

Лонгрід «Схудни або помри» [77] вирізняється однозначно некоректним заголовком. Маємо щонайменше дві претензії до нього. По-перше, поняттям «смерть» не варто жартувати (поза контекстом схуднення, а взагалі) – це серйозна моральна втрата для близьких і рідних, тому побажання смерті навіть у витонченій формі неприпустимо. По-друге, заголовок зачіпляє інтереси і гідність тих людей, які намагаються схуднути, але без якихось успіхів у цьому. Так що, їм немає альтернативи, окрім смерті?

Лонгрід «Ой, не воно. Ой, не туди. 10 помилок, які псують ваш секс» [70] має доволі однозначно некоректний заголовок, який спантеличити певну частину аудиторії, адже використовує потенційно можливі вигуки і фрази інтимного характеру. Окрім того, ілюстративна частина лонгріда містить брутальну фотографію, яка відтворює товари і продукти, які за своєю формою нагадують чоловічий статевий орган, а також співмірюють ці товари і продукти щодо їхніх розмірів та розміру чоловічого статевого органу.

Проблему гендера у своїй колонці піднімає Іванна Клімпуш-Цинцадзе, даючи старт матеріалові заголовком «Рівність жінок і чоловіків: точку неповернення не пройдено» [74]. Проблема, яку намагаються піднімати автори великої кількості публікацій, есе, коментарів тощо, у даному випадку являє собою спробу здійснити аналіз того, чому жінок менше, ніж чоловіків, в місцевих радах і в керівництві місцевими радами. На наше переконання, ця публікація великою мірою порушує проблему гендерної рівності – але на цей раз на користь чоловіків, які виявляються винними у результатах місцевих виборів в Україні восени 2020 року. Твердячи, що будь-які випадку прояву дискримінації і сексизму є неприпустимими, авторка вдається до огульних, без конкретних прикладів звинувачень суспільства (маються на увазі, звісно ж, чоловіки) в тому, що в Україні процвітають булінг і дискримінація жінок. Непевною з огляду на етичність виглядає намагання авторки звести проблему жіночого представництва в органах місцевої влади та місцевого самоврядування до елементарного квотування і його законодавчого затвердження. Доволі загально сприймаються заклики пані Іванни вдосконалювати законодавство щодо статі.

Взагалі ж, треба відзначити, що сайт «Новое время» є креативним, сучасним, сміливим. Журналісти не бояться піднімати теми, які можна віднести до проблематики доволі делікатної. Різноманітна рубрикація, авторські колонки, блоги, приватні сторінки тощо, – все це дозволяє не тільки широко, але й цікаво і креативно розглядати і аналізувати дуже широкий спектр тем, проблем і аспектів практичного усього спектру політичного, суспільного, соціального,

культурного життя України, Європи і світу в цілому. Такий підхід до подачі контенту, звісно ж, вигідно вирізняє сайт «Новое время» від інших порталів та інтернет-видань України. Мається на увазі те, що подібне розмаїття технологічних можливостей висвітлення проблем, специфіки розташування контенту, авторських конотацій, прийомів мовлення, асоціацій, прикладі тощо обов'язково призводять до того, що може виникати певна невідповідність із стандартами журналістики та вимогами до дотримання журналістської етики. І все ж, вважаємо, що інтернет-видання «Новое время» вирізняється високим рівнем журналістської культури, прагненням максимально дотримуватись журналістських стандартів і принципів журналістської етики.

3.2. Висвітлення новин журналістами інтернет-видання «ZIK»

Інтернет-видання «ZIK» входить до складу медіахолдингу (медіакорпорації) «ZIK». Ця корпорація складається з однойменного телевізійного мовника – телеканалу «ZIK» – та означеного нами сайту – інтернет-видання «ZIK». Раніше виходило і друковане видання цієї корпорації, так само під назвою «ZIK», але газета припинила своє існування у 2017 році.

Історія медіахолдингу «ZIK» до 2019 року була пов'язана з містом Львовом. Спочатку до цієї корпорації була дотична родина міського голови Львова Андрія Садового, який володіє такими мас-медіа, як, наприклад, інтернет-видання ZaxidNet та телевізійний канал «24». Але на початку 2010-х років корпорацію викупив власник футбольного клубу «Карпати» (Львів) Петро Димінський. Утім, після того, як він здійснив смертельну ДТП у Львівській області й втік до Швейцарії, де перебуває і зараз, медіахолдинг перейшов до власності Петра Козака – народного депутата від політичної партії «Опозиційна платформа «За життя» (ОПЗЖ), соратника Віктора Медведчука. Відтак, медіа корпорація, а, отже, і інтернет-видання, стали партійним рупором Опозиційної платформи «За життя» (ОПЗЖ), яскравим пропагандистом ідей «російського миру» («руський мир»), які лежать в основі партійної платформи і прикладної

діяльності ОПЗЖ. Телеканал «ZIK» є структурною одиницею Товариства з обмеженою відповідальністю «Телерадіокомпанія “Нові комунікації”».

Нами, на відміну від аналізу інтернет-видання «Новое время», розглянуто тільки новинні подачі сайтом «ZIK». Така технологія – технологія аналізу продукції ньюз-рума – викликана насамперед партійною ідеологічною спрямованістю контенту інтернет-видання «ZIK». Адже цікаво прослідкувати за тим, як при висвітленні суто партійних проблем порушуються вимоги до журналістських стандартів та до журналістської етики.

Свіжа подача зі стрічки новин – «”Поки ми тікали від однієї імперії, потрапили в рабство до іншої”, – Чаплига про залежність від США» [52]. Цей матеріал - конвергентна подача контенту з телевізійного каналу «ZIK», корпоративно задіяного до складу медіахолдингу. Текстової подачі немає, є лише відео. Вважаємо, що у назві відбувається не тільки маніпулятивна підміна понять «імперія» (якщо СРСР дійсно можна було вважати імперією, то США і західний світ в цілому не є імперією, виходячи із розуміння цього поняття), але й маніпулювання фактами, які призводять до порушення таких норм і стандартів журналістики, які впливають на відомість аудиторії.

Але найбільш прикрість цієї подачі на сайті «ZIK» є те, що черговий раз як для спрямованості медведчуківських телевізійних каналів піднімається тема «поросят». Цей термін – абсолютно неприйнятне для журналістської спільноти і для суспільного розуміння узагальнення представників західного суспільно-політичного, культурологічного, експертного і допомогового середовища, яке, на думку тих, хто є політичним та ідеологічним провідником в ОПЗЖ, заважає Україні йти на зближення з Росією – попри те, що Росія здійснила декілька актів нападу на Україну і провадить проти України різні види агресії.

Взагалі, використання терміну «соросята», яке асоціюється з особистістю західного мільярдера і філантропа Джорджа Сороса (і співзвучно із словом «поросята»), входить до сталого словесного пулу тих мас-медіа, які фінансуються В. Медведчуком. Утім, найбільш ганебним проявом неповаги до самого пана Сороса, української аудиторії, стандартів журналістики і

журналістської етики було впровадження марафону «Тхне Соросом», Який охопив усі залежні від ОПЗЖ мас-медіа – і інтернет-видання «ZIK» так само. Більше, у подачах цього інтернет-видання дана медійна акція була зазначена власне як акція безпосередньо від холдингу «ZIK»: «Марафон ZIK "Тхне Соросом" ще не набрав обертів, але вже викликав низку реакцій в соцмережах»

Слід віддати належне Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення, яка доволі гостро відреагувала на такий жакливий з точки зору етики і журналістських стандартів експеримент від «ZIK». Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення перевірила телеканал «ZIK» на предмет дотримання журналістських стандартів і журналістської етики щодо телевізійного марафону, відголосок якого медведчуківські мас-медіа розносять по своїх каналах до сьогодні [68].

24 квітня інтернет-видання «ZIK» у своїй новинній стрічці подало матеріал «Юрій Бойко: Спекуляції влади і націоналістів на пам'яті про героїв Великої Вітчизняної неприпустимі» [80]. Звертають на себе увагу не стільки маніпулятивні, скільки такі, що не відповідають етичним принципам журналістики, однозначні характеристики людей, які є патріотами України як націоналістів, які ігнорують результати і наслідки Другої світової війни, хоча з суті самого повідомлення випливає, що це зовсім не так. Крім того, видання вживає заборонене в Україні словосполучення «Велика вітчизняна війна», замість якого слід вживати саме «Друга світова війна».

Порушення етики ми вбачаємо і в тому, що у матеріалі йдеться про події у Львові, і саме щодо цього міста вживається термін «Велика вітчизняна війна». Але ж війна для Львова розпочалась у вересні 1939 року, а не у червні 1941 року, коли почалась Велика вітчизняна війна колишнього СРСР як радянсько-німецький етап Другої світової війни і коли Львів вже майже два роки був війною охоплений. Бачимо, що заради ідеологічного нарративу порушується історична логіка подій, вимоги до терміновживання, повага до аудиторії.

26 квітня 2020 року інтернет-видання «ZIK» подає конвергентний матеріал «У "ДНР" заявили, що коронавірус створили в "біологічних

лабораторіях України» [78]. Дивно читати в українському сегменті Мережі матеріал про невизнане, вороже до України сепаратистське утворення, а тим більше – повторюючи міфологію, створену Російській Федерації, щодо того, що в Україні існують якісь таємничі лабораторії, які виробляють шкідливу продукцію біологічного і хімічного характеру. Неперевірена, упереджена і наперед неправдива інформація, яка межує з маячнею, просто і спокійно подається без жодних коментарів чи пояснень як доконаний факт, як аксіома, яка не потребує жодних доказів.

19 вересня 2020 року інтернет-видання «ZIK» в новинній стрічці подало матеріал «Американські біолабораторії в Україні: Де вони та чим загрожують населенню» [58]. Безапеляційний заголовок став свідченням того, що такі лабораторії дійсно існують, хоча жодних фактичних підтверджень цьому фактові ані автори, ані журналісти не надали. Притягнуті за вуха, дуже сумнівні і непереконливі елементи подачі (ці елементи складно назвати фактами чи доказами, не кажучи вже по аргументи) грубо порушують декілька стандартів журналістики (зокрема – правдивість та неупередженість) і подають матеріал як готовий інформаційний продукт.

Щось схоже можна знайти в подачі «Імовірно, що вірус пішов з України, – Інна Іваночко про біолабораторії США» [49]. Єдиною відмінністю від попереднього матеріалу є те, що ця подача персоналізована – контент подається від імені львівської активісти ОПЗЖ Інни Іваночко, яка так само гаряче і безапеляційно, але так само і бездоказово твердить про можливість, по-перше, існування в Україні міфічних біолабораторій, по-друге, про те, що, можливо, саме з цих лабораторій пішов вірус COVID-19. Цей матеріал оздоблений відео з телеканалу «ZIK».

Взірцем подачі неправдивої інформації слугує фраза Інни Іваночко: «"Ні для кого не секрет, що на території України знаходяться 15 біолабораторій саме американських, і вони знаходяться тут не один рік, а вже більше десятка років. Наскільки я пам'ятаю, з 2005 року». Сама пані Іваночко знаходиться на сайті «Миротворець» як людина, яка є небезпечною для держави Україна Іваночко

Інна [60]. Крім того, фраза «ні для кого не секрет» не може залишатись без журналістського коментаря, оскільки є узагальненою, огульною і безадресною. На жаль, і в цьому випадку журналісти жодним чином не прокоментували слова того, чию позицію оприлюднили.

Ще одна персоніфікована подача в стрічці новин – «Діяльність американських біолабораторій – це порушення суверенітету України, – Ілля Кива» [48] пов'язана із думкою народного депутата від ОПЗЖ, відомого скандальною, епатажною поведінкою, участю в багатьох доволі контраверсійних акціях і флеш-мобах. Як і у випадку з Інною Іваночко, тут присутній фрагмент телевізійного контенту з телеканалу «ZIK». Звертає на себе увагу та обставина, що пан Кива перекидає прямий місточок до тієї проблеми, яка нами вже розглядалась, – «поросят». Він каже: «Ось ці псевдонаціоналісти і псевдопатріоти, вони ж мовчать, вони нібито нічого не помічають. А чому? А тому, що саме вони завжди фінансувалися ось цими фінансовими корпораціями, які давали їм можливість здійснювати всередині нашої країни злочини, розхитувати наше суспільство, знищувати його і фактично в усьому цьому залишатися непокараними». Отже, подвійна підміна понять і подвійна неправда: щодо біолабораторій і щодо фінансування активістів тими, хто ці біолабораторії в Україні ніби то тримає і фінансує. І ще одне явне порушення: автор називає людей, які дотримуються патріотичних, навіть націоналістичних позиції, такими, які заслуговують на приставу «псевдо». Це – не лише приватизація автором, паном Іллею Кивою, патріотизму чи любові до Батьківщини, це так само порушення почуттів цих людей, яких назвали «псевдонаціоналістами і псевдопатріотами».

Ще одна тема, яка перетворилась на наскрізний наратив в подачах у стрічці новин інтернет-видання «ZIK», пов'язана з ідеєю про «зовнішнє управління Україною». Той таки Ілля Кива є героєм подачі на сайті від 24 листопада 2020 року. В матеріалі «Ілля Кива: Ми будемо протистояти зовнішньому управлінню, яке знищує Україну» [61]. Безапеляційні, на рівні пропагандистських заяви народного депутата, розтиражовані інтернет-

виданням «ЗІК» традиційно із включенням до контенту на сайті подачі з телевізійного каналу, є яскравим прикладом порушення декількох стандартів журналістики та етичних норм. І – традиційно – жодних редакційних коментарів чи пояснень.

І ще одна заувага. Якщо звернутись до телевізійної частини контенту, то можна побачити речення від пан Киви: «Країна згасає і перетворюється в порох» (українською мовою правильно було написати: «перетворюється на порох»). Але зрозуміло, що тут йдеться пр. народне псевдо п'ятого президента України Петра Порошенка. Гадаємо, що, Якщо для приватних розмов і постів в соціальних мережах таке звернення щодо президента України можна вважати припустимим, то в сенсі функціонування серйозного інтернет-видання, яке претендує на високий рівень аналітичності подач і широку читацьку аудиторію, така інтерпретація прізвища Порошенка є порушенням етичних норм в професійній журналістиці.

5 грудня 2020 року в стрічці новин з'явився матеріал «Опозиційна платформа – За життя»: "Слуга" на чолі Одеської облради – результат злиття Зеленського і Порошенка» [50]. В конвергентній вже за традицією подачі йдеться про те, що результатом злиття двох політичних сил – партії «Європейська солідарність» та «Слуга народу» – в Одеській обласній раді утворилась коаліція, що дозволило представникові пропрезидентської політичної сили зайняти крісло голови обласної ради Одещини.

Сама новина вирвана із загальноукраїнського політичного контексту, оскільки давно відомими є намагання самої партії «Слуга народу» піти до союзу із представниками партії «Опозиційна платформа «За життя» – тобто, тої політичної сили, яка оперує даним інтернет-виданням. Неправда, закладена в основу матеріалу, легко підтверджується зізнанням представника керівництва партії «Слуга народу» О. Качури, яке наробило багато галасу в українському політикумі [54]. І після такого зізнання матеріал, про який йдеться, являє собою вирваний з контексту факт одиночного прикладу тимчасової партійної коаліції ,

що є неправдою на тлі всеукраїнської проблеми реального злиття партії «Слуга народу» із партією «Опозиційна платформа «За життя».

І ще. Звертає на себе увагу речення «За допомогою змови з бандою Труханова, Порошенка і Тимошенка "слугам" вдалося протягнути свою людину». Зайве підкреслювати відсутність етики в такому формулюванні ставлення до політичних опонентів.

Отже, на відміну від попереднього інтернет-видання – «Новое время» – інтернет-видання «ЗІК» відрізняється яскраво вираженою партійною позицією, чітко вираженою антиамериканським, антиєвропейським, проросійським наративом. Інтернет-видання часто подає пропагандистські матеріали, які не підтверджені фактами з реального життя. Редакція зловживає суб'єктивістськими матеріалами, які пропитані взірцями порушення журналістських стандартів та журналістської етики; контент цих матеріалів ґрунтується на використанні фейків, образах політичних опонентів, невідповідності реаліям, особистісних інтерпретаціях.

Висновки до розділу 3

1. За основу прикладної частини магістерської роботи було взято аналіз тих порушень етичних норм і стандартів журналістики, які ми знайшли у функціональних характеристиках двох інтернет-видань України – «Новое время» і «ЗІК». Ми навмисно взяли за основу аналізу два цілком різних, протилежних за суттю викладу матеріалу видання, щоби порівняльна характеристика була максимально повною і різноманітною.

2. Інтернет-видання «Новое время» – представник ліберальної інтернет-журналістики, різноманітна проблематика, набір жанрів, видів подач (від звичайних новинних інформацій та інформаційних кореспондентів до авторських блогів, колонок і лонгвідів), автури та креативного мислення дозволяють зробити висновок про те, що це інтернет-видання не підпорядковане якійсь чітко виструнченій політичній, соціальній, культурній

чи фінансовій ідеології. Вільний, а часто навіть фривольний стиль подачі контенту дозволяє знайти свою аудиторію для будь-якого комунікаційного інтересу, який втілюється у цьому інтернет-виданні.

3. Інтернет-видання «Новое время» не позбавлене недоліків, які відбивають наявність порушення стандартів і норм журналістської етики. Проте наявність таких порушень не носить якогось навмисного характеру, злого наміру, це – не умисли редакційної політики і не політична затребуваність менеджменту. Скоріш за все, порушення журналістських стандартів і етичних норм журналістики в матеріалах інтернет-видання «Новое время» пов'язане зі свободою вираження думки, з тим фактором, що це видання являє собою майданчик для вільного обігу суб'єктивного контенту, є місцем зустрічі не однакового тлумачення різноманітних тем і проблем; порушення стандартів і журналістської етики – це, радше, результат вільного авторського стилю, авторської манери, авторської лексики. При цьому такі порушення не стосуються неправди, фейків, злісних інтерпретацій і образ, не перетинаються з паплюженням і образами як інших людей, так і інтересів цих людей. інтересами.

4. Інтернет-видання «ZIK» – яскравий представник партійної, ідеологічної журналістики. Стиль викладу матеріалів – а ми розглядали новинні контенти цього інтернет-видання – примітивний, не творчий і не креативний. Певне різноманіття в подачу новинного контенту вносить ефект конвергенції: в матеріали новин вмонтовується телевізійний контент – програми чи уривки програм телевізійного каналу «ZIK». Але від цього контентна якість новинної журналістики аналізованого інтернет-видання не покращуються – йдеться лише про візуалізацію контенту, але жодним чином не про його більшу сутнісну привабливість. Автори новин і подачі цих новин, автори коментарів – практично те ж саме, однакове, обмежене коло людей, які є або партійцями «Опозиційної платформи «За життя», або заангажованими експертами, або проплаченими ботами.

5. Інтернет-видання «ZIK» страждає на цілісні комплексні порушення журналістських стандартів і вимог до дотримання журналістської етики. Матеріали містять домисли, фейки, неперевірену інформацію, часто аргументація ґрунтується не на реаліях, а на бажанні авторів чи експертів «підтягнути» контент під заздалегідь приготовлені концепції, докази, сентенції. Відсутня будь-яка альтернативна точка зору, що призводить до ефекту грубого нав'язування контенту – до того ж вельми сумнівного. Відсутні дискусії та диспути, набір тем і проблем доволі вузький, але навіть ці теми і проблеми подаються з порушенням культури мовлення, відсутністю логічних подач контенту, наявністю викривлення висновків.

ВИСНОВКИ

В тексті магістерської роботи нами розглянуто основні вимоги до тих стандартів, яких повинні дотримуватись у своїй практиці українські журналісти. Проаналізовано основні етичні норми в практиці українських журналістів. Дано оцінку сучасному станові українських інтернет-ЗМІ, історії їх функціонування, основним творчим характеристиками та суб'єктивізміві журналістів, які працюють в інтернет-виданнях. Увагу звернуто на ключові проблеми в практиці функціонування двох конкретних українських інтернет-видань.

Отримані результати дають змогу зробити такі висновки

1. Впровадження європейських стандартів в українське медійне середовище є важливим чинником гуманітарної сфери діяльності для життя в демократичному суспільстві. Підвищення стандартів журналістики сприяє забезпеченню кращого інформування української громадськості про політичні, соціальні, економічні, культурні процеси в Україні. Стандарти журналістики сприяють подальшій підтримці процесу зміцнення законодавчої бази діяльності засобів масової інформації, підвищенню етичних стандартів журналістської професії, підтримці постійного діалогу між мас-медіа, громадянським суспільством та органами державної влади.

2. Поняття журналістської етики зводяться до необхідності розуміння того, що найвищим завданням журналіста має бути реалізація права аудиторії на інформацію за найглибшого пошанування насамперед демократичних цінностей життя суспільства. У цьому сенсі журналістська праця знаходить свої межі у правдивості і порядності інформації та думок, вона не може бути сумісною з кампаніями чи заходами з визначеними наперед цілями, які скеровані на задоволення особистих, а не суспільних інтересів. Кодекси

професійної журналістської етики встановлюють принципи відповідальності журналістів, принципи журналістської честі та гідності, а також такі випадки поведінки, які є несумісними з професійною етикою журналіста.

3.1. Упродовж 1995–2020 рр. в Україні відбулося становлення особливого сегменту інформаційного національного простору — інтернет-журналістики. Визначено головні етапи її розвитку. В Україні діють як інтернет-видання, які мають традицію успішної творчої діяльності, так і невдалі проєкти. Інтернет-видання стали принципово новим видом ЗМІ. Ознакою цього є, зокрема, висока інтенсивність їхньої комунікативності. Сучасні інтернет-видання функціонують за логікою дискурсивності, інтерактивності, оперативного реагування на потреби своєї аудиторії. Суб'єктивізм журналіста інтернет-видань виявляється, зокрема: у способах подачі журналістських матеріалів – їхній тематиці, обсязі, у стилі викладу, способі верстки (розміщення на сайті), способі ілюстрації. Важливим складником суб'єктивності сучасних інтернет-ЗМІ є також забезпечення постійного зв'язку з читачами – через власні авторські тематичні сторінки в соціальних мережах, різноманітні приватні месенджери, приватні сторінки відомих журналістів видання. .

3.2. Сучасні інтернет-видання України зазвичай є джерелом комунікації, і, хоча меншою мірою – залишаються все ж елементом пропаганди та агітації. Інтернет-видання відіграють суттєву роль у розвитку громадянського суспільства. Комунікативність інтернет-видання виявляється в усіх його концептуальних аспектах (типологічному, жанровому тощо), в усіх площинах його функціонування (інтернет-видання – влада, інтернет-видання – конкурентне середовище, інтернет-видання – соціальні мережі, інтернет-видання – аудиторія, зокрема, цільова аудиторія).

4.1. Проаналізоване нами інтернет-видання «Новое время» не позбавлене недоліків, які відбивають наявність порушення стандартів і норм журналістської етики. Проте наявність таких порушень не носить якогось навмисного характеру, злого наміру, це – не умисли редакційної політики і не політична затребуваність менеджменту. Скоріш за все, порушення

журналістських стандартів і етичних норм журналістики в матеріалах інтернет-видання «Новое время» пов'язане зі свободою вираження думки, з тим фактором, що це видання являє собою майданчик для вільного обігу суб'єктивного контенту, є місцем зустрічі не однакового тлумачення різноманітних тем і проблем; порушення стандартів і журналістської етики – це, радше, результат вільного авторського стилю, авторської манери, авторської лексики. При цьому такі порушення не стосуються неправди, фейків, злісних інтерпретацій і образ, не перетинаються з паплюженням і образами як інших людей, так і інтересів цих людей. інтересами.

4.2. Проаналізоване нами інтернет-видання «ZIK» страждає на цілісні комплексні порушення журналістських стандартів і вимог до дотримання журналістської етики. Матеріали містять домисли, фейки, неперевірену інформацію, часто аргументація ґрунтується не на реаліях, а на бажанні авторів чи експертів «підтягнути» контент під заздалегідь приготовлені концепції, докази, сентенції. відсутня будь-яка альтернативна точка зору, що призводить до ефекту грубого нав'язування контенту – до того ж вельми сумнівного. Відсутні дискусії та диспути, набір тем і проблем доволі вузький, але навіть ці теми і проблеми подаються з порушенням культури мовлення, відсутністю логічних подач контенту, наявністю викривлення висновків.

Що стосується подальших можливих наукових і прикладних розробок проблеми, то треба виходити із розуміння того, що інтернет-видання України як засіб масової інформації має широкі перспективи опрацювання і принципів діяльності, і конкретного контенту. Можна вивчати ті принципи діяльності інтернет-видань, які здатні піднести комунікативний потенціал видань, швидко модернізувати інтернет-журналістику, систематизувати ефективнішу комунікацію з читачем, розвиваючи нові формати – зокрема відео- та аудіоподачі матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бачинін В., Журавський В., Панов М. Філософія права: підручник. Київ: Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. 472 с.
2. Бернштейн Д. Правовая ответственность как вид социальной ответственности и пути ее обеспечения . Ташкент: Фан, 1989. 148 с.
3. Беляков К. Інформатизація в Україні: проблеми організаційного, правового та наукового забезпечення: монографія . Київ: КВІЦ, 2008. 576 с.
4. Брадов В. Медіаринок України: умови зародження, періодизація та її особливості, світові стандарти сучасної журналістики: збірник наукових праць МОН України. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького; Інститут Медіа Права; Могилянська школа журналістики НАУКМА / за. ред. Т. Бондаренко, С. Квіт. Черкаси: Видав. Чабаненко Ю. Черкаси, 2010. С. 252-253
5. Брижко В. Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право: монографія / В. Брижко, М. Швець, В. Цимбалюк . Київ. : НДЦПІ АПрН України, 2007. 264 с.
6. Бухтатий О. Взаємовідносини органів державної влади та засобів масової інформації в умовах демократичного державотворення: автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.01. Харків, 2010. 20 с.
7. Василенко К. Вплив Інтернету на процес формування суспільної свідомості. *Інформаційне суспільство*. Київ, 2015. Вип. 21. С. 78–86.
8. Ващук О., Нелюбов В. Презентація навчальних і наукових матеріалів: навч. посіб. Ужгород: ЗакДУ, 2012. 164 с.
9. Владимиров В. Хаос – Розуміння – Масова комунікація. Київ : КиМУ, 2006. 365 с.

10. Глушко О. «Вищий пілотаж» журналістики. Наукові записки Інституту журналістики. Київ, 2006. 145 с.
11. Голік О. Теорія жанрів періодичної преси: історіографічний погляд. *Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку* : зб. наук. пр. / за ред. : С. Квіт, Т. Бондаренко. Черкаси, 2007. С. 390–394
12. Гольцова О. Соціальне регулювання та правове регулювання – співвідношення понять. *Часопис Київського університету права*. 2013. С. 53–57
13. Гусарев С., Олійник А., Слюсаренко О. Теорія держави і права: навч. посіб. Київ: Всеукраїнська Асоціація видавців «Правова єдність», 2008. 270 с.
14. Європейські цінності і практика: аспекти діяльності ЗМІ: матеріали до семінару журналістів: Програма Фонду «Європа ХХІ»; «ЗМІ та європейська інтеграція України». Київ, 2001. 84 с.
15. Іванов В. Шляхи підвищення популярності періодичної преси. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / за ред. В. Іванова та Н. Ланге. Київ: ЦВП, АУП, 2008. 300 с.
16. Іванов В., Сердюк В. Журналістська етика / за ред. В. Мостового: підручник. Київ: Вища шк., 2006. 231 с.
17. Каплій О. Конституційні засади організації взаємодії ЗМІ з державними органами України в напрямку реалізації принципу відкритості влади. *Юридичний вісник*. Київ, 2012. С. 44–49.
18. Квіт С. Масові комунікації. – Друге видання, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
19. Копистянська Н. Жанр, жанрова система у просторі літературознавства : монографія. Львів : ПАІС, 2005. 368 с.
20. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. Барчунова. Москва : Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
21. Литвин В. Етичні засади діяльності журналістів у нормативно-правових актах. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2008. С. 160–169.

22. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
23. Малиновский А. Кодекс профессиональной этики: понятие и юридическое значение. *Журнал российского права*. Москва, 2008. С. 39–44.
24. Міжнародні стандарти забезпечення свободи слова: зб. публікацій міжнар. орг-ції «Артикль 19» / за ред. Лабораторія законодавчих ініціатив. Київ: Міленіум, 2003, 396 с.
25. Моль А. Социодинамика культуры / пер. с фр. Б. Бирюкова. Москва : Прогресс, 1973. 407 с.
26. Москаленко А. Нормативна база діяльності преси. Теорія журналістики: навч. посібник. Київ.: «Експрес-об'ява», 1998. 256 с.
27. Нерсесянц В. Общая теория права и государства: учебн. для юрид. вузов и фак-в. Москва: Узд. группа НОРМА-ИНФРА, 1999. – 552 с.
28. Нормативно-правові та методологічні засади упорядкування інформаційних відносин: науково-методологічний посібник / за ред. В. Тація, В. Тихого, М. Швеця, В. Брижко, В. Цимбалюк. Київ: ТОВ «ПанТот», 2009. 324 с.
29. Петрова Н. Медіа-право. Київ, 2007. 276 с.
30. Подорога В. Выражение и смысл. *Коммуникативная стратегия в философии культуры XIX-XX столетий*. Москва : Ad Marginem, 1995. 427 с., С. 156–157.
31. Приступенко Т. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 351 с.
32. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16.11.1992 № 2782-ХІІ, поточна редакція від 01.01.2017, підстава 1780-19. *Відомості Верховної Ради України*. 1993. – № 1. – Ст. 1.
33. Про затвердження Національної стратегії у сфері прав людини: Указ Президента України від 25.08.2015 р. №501/2015. *Офіційний вісник України*. 2015. № 69. Ст. 2257.

34. Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення: Закон України від 23.09.1997 № 538/97-ВР, поточна редакція від 08.11.2016, підстава 1421-19. *Відомості Верховної Ради України*. 1997. – № 48.
35. Про телебачення і радіомовлення: Закон України від 12.12.1993 р. №3205-IV, поточна редакція 01.01.2017, підстава 1663-19. *Відомості Верховної Ради України*. 1994. № 10.
36. Рішення Європейського суду з прав людини щодо доступу до інформації / за заг. ред. Т. Шевченка, О. Павлюченко. Київ, 2014. 200 с.
37. Родионова Е. Юридическая ответственность как разновидность социальной ответственности: современные проблемы: дисс. канд. юрид. наук: 12.00.01 – теория и история права и государства; история учений о праве и государстве. Москва, 2007. 185 с.
38. Свобода вираження поглядів: практика Європейського суду щодо України. Інститут Медіа Права/ за ред. Т. Шевченка, А. Балацької. Київ: Фенікс, 2012. 192 с.
39. Селиванов В., Діденко Н. Правова природа регулювання суспільних відносин. *Право України*. Київ, 2000. С. 10–20.
40. Тарахонич Т. Право та мораль у системі соціальної регуляції. *Проблеми філософії права*. Київ, 2003. С. 147–149.
41. Тихонравов Ю. Основы философии права. Москва: Вестник, 1997. 608 с.
42. Токарська А. Правові аспекти суспільної комунікації: монографія. Львів: Ред.-вид. комплекс ЛьвДУВС, 2008. 144 с.
43. Тоффлер Е. Третя Хвиля/ пер. з англ. А. Євса. Київ : Видавничий дім «Всесвіт», 2000. 475 с.
44. Чічановський А., Старіш О. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник. Київ: Грамота, 2010. 568с.
45. Шеременко Н. Соціальні функції українських мас-медіа: політологічний дискурс. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. праць*. Київ, 2009. С. 281–291

46. Штурхецький С. Особливості дотримання журналістських стандартів під час висвітлення бойових дій. *Інформаційне суспільство*. Київ, 2016. С. 25-30.
47. Sibert E.S., Peterson T. and Schramm W. Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do. Urbana. University of Illinois, 1956. 256 p.

Електронні ресурси

48. «Діяльність американських біолабораторій – це порушення суверенітету України», – Ілля Кива. URL:https://zik.ua/news/politics/diialnist_amerykanskykh_biolaboratorii_tse_porushennia_suverenitetu_illia_kyva_967457. (дата звернення: 17.10.2020)
49. «Імовірно, що вірус пішов з України», – Інна Іваночко про біолабораторії. URL:https://zik.ua/news/ludyna/imovirno_shcho_virus_pishov_z_ukrainy_inna_ivanochko_pro_biolaboratorii_ssha_981341. (дата звернення: 19.10.2020)
50. «Опозиційна платформа – За життя»: "Слуга" на чолі Одеської облради – результат злиття Зеленського і Порошенка». URL:https://zik.ua/news/politics/opozytsiina_platforma_zazhyttia_sluha_na_choli_odeskoi_oblrady_rezultat_zlyttia_zelenskoho_i_poroshenka_989381. (дата звернення: 17.10.2020)
51. «Мені абсолютно по*уй, що у вас відбувається». Російського репера розкритикували за ставлення до протестів в Білорусі». URL:<https://nv.ua/ukr/art/morgenshtern-necenzurno-vislovivsyapro-protesti-v-bilorusi-ostanni-novini-50124261.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
52. «Поки ми тікали від однієї імперії, потрапили в рабство до іншої», – Чаплига про залежність від США. URL: <https://zik.ua/tv/video/245568>. (дата звернення: 18.10.2020)
53. «Розводять черговий ср*ч». Оля Полякова різко висловилася про реакцію на свій виступ з Кіркоровим. URL:<https://life.nv.ua/ukr/znamenitosti/olyapolyakova-rizko-vislovilasyapro-vistup-z-kirkorovim-foto-video-50122399.html>. (дата звернення: 21.10.2020)

54. «Слуги» співрацюватимуть з «ОПЗЖ» в окремих регіонах після місцевих виборів» — депутат Качура. URL:<https://hromadske.ua/posts/slugi-odnoznachno-obyednayutsya-z-opzzh-v-oblastyah-pislya-miscevih-viboriv-deputat-kachura>. (дата звернення: 19.10.2020)
55. Fletcher, R., Cornia, A., Graves, L. & Nielsen, R. K. (2018). Measuring the Reach of «Fake News» and Online Disinformation in Europe. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Available at: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/Measuring%20the%20reach%20of%20fake%20news%20and%20online%20distribution%20in%20Europe%20CORRECT%20FLAG.pdf>. (дата звернення: 20.10.2020)
56. Kim, Y., Chen, H.-T., & Gil de Zúñiga, H. (2013). Stumbling upon news on the Internet: Effects of incidental news exposure and relative entertainment use on political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2607–2614. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.005>. (дата звернення: 18.10.2020)
57. «Аліса чи Кхалісі. Як вибір імені впливає на долю дитини». URL: <https://life.nv.ua/ukr/kids/znachennya-imeni-yak-im-ya-vplivaye-na-dolyu-i-yak-nazvati-ditinu-doslidzhennya-50116623.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
58. «Американські біолабораторії в Україні: Де вони та чим загрожують населенню». URL: https://zik.ua/news/world/amerykanski_biolaboratorii_v_ukraini_de_vony_ta_chym_zahrozhuut_naselenniu_981111. (дата звернення: 18.10.2020)
59. «Бумери або мілленіали? Вчені назвали покоління, у якого найчастіше зустрічаються проблеми з ментальним здоров'ям». URL: <https://nv.ua/ukr/health/medicine/problemi-zi-zdorov-yam-u-starshogo-pokolinnya-50104294.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
60. Іваночко Інна Васильевна / Іваночко Інна Василівна / Ivanochko Inna Vasilevna . URL: <https://myrotvorets.center/criminal/ivanochko-inna-vasilevna/>. (дата звернення: 22.10.2020)

61. «Ілля Кива: Ми будемо протистояти зовнішньому управлінню, яке знищує Україну». URL: https://zik.ua/news/politics/illia_kyva_my_budemo_proty_stoiaty_zovnishnomu_upravlinniu_i_ake_znyshchuie_ukrainu_988142. (дата звернення: 21.10.2020)
62. «Кінець Маска. Коли і чому німецький автопром поховає Tesla». URL: <https://nv.ua/ukr/auto/articles/volkswagen-proti-tesla-yak-nimeckiy-koncern-uviyde-na-rinok-elektrokariv-50072473.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
63. Кодекс етики українського журналіста. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code>. (дата звернення: 19.10.2020)
64. «Комітет свободи слова затвердив Стратегію розвитку медіа законодавства». URL: http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/law/komitet_svobodi_slova_zatverd_iv_strategiyu_rozvitku_mediazakonodavstva/. (дата звернення: 19.10.2020)
65. «Кому порно, а кому борщ. Що таке сексуальна сумісність і як її досягти». URL: <https://nv.ua/ukr/health/sex/seksualna-sumisnist-50105328.html>. (дата звернення: 21.10.2020)
66. Красноступ Г.М. Деякі аспекти правового забезпечення реформування друкованих засобів масової інформації, заснованих органами державної влади та органами місцевого самоврядування. URL: <http://helsinki.org.ua/2006/08/deyaki-aspekty-pravovoho-zabezpechennya-reformuvannya-drukovanyh-zasobiv-masovoji-informatsiji-zasnovanyh-orhanamy-derzhavnoji-vlady-ta-orhanamy-mistsevoho-samovryaduvannya/>. (дата звернення: 20.10.2020)
67. «На тлі скандалу. Інтерв'ю НВ з Іллею Хржановським про Дау, центр Голокосту Бабин Яр та механізми насильства» URL: <https://life.nv.ua/ukr/lyudi/illya-hrzhanovskiy-pro-film-dau-i-zvinuvachennya-v-nasilstvi-na-zyomkah-interv-yu-novini-ukrajini-50084954.html>. (дата звернення: 18.10.2020)
68. «Нацрада перевірить ZIK через марафон !Тхне Соросом». URL: <https://detector.media/infospace/article/175335/2020-03-06-natsrada-perevirit-zik-cherez-marafon-tkhne-sorosom/>. (дата звернення: 18.10.2020)

69. «Один раз можна? Наскільки небезпечний секс без зобов'язань?» URL:<https://nv.ua/ukr/health/sex/seks-bez-zobov-yazan-50087920.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
70. «Ой, не воно. Ой, не туди. 10 помилок, які псують ваш секс». URL: <https://nv.ua/ukr/health/sex/pomilki-v-seksi-u-zhinok-i-cholovikiv-50095800.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
71. «Президент дорікнув «Новое время» у тому, що власник видання — громадяни Чехії». URL: <https://hromadske.ua/posts/prezident-doriknuv-novoe-vremya-u-tomu-sho-vlasnik-vidannya-gromadyanin-chehiyi>. (дата звернення: 20.10.2020)
72. Приступенко Т. Взаємовідносини засобів масової інформації та судової гілки влади в контексті права на інформацію. Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 19. URL: https://docviewer.yandex.ua/?url=http%3A%2F%2Fpravo-media.at.ua%2Ftext%2Fzmi_i_sut.doc&name=zmi_i_sut.Doc&lang=uk&c=568c4bbd84e3. (дата звернення: 18.10.2020)
73. Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні: Указ Президента України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1323/2000#Text>. (дата звернення: 19.10.2020)
74. «Рівність жінок і чоловіків: точку неповернення не пройдено». URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/miscevi-vibori-2020-skilki-zhinok-proyshlo-u-miscevu-vladu-novini-ukrajini-50126341.html>. (дата звернення: 21.10.2020)
75. «Розкрий душу і закрій рот. Чого можуть екстраверти навчитися у інтровертів». URL:<https://nv.ua/ukr/health/happiness/ekstravert-chi-introvert-kim-krashche-buti-50042316.html>. (дата звернення: 20.10.2020)
76. Свобода преси в Україні. Media Sapiens: медіаправо. URL:http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/government/svoboda_presi_v_ukraini/. (дата звернення: 19.10.2020)
77. «Схудни або помри». URL:<https://nv.ua/ukr/health/fitness/yak-pravilno-zauma-ti-sya-fitnesom-poradi-ekspertiv-50073406.html>. (дата звернення: 19.10.2020)

78. «У "ДНР" заявили, що коронавірус створили в "біологічних лабораторіях України». URL:https://zik.ua/news/crime/u_dnr_zaiavyly_shcho_koronavirus_stvo_rylu_v_biologichnykh_laboratoriiakh_ukrainy_966636. (дата звернення: 19.10.2020)
79. «У трансгендерів частіше діагностують аутизм, ніж у цисгендерів — дослідження» URL:<https://nv.ua/ukr/health/medicine/u-transgenderiv-chastishe-diagnostuyut-autizm-doslidzhennya-50105300.html>. (дата звернення: 19.10.2020)
80. «Юрій Бойко: Спекуляції влади і націоналістів на пам'яті про героїв Великої Вітчизняної неприпустимі». URL:https://zik.ua/news/politics/yurii_boiko_spekuliatsii_vlady_i_natsionalistiv_na_pamiaty_pro_heroiv_velykoi_vitchyznianoj_nepriputymy_966530. (дата звернення: 18.10.2020)
81. «Як журналістська етика і стандарти регулюються законами України». URL:<https://imi.org.ua/monitorings/yak-zhurnalistyska-etyka-i-standarty-rehulyuyutsya-zakonamy-ukrajiny-i28367>. (дата звернення: 20.10.2020)