

Доброчесність та етика **10**

ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА
ЕТИКА ЗАСОБІВ
МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

ОСВІТА ЗАРАДИ СПРАВЕДЛИВОСТІ
СЕРІЯ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ МОДУЛІВ

Доброчесність та етика

Модуль 10

ДОБРОЧЕСНІСТЬ ТА ЕТИКА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ



Організація Об'єднаних Націй
Відень, 2021

Цей модуль є ресурсом для лекторів.

Цей модуль, який розроблено в рамках ініціативи Управління ООН з протидії наркотикам та злочинності «Освіта заради справедливості» (Education for Justice – E4J), що є складовою Глобальної програми з впровадження Дохінської декларації, становить частину серії університетських модулів E4J із питань доброчесності та етики. До такої серії долучено також навчальний посібник. Повний комплект матеріалів E4J охоплює університетські модулі, які стосуються питань боротьби з корупцією, запобігання злочинності та кримінального правосуддя, кіберзлочинності, злочинів проти довкілля, вогнепальної зброї, організованої злочинності, торгівлі людьми та незаконного ввезення мігрантів, боротьби з тероризмом, а також доброчесності й етики.

Усі університетські модулі E4J містять пропозиції стосовно навчальних вправ, оцінювання студентів, змісту слайдів та інших інструментів навчання, які викладачі можуть адаптувати для застосування в конкретному середовищі й інтегрувати в наявні університетські курси та програми. Модуль передбачає схему тригодинного заняття, але його можна використовувати для проведення коротших або довших занять.

Усі університетські модулі E4J пов'язані з актуальними академічними дослідженнями та дискусіями і можуть містити інформацію, думки та висловлювання з різних джерел, включно з публікаціями в ЗМІ та висновками незалежних експертів. Посилання на зовнішні джерела були протестовані під час публікації. Втім, оскільки вебсайти третіх сторін можуть змінюватись, будемо вдячні, якщо ви повідомите нас про посилання, що не працюють, або такі, що спрямовують до неналежного змісту. Також будемо вдячні, якщо ви *повідомите* нас про публікації, посилання на які спрямовують на неофіційну версію публікації або вебсайт. Позаяк усі необхідні зусилля були докладені, щоб забезпечити точність перекладу змісту модуля, будь ласка, візьміть до уваги, що тільки оригінальна англійська версія модуля є погодженою. Тому, у випадку сумніву, будь ласка, звертайтеся до відповідної англійської версії.

Умови використання та застереження

© Організація Об'єднаних Націй, 2021р. Всі права захищено.

Використані позначення та представлені матеріали в цій публікації не означають та не мають наміру висловлення будь-якої думки з боку Секретаріату Організації Об'єднаних Націй стосовно юридичного статусу будь-якої країни, території, міста або місцевості чи їх органів влади, а також стосовно делімітації їх меж чи кордонів.

Ця публікація не проходила офіційне редагування.

Зміст

Вступ	2
Результати навчання.....	2
Ключові питання	3
Терміни та поняття.....	3
Етичні принципи для журналістів та інших постачальників новин.....	4
Етичні принципи для громадських журналістів і споживачів новин	9
Список літератури.....	11
Вправи	12
Вправа для виконання перед заняттям. Що ми знаємо про етику ЗМІ?	13
Вправа 1. Як вибрати новини.....	13
Вправа 2. Виникнення неправдивих новин	14
Вправа 3. Рольова гра: чи є у ЗМІ «обов’язок сумлінно виконувати свої функції»? ..	15
Вправа 4. Практичні приклади застосування методу «Potter Vox» й етики ЗМІ	16
Вправа 5. Штучно сформована громадська думка та маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ.....	19
Вправа 6. Громадська журналістика.....	20
Пропонована структура заняття	21
Рекомендовані матеріали для читання.....	23
Матеріали для поглибленого вивчення.....	25
Оцінювання студентів.....	28
Додаткові навчальні інструменти	29
Рекомендації з розробки окремого курсу	30

Вступ

У цьому модулі обговорено взаємозв'язок між концепціями етики та ЗМІ. Мета модуля полягає у сприянні інтроспективним міркуванням про те, у який спосіб усі ми як особистості беремо участь у створенні та розповсюдженні новин. Модуль досліджує важливе значення етики як для традиційних форм ЗМІ, таких як журналістика, так і для сучасних форм соціальних медіа. Поява технологій соціальних медіа та цифрових новин підвищила етичну відповідальність людей у такій галузі, особливо з урахуванням глобального охоплення й потужного впливу цих нових форм ЗМІ. Такі зміни, разом із неправдивими новинами (fake news) та посиленням обмежень ЗМІ по всьому світу, роблять цей модуль важливим та актуальним для студентів усіх дисциплін.

Визнаючи такі мінливі обставини, модуль поширює обговорення проблеми етичної відповідальності не лише на професійних журналістів, а й на споживачів новин, користувачів соціальних медіа і так званих «громадських журналістів». Він призначений для того, аби допомогти лекторам поліпшити розуміння студентами понять постачальника або споживача новин, а також спрямований на те, щоб пояснити, які етичні міркування необхідно враховувати тим, хто виконує ці ролі. Мета модуля також полягає в тому, аби надати студентам розуміння згубного впливу, який може виникнути через відсутність добродесності та етики в процесі постачання й споживання новин.

Модуль містить матеріали для викладачів. Він передбачає схему тригодинного заняття, але його можна використовувати для проведення коротших або довших занять чи розширити для застосування в межах повноцінного курсу (див.: Рекомендації із розробки окремого курсу).

Результати навчання

- Усвідомлювати значення відповідальності ЗМІ та етичних аспектів створення, надання й споживання медіа.
- Розуміти етичні зобов'язання постачальників новин перед суспільством.
- Приймати етичні рішення щодо ЗМІ, незалежно від свого статусу – постачальника чи споживача новин, професіонала чи непрофесіонала або ж звичайного користувача соціальних мереж.

- Аналізувати випадки та проблеми етики ЗМІ за допомогою моделі прийняття рішень «Potter Box».

Ключові питання

Журналістику тривалий час вважали стовпом демократії, з огляду на її функцію передачі громадськості важливої інформації про установи та осіб, які мають владу. Поінформовані громадяни мають вирішальне значення для належного врядування й необхідні для виявлення корупції та запобігання їй. З цього випливає, що інформація повинна бути точною, правдивою та неупередженою. Насправді йдеться про певні етичні обов'язки працівників ЗМІ, які досліджуються у цьому модулі. Обговорення стосується всіх студентів, які є споживачами ЗМІ та прагнуть зрозуміти, виконання яких етичних зобов'язань вони можуть очікувати від працівників ЗМІ. Багато студентів беруть активну участь не тільки в споживанні новин, а й у виробництві новин, особливо через соціальні медіа. Таким чином, після обговорення етичних зобов'язань працівників ЗМІ модуль переходить до розгляду відповідальності всіх людей за дотримання етичних норм поведінки під час створення та розповсюдження інформації через соціальні медіа. Модуль спершу досліджує ключові терміни та поняття.

Терміни та поняття

У цьому модулі використовують два ключових поняття – «ЗМІ» та «етика». Слово «етика» походить від грецького *ethos*, що означає характер або те, що робить людину гарною людиною, чи те, що робить сама людина, аби мати добрий характер. Поняття етики докладно досліджено в [Модулі 1](#) із питань доброчесності та етики (Вступ і концептуальна основа), який знайомить студентів із таким визначенням етики, яке запропонував Річард Норман: «спроба досягти розуміння природи людських цінностей, способу, у який нам варто жити, і того, що становить правильну поведінку» (Норман, 1988 р., стор. 1). У [Словнику Мерріама-Вебстера](#) ЗМІ визначають як «комунікаційну систему та організацію, через які інформація поширюється серед великої кількості людей». Більш актуальне й відповідне визначення для студентів надає [Dictionary.com](#), згідно з яким ЗМІ – «засоби комунікації, [як-от] радіо та телебачення, газети, журнали й інтернет, які доносять інформацію до людей або впливають на них».

Поняття «етика ЗМІ» у широкому сенсі стосується належних стандартів поведінки, яких провайдери та розповсюджувачі ЗМІ повинні намагатися дотримуватися. Завдяки

сучасним технологіям і посиленню глобалізації у теперішньому світі існує набагато більше галузей ЗМІ, ніж було в попередні періоди історії. Такі нові форми ЗМІ викликають нові етичні проблеми. Скажімо, сьогодні виникає багато етичних проблем щодо інтернету, якого ще 40 років тому не існувало взагалі. У зв'язку із широким діапазоном медіаплатформ та безмежної доступності можуть виникати різні проблеми залежно від певної галузі ЗМІ.

Технології також призвели до появи так званих «громадських журналістів», оскільки люди записують, фотографують і знімають на відео події, гідні уваги, у процесі їх розгортання (Балклі, 2012 р.). Громадські журналісти ускладнюють питання, пов'язані з етикою ЗМІ, і роль таких осіб буде обговорено в одній із вправ. Наскрізним питанням етики ЗМІ в багатьох різних медіанапрямках є потенційний конфлікт між стандартами етичної поведінки та бажанням компаній отримати прибуток. Саме ці та подібні до них питання обговорено в [Модулі 11](#) (Доброчесність та етика в бізнесі), у якому більш детально розглядають етичні проблеми, із якими стикаються суб'єкти приватного сектору, і в [Модулі 14](#) (Професійна етика), у якому обговорено питання професійних етичних кодексів і рольової моралі.

Студентам важливо розуміти, що конфлікти інтересів існують у багатьох сферах ЗМІ, та оцінювати, які етичні стандарти потрібні для журналістів, споживачів, а також підприємств чи окремих осіб, які залучені до надання та поширення інформації серед населення. Оскільки всі залучені сторони повинні дотримуватися етичних стандартів, у цьому модулі розглядають етичні принципи як для професіоналів у галузі засобів масової інформації, так і для непрофесіоналів, які займаються створенням та розповсюдженням ЗМІ. Модуль дозволяє студентам комплексно засвоїти цей матеріал за допомогою вправ.

Етичні принципи для журналістів та інших постачальників НОВИН

Хоча модуль розглядає етичні зобов'язання як професіоналів, так і непрофесіоналів у галузі ЗМІ, варто зазначити, що професіонали ЗМІ дотримуються вищих етичних стандартів, якщо порівнювати їх з непрофесіоналами. Вони зобов'язані надавати суспільству точну, правдиву й неупереджену інформацію. Професіонали ЗМІ мають етичні зобов'язання перед суспільством уже з огляду на свою діяльність як журналістів, репортерів, ведучих або власників медіакорпорацій. Роль засобів масової інформації у наш час залежить від комерціалізації та різноманітності суб'єктів ЗМІ, які охоплюють широкий загал та незалежні ЗМІ, корпоративні ЗМІ, групи захисту інтересів, консолідовані

медіакомпанії, державні й приватизовані ЗМІ. На них усіх поширюються етичні зобов'язання ЗМІ.

Багато медіакомпаній, онлайн-платформ, професійних асоціацій та інших організацій розробило кодекси етики для журналістів. У всьому світі було прийнято понад 400 кодексів етики для журналістів, багато з яких доступні у [базі даних](#) сайту «Accountable Journalism». Декларація принципів поведінки, ухвалена Міжнародною федерацією журналістів (МФЖ) 1954 року, вважається універсальним документом з етики в журналістиці. Згідно з [Декларацією МФЖ](#), основні цінності журналістики – це правдивість, незалежність і необхідність мінімізувати шкоду. Ще один впливовий кодекс етики для журналістів – це кодекс, прийнятий 2014 року Американським об'єднанням професійних журналістів (SPJ – Society of Professional Journalists). [Кодекс етики SPJ](#) доступний багатьма мовами, зокрема арабською, іспанською, китайською, німецькою, перською, португальською, російською та французькою. У його преамбулі зазначено, що «етичний журналіст повинен діяти добročесно», а сам кодекс містить чотири основні принципи, які закликають журналістів: (1) шукати істину й повідомляти про неї, (2) мінімізувати шкоду, (3) діяти незалежно та (4) бути підзвітним і прозорим. Для кожного принципу Кодекс етики SPJ містить докладні вказівки та закликає журналістів здійснювати свою роботу з урахуванням найвищих етичних стандартів. Ці принципи, які більш детально обговорено нижче, застосовні як до традиційної журналістики, так і до сучасних форм соціальних медіа, як-от Facebook, YouTube, Instagram, Twitter і LinkedIn. Хоча деякі з наведених нижче прикладів взяті з Кодексу SPJ, їх застосовують повсюдно, оскільки аналогічні принципи й цінності підтримуються кодексами журналістики в усьому світі.

(1) «Шукати правду й повідомляти про неї»

З огляду на перший принцип (шукати правду й повідомляти про неї), Кодекс SPJ закликає журналістів брати на себе відповідальність за точність своєї роботи, підтверджувати інформацію перед її оприлюдненням та за змоги покладатися на першоджерела. Кодекс заохочує журналістів використовувати свою роботу для забезпечення більшої прозорості влади. Скажімо, Кодекс вимагає, аби журналісти проявляли наполегливість і сміливість, докладаючи постійних зусиль із притягнення до відповідальності можновладців. Згідно з Кодексом SPJ, журналісти повинні забезпечувати платформу для висловлення тим членам суспільства, які можуть не мати голосу. У ньому також зазначено, що журналісти повинні підтримувати відкритий публічний діалог, за якого відбувається обмін різними поглядами, навіть якщо самі журналісти вважають ці погляди неприйнятними. Журналісти несуть особливу відповідальність за здійснення нагляду за урядом і громадськими справами. Ба більше, журналістам варто прагнути забезпечити прозорість публічної інформації та публічних справ. У цьому сенсі Кодекс SPJ, очевидно, просуває ідею про те, що журналісти зобов'язані надавати громадськості точну інформацію, сприяти відкритому

доступу й прозорості уряду та інших осіб, що обіймають владні посади, і надавати тим, хто не має права голосу в суспільстві, можливість висловитися та поділитися своїми переконаннями, поглядами й досвідом.

Експерти з етики ЗМІ також наголошують на цінності й важливості пошуку правди з боку журналістів. Журналістам та новинним організаціям варто бути правдивими, а їх репортажі повинні точно відзеркалювати проблеми або історії, про які їм повідомили. Однак, з огляду на зазначене вище, також надзвичайно важливо, аби журналісти зберігали повагу до приватного життя в пошуку істини. Іноді право людини на недоторканність приватного життя може суперечити потребі громадськості знати інформацію. Оскільки на рішення впливають етичні зобов'язання перед кожною зі сторін, журналісти стикаються з важким вибором.

(2) «Мінімізувати шкоду»

Укладачі Кодексу SPJ підкреслюють у другому принципі, що журналістам слід також мінімізувати шкоду, яку може бути заподіяно їхніми репортажами, і що етична журналістика вимагає, аби до джерел, суб'єктів, колег та представників громадськості ставилися як до людей, що заслуговують на повагу. Таким чином, журналісти повинні враховувати індивідуальні права на недоторканність приватного життя, а також той вплив, який їхні репортажі можуть чинити на людей загалом. У Кодексі зазначено, що журналістам варто проявляти співчуття до людей, на яких може вплинути висвітлення новин, зокрема до неповнолітніх або жертв злочинів. Журналісти також повинні пам'ятати про культурні відмінності, розмірковуючи про способи отримання новин чи інформації. Кодекс рекомендує журналістам проявляти «підвищену чутливість» за цих обставин (Об'єднання професійних журналістів, 2014 р.).

Суперечність між такими конкуруючими цілями, як публікування інформації задля загального блага та відмова від обміну такою інформацією з метою захисту права на недоторканність приватного життя, порушує етичні питання й вимагає від журналістів враховувати й зважувати різні фактори під час прийняття цих стратегічних рішень. Шкода для людини може вилитися у форму вторгнення в приватне життя або поширення інформації, яка так чи інакше ображає або завдає їй шкоди.

У цих рішеннях журналісти можуть брати до уваги різні концепції, зокрема етику чеснот, утилітаризм і деонтологію (Есс, 2013 р., стор. 262), які обговорено в [Модулі 1](#) із питань добročесності та етики. Основна передумова утилітаризму полягає в тому, що моральність діяннн залежить від того, чи максимізує таке діяннн загальну соціальну «корисність» (або щастя). Зокрема утилітаризм – це ідея про те, що метою діяннн повинна

бути максимальна можлива перевага задоволення над болем або найбільше щастя для максимальної кількості людей (детальне пояснення і джерела див. у Модулі 1).

Утилітаризм може або виправдати розкриття інформації громадськості, попри незначне порушення прав на недоторканність приватного життя, або виправдати приховування інформації з метою захисту таких прав за певних обставин. Утилітаризм може виправдати особисту недоторканність приватного життя, а відтак права власності, оскільки ці речі приносять найбільше щастя найбільшій кількості людей, а не лише певній людині. Утилітаризм можуть використовувати, аби виправдати намір пожертвувати недоторканністю приватного життя деяких людей, якщо це полегшить доступ широкого загалу до інформації.

Прихильники деонтології, з іншого боку, дотримуються протилежного погляду. Вони забезпечують послідовний захист прав особистості на недоторканність приватного життя, адже такі права, імовірно, необхідні для нашого загального існування та діяльності як незалежних моральних агентів. Отже, прихильники деонтології воліли б захистити приватне життя, а не розголошувати інформацію, яка слугувала б загальному благу на шкоду окремої особи. Визначення деонтології також наведено в Модулі 1. Її основна передумова, згідно з цим модулем, полягає у залежності моралі від дотримання певних принципів або обов'язків незалежно від наслідків. Отже, відповідь прихильників деонтології щодо питання етики ЗМІ ґрунтуватиметься на твердженні, відповідно до якого не варто порушувати прав інших на недоторканність приватного життя, оскільки ми не хочемо, щоб порушували наші власні права на недоторканність приватного життя.

Ці протилежні точки зору визначають підходи до розв'язання питань етики ЗМІ та є особливо актуальними при розв'язанні питань захисту приватного життя та мінімізації шкоди для людини, з одного боку, і служіння загальному суспільному благу, з іншого.

(3) «Діяти незалежно»

Журналістів також закликають діяти незалежно, що становить третій принцип, викладений у Кодексі SPJ. Цим принципом укладачі Кодексу підкреслюють, що основна відповідальність етичної журналістики – служити суспільству (Об'єднання професійних журналістів, 2014 р., виноска 6). Таким чином, журналісти повинні ставити громадськість на перше місце і відмовлятися від будь-якого особливого ставлення до рекламодавців та спонсорів або від будь-яких інших особливих інтересів, а також протистояти внутрішньому й зовнішньому тиску з метою вплинути на репортаж. Такий принцип передбачає, що журналісти мають відмовлятися від подарунків і уникати конфлікту інтересів.

Прикладом поведінки, яка не відповідає принципу діяти незалежно, можна вважати випадок, що стався в Канаді 2015 року. Леслі Робертс (Leslie Roberts), ведучий новин канадського новинного агентства «Global Toronto», пішов зі своєї посади в мережі через серйозні звинувачення у конфлікті інтересів. (Global News, 2015 р.). Робертс публічно визнав, що він таємно був співвласником піар-фірми, клієнти якої з'являлися в передачах «Global News». Пан Робертс ніколи не повідомляв керівництву «Global News» про свій зв'язок із цією піар-фірмою. Такий конфлікт інтересів викликає серйозні етичні проблеми, оскільки засоби масової інформації зобов'язані надавати неупереджену та незалежну інформацію. Якщо ведучий і новинне агентство надають громадськості інформацію, що спотворена через незрозумілі преференції у виборі гостей шоу, які, імовірно, зацікавлені в тому, аби надіслати певне повідомлення громадськості, обов'язок повідомляти правду був порушений. Така поведінка суперечить принципу діяти незалежно, викладеному в Кодексі.

Ще один приклад поведінки, який не відповідає принципу, згідно з яким журналісти повинні діяти незалежно, – це роздача журналістам на пресконференціях «конвертів» із великими сумами грошей в обмін на публікацію їхніх історій. Така тенденція журналістики у «конвертах» докорінно суперечить принципу незалежності журналістики та дозволяє ЗМІ подавати громадськості викривлену чи упереджену інформацію (Нваубані, 2015 р.).

(4) «Бути підзвітними та прозорими»

Кодекс SPJ радить журналістам бути підзвітними та прозорими, що становить четвертий принцип. Журналісти повинні пояснювати аудиторії етичність вибору й процесів, а також усвідомлювати та публічно визнавати будь-які помилки. Їм також слід швидко виправляти такі помилки й повідомляти про це. У наведеному вище прикладі Леслі Робертс визнав, що журналісти зобов'язані розкривати громадськості неетичну поведінку в журналістиці, включно з будь-якою поведінкою всередині їхніх власних організацій, оскільки в Кодексі також ідеться про те, що етична журналістика передбачає «відповідальність за свою роботу та пояснення свого рішення громадськості». Агентство «Global News» визнало неетичність поведінки пана Робертса і зробило відповідну заяву після звільнення пана Робертса: «Персонал "Global News" і далі відданий принципам зваженої та етичної журналістики, яка функціонує в інтересах суспільства». Агентство «Global News» також оприлюднило заяву пана Робертса про звільнення з посади, у якій він визнав, що його власна неетична поведінка стала причиною його виходу з мережі, і попросив вибачення, заявивши таке: «Мені шкода через ці обставини, зокрема через те, що нерозкриття інформації призвело до такого результату» (Global News, 2015 р.). Морально сумлінний спосіб, у який «Global News» вирішило цей конфлікт інтересів, відповідає принципам, викладеним у Кодексі, і підтримує високі стандарти поведінки журналістів, які є фундаментальною частиною будь-якого обговорення питань етики ЗМІ.

Таким чином, журналісти зобов'язані (1) шукати правду й повідомляти про неї, (2) поширювати інформацію у такий спосіб, аби мінімізувати шкоду для суспільства, (3) діяти незалежно під час надання такої інформації, і (4) бути підзвітними та прозорими за такого процесу. Ці етичні обов'язки журналістів є фундаментальними концепціями етики ЗМІ. (5) Об'єктивність

П'ятий етичний обов'язок або принцип, який можна обговорити на занятті, – це концепція об'єктивності. Об'єктивність, яку віддавна вважають нормою в журналістиці, на сьогодні є предметом широких дебатів. У таких суперечках перевагу віддають принципу прозорості. Хоча люди ніколи не можуть бути по-справжньому об'єктивними, можна принаймні розкрити наші вихідні позиції. У своїй статті «[Objectivity and Journalism: Should We Be Skeptical?](#)» (Об'єктивність та журналістика: чи варто нам бути скептичними?) Александра Кітті (Alexandra Kitty) обговорює цю ідею (2017 р.).

Етичні принципи для громадських журналістів і споживачів НОВИН

Хоча найбільш відомими етичними зобов'язаннями у світі ЗМІ є зобов'язання журналістів перед громадськістю, особи, які не є професіоналами у сфері ЗМІ, так само зобов'язані діяти добročесно під час використання та споживання новин.

Аби проілюструвати це зобов'язання, у межах пропонованого модуля спочатку розглянуто питання щодо тих осіб, яких часто називають «громадськими журналістами». Такі люди не є професіоналами в галузі ЗМІ. Часто вони є лише випадковими перехожими зі смартфоном. Однак ці люди часом опиняються в епіцентрі розгортання подій, а така можливість не завжди є у традиційних журналістів. Завдяки глобальному характеру соціальних мереж вони можуть ділитися своїми записами та фотографіями з майже необмеженою кількістю людей. Приклади цього явища можна було спостерігати, коли тисячі людей на землі публікували в інтернеті свої переживання під час урагану Сенді 2012 року, землетрусу на Фукусімі 2011 року, вибуху на Бостонському марафоні 2013 року, терористичних атак у Парижі 2015 року та інших глобальних конфліктів. Хоча такі публікації були багато в чому корисними, вони також призвели до поширення небезпечних чуток і помилкових заяв.

Пересічних громадян у жодному разі не варто відмовляти ділитися тим, що вони бачать. Однак нарощення впливовості їхньої позиції завдяки платформам соціальних медіа спричиняє етичний обов'язок діяти обережно. Громадські журналісти повинні прагнути

тієї ж чесності, якої вони очікують від професійних ЗМІ. Отже, перед публікацією матеріалу в інтернеті необхідно поставити такі запитання:

- Чи є точним те, що я публікую?
- Чи перевірені мої джерела інформації?
- Чи завдасть таке оприлюднення інформації шкоди будь-кому?

Зрештою, мета громадських журналістів повинна полягати в тому, аби сприяти суспільству краще розуміти те, про що журналісти пишуть. Цей стандарт поширюється не лише на людей, які публікують у мережі інформацію про поточні події, а й на тих, хто веде блог або будь-яким чином створює контент.

Також заслуговують на увагу етичні зобов'язання користувачів соціальних медіа. Хоча користувачі соціальних медіа не завжди створюють новий контент, вони все ж часто приймають рішення про те, яким контентом поділитися з іншими. На відміну від друкованих ЗМІ, популярних у минулому, велика частина тих ЗМІ, які публікуються зараз в інтернеті, уже не мають чіткого розмежування між новинами та думками. Оголошення часто нагадують виклад фактів, а в статтях часто не вказано автора або джерел. Таку плутанину можна побачити в дискусіях на глобальному рівні стосовно проблеми «неправдивих новин».

Проведене у США опитування, опубліковане дослідним центром «Pew Research Center» 16 грудня 2016 року незабаром після виборів у США, показало, що 23 відсотки респондентів свідомо чи ні поділилися вигаданими новинами в соціальних медіа. Згідно з тим самим опитуванням, 64 відсотки респондентів заявили, що явище неправдивих новин викликало серйозну плутанину щодо поточних подій.

Публікація і просування цих історій у соціальних медіа може не лише спричинити плутанину, а й завдати шкоди. Чутки та неправда здатні зашкодити репутації та навіть наразити на небезпеку інших. Хоча одна людина, яка розповідає неправдиву історію, може залишитися непоміченою, часто виникає колективний вплив.

Етичний курс дій користувачів соціальних мереж – утримуватися від поширення дезінформації. З метою уникнення дезінформації користувачі соціальних медіа повинні критично оцінювати контент перед тим, як його поширювати.

Щоб оцінити правдивість статті або історії, користувачі соціальних медіа повинні запитати себе про таке:

- Хто є джерелом? Автор?

- Автор стверджує про певний факт або висловлює думку?
- Чи містить стаття джерела або цитати, які можна перевірити?
- Чи використано в матеріалі лексику, покликану викликати емоційну реакцію?

Згідно з дослідженнями, представники громадськості зіштовхуються з істотними труднощами, оцінюючи правдивість контенту в соціальних медіа. Розуміючи це, тим паче важливо добре обміркувати етичні наслідки того, чим ми ділимося в інтернеті.

Зрештою, цей модуль демонструє, що етика ЗМІ може бути застосована до всіх нас, незалежно від того, чи маємо ми намір стати професіоналами в галузі ЗМІ. З огляду на це, у наступному розділі запропоновано завдання в групі, за допомогою яких студенти зможуть розглянути детально обговорені вище питання.

Список літератури

Бартел, Майкл, Емі Мітчелл і Джессі Холкомб (Barthel, Michael, Amy Mitchell and Jesse Holcomb) (2016 р.). Багато американців вважають, що неправдиві новини сіють плутанину (Many Americans believe fake news is sowing confusion). Pew Research Center: журналістика та ЗМІ, 15 грудня.

Балклі, Кейт (Bulkley, Kate) (2012 р.). Становлення громадянської журналістики (The rise of citizen journalism). *The Guardian*, 10 червня.

Есс, Чарльз М. (Ess, Charles M.) (2013 р.). Глобальна етика ЗМІ? Питання, вимоги, проблеми, рішення. (Global media ethics? Issues, requirements, challenges, resolutions.) Стівен Дж. А. Уорд (Stephen J.A. Ward) у книзі «Глобальна етика ЗМІ: проблеми та перспективи» (*Global Media Ethics: Problems and Perspectives*), Стівен Дж. А. Уорд (Stephen J.A. Ward), ред. Чічестер, Сассекс, Сполучене Королівство: John Wiley & Sons.

Global News (2015 р.). Леслі Робертс залишає «Global News» після внутрішнього розслідування (Leslie Roberts resigns from Global News in wake of internal investigation), 15 січня.

Кітті, Александра (Kitty, Alexandra) (2017 р.). Об'єктивність та журналістика: чи варто нам бути скептичними? (Objectivity and Journalism: Should We Be Skeptical?) Доступно за посиланням: https://www.skeptic.com/reading_room/objectivity-in-journalism-should-we-be-skeptical/.

Норман, Річард (Norman, Richard) (1998 р.). *The Moral Philosophers* (Філософи моралі). Оксфорд: Oxford University Press.

Нваубані, Адаобі Трісія (Nwaubani, Adaobi Tricia) (2015 р.). Журналістика в «конверті» у Нігерії (Nigeria's 'brown envelope' journalism). *BBC News*, 5 березня.

Об'єднання професійних журналістів (Society of Professional Journalists) (2014 р.) Кодекс етики SPJ, 6 вересня.

Вправи

У цьому розділі містяться пропозиції щодо навчальних вправ під час занять і перед ними, тоді як ті завдання для виконання після занять, які надано для оцінки розуміння модуля студентами, наведено в окремому розділі.

Вправи в цьому розділі найбільш доречні для тих груп студентів, у яких навчається до 50 осіб та в межах яких студентів можна легко розділити на невеликі підгрупи для обговорення окремих прикладів або виконання вправ, після чого представники таких груп зможуть надати відповідь усій групі. Хоча застосовувати подібну структуру із формування підгруп вдасться й у великих групах, які складаються з декількох сотень студентів, таке завдання є більш складним, і лектор, можливо, вирішить адаптувати методи роботи в групах, аби забезпечити достатньо часу для групових обговорень, а також надання відповіді всій групі. Найпростіший спосіб розв'язати проблему обговорення в малих групах у великій групі – запропонувати студентам обговорити питання з чотирма або п'ятьма іншими студентами, які сидять поруч. З огляду на обмеження в часі, не всі підгрупи зможуть надати свою відповідь по завершенню кожної вправи. Лекторові рекомендують доволіно обирати ту чи іншу підгрупу та водночас подбати про те, аби всі підгрупи отримали можливість надати відповідь хоча б один раз під час заняття. Якщо дозволяє час, лектор може організувати загальне обговорення після того, як кожна підгрупа надасть свою відповідь.

Усі вправи в цьому розділі підходять для студентів як бакалавріату, так і магістратури. Однак, оскільки попередні знання й практичні навички студентів, пов'язані із цими питаннями, дуже різняться, рішення про доцільність виконання вправ мають ґрунтуватися на освітньому та соціальному контексті, який стосується студентів. Лекторові пропонують зв'язати кожну вправу з ключовими питаннями модуля.

Деякі з вправ містять рекомендовані виступи на TED Talk, які лектор може показати студентам для стимулювання обговорення. TED Talks є у відкритому доступі в інтернеті. Такі виступи інформативні, і їх виголошує людина, безпосередньо знайома з обговорюваною темою. Лектори можуть використовувати альтернативні виступи TED Talks, які вони вважатимуть більш належними для студентів, або виконувати вправи без таких виступів на TED Talk.

Вправа для виконання перед заняттям. Що ми знаємо про етику ЗМІ?

Попросіть студентів підготувати вдома, до початку заняття, звіт на одну сторінку з оцінкою того, як вони використовують і переглядають ЗМІ та соціальні медіа. Запропонуйте їм відповісти на такі запитання: Яку роль відіграють ЗМІ та соціальні медіа? Який їхній першочерговий пріоритет: розваги, новини, прибуток, правда, громадський обов'язок або комбінація цих елементів? Студентам варто описати, чому вони вибрали один із перерахованих вище пріоритетів, і яку роль, на їхню думку, вони, студенти, відіграють у сучасних ЗМІ та соціальних медіа. Завдання потрібно здати на початку заняття.

Рекомендації для лектора

Така попередня вправа може бути корисною для розширення уявлення студентів про теми модуля. Лекторам варто завчасно попередити студентів і надати їм час для виконання цього завдання до початку заняття.

Вправа 1. Як вибрати новини

Попросіть студентів записати свої поточні джерела новин – як традиційні ЗМІ, так і популярні соціальні медіа.

Запропонуйте студентам розповісти про свій вибір і поставте їм такі запитання:

- Чому вони вибрали це (ці) джерело(а)?
- Чому, на їхню думку, воно (вони) надійне(і)?
- Чи могли вони визначити автора статті/історії?
- Яке подальше дослідження було проведено для підтвердження статті/історії?
- Скільки разів вони поділилися, ретвітували або опублікували історію без будь-якого дослідження її справжності або надійності?

- Чи дізнавалися вони коли-небудь на більш пізньому етапі, що стаття або історія, якою вони поділилися, не відповідає дійсності? Якщо так, то що вони зробили після того, як дізналися?

Завершіть обговорення, поставивши студентам таке запитання: у чому полягає наша етична відповідальність як громадян, студентів та учасників соціальних медіа мислити незалежно і гарантувати правдивість того, що ми читаємо та про що повідомляємо?

Лектор може завершити або почати цю вправу з перегляду виступу на TED Talk: «Як вибрати новини» ([How to Choose Your News](#)). Цей виступ на TED Talk є короткою лаконічною доповіддю про сучасні ЗМІ. У доповіді розглядають питання контролю ЗМІ, як виявити упередженість ЗМІ, з огляду на час і вибір слів, як перекресно перевіряти чи оскаржувати історію у ЗМІ або соціальних медіа щодо правдивості чи змісту та як бути розумним споживачем новин.

Рекомендації для лектора

Щоб допомогти студентам обміркувати ці питання, можна використовувати власний досвід взаємодії із традиційними ЗМІ та соціальними медіа. Сенс цієї вправи полягає в тому, щоб студенти усвідомили, що ці проблеми мають на них особистий вплив, а не є лише чийсь обов'язком або проблемою, яку необхідно вирішити. Лектор може використовувати цю вправу, аби ознайомити студентів із тим, що в сучасному світі кожен бере участь у зборі й поширенні новин та історій. Такий факт вимагає від усіх нас взяти на себе певну відповідальність за правдивість того, що ми виробляємо, поширюємо або читаємо.

Корисно також послатися на статтю «Візит до будинку чуток» (Visiting the House of Rumor, див.: Рекомендовані матеріали для читання) із метою подати історичну перспективу й висвітлити той факт, що занепокоєння щодо неправдивих новин не є чимсь новим або просто проблемою соціальних медіа.

Вправа 2. Виникнення неправдивих новин

Запропонуйте студентам переглянути [цей](#) документальний фільм, у якому показано «фабрики» неправдивих новин у Північній Македонії. Після короткого обговорення документального фільму попросіть кожного студента створити неправдиву новину й показати її групі разом з іншою правдивою історією. Запропонуйте кільком студентам розповісти свої історії та попросіть інших відрізнити правдиві новини від неправдивих. Заохочуйте студентів обговорити таке питання.

Після того як студенти виконають завдання, покажіть їм виступ на TED Talk: «Думай як журналіст» ([Think like a Journalist](#)). Цей виступ на TED Talk має кумедне особисте начало, яке гарно пов'язане з основною темою етичної та вартої довіри журналістики і в якому стверджується, що пересилання новин із соціальних медіа миттєво перетворює нас усіх на репортерів. Цей виступ є чудовим переходом від загальної картини етики ЗМІ до етики особистості в ЗМІ. Як репортерка газети «*Plano Star Journal*» пані Семюелс розповідає про неправдиві новини, дезінформацію, небезпеку розрізнених соціальних медіа і ролі ЗМІ, а також про ролі споживачів новин у добу інтернету. Вона використовує свій особистий досвід, здобутий у середній школі, досвід як студентки університету, а згодом як молодої журналістки, що допоможе студентам побачити актуальність проблем.

Рекомендації для лектора

Ця вправа допоможе студентам зрозуміти складнощі, пов'язані з поширенням неправдивих новин, – дуже поширеною проблемою, що виходить за рамки політики та кордонів.

Вправа 3. Рольова гра: чи є у ЗМІ «обов'язок сумлінно виконувати свої функції»?

Лектор ділить групу на чотири підгрупи, що представляють різні сторони: споживач новин, журналіст, медіапродюсер (власник) і державний регуляторний орган. Лектор звертається до студентів із проханням розіграти або обговорити такі теми: Чи мають ЗМІ обов'язок сумлінно виконувати свої функції, коли йдеться про питання точності? Перед ким вони мають такий обов'язок?

Інші запитання для вивчення можуть бути такими:

- У чому полягає обов'язок ЗМІ сумлінно виконувати свої функції перед споживачами?
- Чи можна обов'язок ЗМІ, який полягає в тому, аби сумлінно виконувати свої функції, нормативно регулювати або визначати юридичними рішеннями про обов'язок діяти сумлінно за інших обставин?
- Чи застосовують обов'язок сумлінно виконувати свої функції по-різному до таблойдів, традиційних ЗМІ, відверто упереджених ЗМІ, проплачених медіамайданчиків і будь-яких індивідуалізованих соціальних медіаплатформ?

- Чи полягає роль ЗМІ у тому, аби збурювати, інформувати чи продавати новини будь-яким обраним способом, і як це впливає на обов'язок сумлінно виконувати свої функції?

Студенти повинні підкреслити основну етичну спрямованість або очікування призначеної їм підгрупи.

Лектор може почати або завершити вправу переглядом виступу на TED Talk: «Чи є у ЗМІ "обов'язок сумлінно виконувати свої функції"?» ([Does the media have a "duty of care"](#)) У цьому виступі розглянуто обов'язки ЗМІ бути точними та правдивими, а також обов'язок ЗМІ сумлінно виконувати свої функції перед споживачами.

Рекомендації для лектора

Лектор починає обговорення з перелічених вище питань, а потім обережно спрямовує підгрупи, аби зосередити їхню увагу. Особливо важливо, щоб вони дотримувалися напрямку призначеної їм підгрупи та не дозволяли іншим особистим переконанням відвертати їхню увагу. Важливо саме те, щоб студент засвоїв уроки з цієї вправи, не те, що студент запозичив позицію, що обумовлена призначеною йому роллю.

Такий підхід дозволяє зрозуміти, що розбіжності між колегами мають важливе значення як методологія для встановлення фактів, що допомагають виявити істину або знайти найкраще рішення щодо істини, а також як критична практика для прийняття етичних рішень. Колега, який може ефективно зіграти адвоката диявола, – найкращий друг журналіста або соціального блогера.

Вправа 4. Практичні приклади застосування методу «Potter Vox» й етики ЗМІ

Мета цієї вправи – ознайомити студентів із моделлю прийняття етичних рішень, відомою як «Potter Vox» (названа на честь її автора, гарвардського професора Ральфа Поттера), і вивчити її застосування на практичних прикладах із питань етики ЗМІ. Метод «Potter Vox» вимагає від нас (1) точно визначити ситуацію або дилему, а потім поміркувати про (2) основні цінності кожного випадку, (3) принципи, які найбільш важливо застосовувати, і (4) суперечливі уподобання, які можуть виникнути до різних зацікавлених сторін у такій ситуації. Такий чотириступеневий підхід розроблено задля розширення кругозору й сприяння обговоренню систематичного процесу прийняття етичних рішень.

Лектор знайомить із методом «Potter Vox» і в ході обговорення зі студентами демонструє кожен із чотирьох кроків методу.

Лектор пропонує студентам застосувати метод «Potter Vox» до обраних практичних прикладів, які можна знайти на вебсайті *Об'єднання професійних журналістів* за посиланням: <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>. У прикладах, доступних на вебсайті SPJ, розглянуто низку питань, які чітко висвітлено власне в назвах прикладів:

- Використання метафори «голокосту»
- Чорт забирай! Пірати! (і преса)
- Панування на параді
- Суперечки щодо концерту
- Глибока горлянка і його мотиви
- Коли джерела не говорять
- «Зізнання» підозрюваного
- Хто такий «Хижак»?
- ЗМІ в ауті
- Публікація фотографій п'яних водіїв
- Імена жертв сексуальних злочинів
- Зливання інформації на власну користь
- «The Times» і Джейсон Блер
- Співпраця з урядом
- Образливі зображення
- Засідка
- Медіакмітливий убивця
- Минуле конгресмена
- Розробка політики

Після вибору практичного прикладу лектор просить студентів створити свій «Potter Vox», працюючи індивідуально й записуючи свої думки. Потім лектор заохочує студентів поділитися своїм аналізом із групою і поміркувати над такими питаннями:

- Які цінності, принципи та уподобання є прямо протилежними? Використовуйте між ними слово «проти», як-от «правда проти невинності» або «безпека проти відповідальності».
- Чи можете ви використовувати «Potter Vox», аби підштовхнути себе до нового способу мислення, який виходитиме за межі очевидних відповідей? Після того, як ви спочатку перерахували «протилежності», чи можете ви далі перерахувати

більше таких суперечливих цінностей, принципів і уподобань, які допоможуть вам краще зрозуміти та вирішити справу?

- Які можливі обмеження методу «Potter Vox»? Які можливі помилки в логіці або розв'язанні проблем можуть виникнути, якщо покладатися лише на цей «Vox»?
- Чи вважаєте ви, що використання «Potter Vox» дає кращу відповідь, ніж ваше власне інтуїтивне мислення? Яка цінність «Vox» і вашого поточного розв'язання проблеми?

Рекомендації для лектора

Неможливо переоцінити важливість ознайомлення студентів із реальним систематичним інструментом для прийняття моральних рішень. Метод «Potter Vox», хоча й відкритий для критики, як і будь-який інший подібний інструмент, десятиліттями використовувався в багатьох видах роботи та навчання з питань етики. Метод «Potter Vox» призначено для розширення кругозору й сприяння обговоренню систематичного процесу прийняття етичних рішень. Його можна вважати мікроскопом, який допомагає нам побачити, що ховається за етичною проблемою, а не калькулятором, який дає точні відповіді.

Метод «Potter Vox» добре представлено, проілюстровано та пояснено в першій главі книги «Етика ЗМІ: приклади морального мислення» (*Media Ethics: Cases in Moral Reasoning*), зазначеної в розділі «Матеріали для поглибленого вивчення» нижче. Якщо у вас немає доступу до книги, ви можете дізнатися про метод «Potter Vox», переглянувши [це відео](#), а також прочитавши [цю статтю](#) і [цей пост](#) у блозі. Якщо ви зовсім не знайомі з методом «Potter Vox», корисно не лише прочитати про нього, а й узяти один або два практичних приклади на ваш вибір та самостійно поміркувати з використанням цього методу. Відповідні приклади можна знайти в підручнику або на вебсайті Об'єднання професійних журналістів за посиланням: <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>

Упродовж заняття студентам бракуватиме часу, аби детально розмірковувати щодо кожного блоку методу «Potter Vox». Проте ця вправа навчить студентів ставити такі важливі запитання: Хто ще може постраждати? Який прецедент я можу створити? На які особисті, службові та публічні інтереси вплине моє рішення? Якої шкоди я завдам невинним третім особам і якою мірою допоможу їм? Загалом студент повинен навчитися ставити ключові запитання і використовувати системний аналіз, а не лише робити поспішні судження без морального обґрунтування.

Вправа 5. Штучно сформована громадська думка та маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ

Лектор починає вправу з перегляду виступу на TED Talk «Штучна громадська думка й маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ» ([Astroturf and manipulation of media messages](#)). Цей виступ на TED Talk є чудовим продовженням вправи «Potter Vox», оскільки він демонструє необхідність етичного дослідження новин та шкоду від невиконання таких етичних досліджень для споживача, а також для репортера й для авторитету новинної організації. Цей виступ проливає світло на явище, яке наразі посилюється і за якого політичні, корпоративні або інші зацікавлені групи маскуються під простий люд, дослідницькі фонди або добре вивчений особистий досвід. У виступі обговорено мотиви, що лежать в основі такого маскування, як-от контроль дискурсу в соціальних мережах, присвяченого конкретній проблемі або продуктові, і розгром незалежних розслідувань або суперечливої інформації за допомогою потоку заплутаних даних, інформації та необґрунтованих думок експертів. Корпоративні або політичні ресурси мобілізують своє багатство й владу, аби створити узгоджену, проте неправдиву історію задля своєї вигоди в усіх формах ЗМІ. Обговорення Вікіпедії вразить студентів. Виступ на TED Talk завершується корисними порадами, що дозволяють зрозуміти, чи спрямована певна історія на те, аби сформувати штучну громадську думку («астротурфінг»).

Цей виступ демонструє, що багато сучасних ЗМІ настільки залежні від рейтингів та реклами, що часто ігнорують свій етичний обов'язок – дослідити історію на предмет правдивості, перш ніж поширювати її як новину. Обговорено корисні стратегії розпізнання «астротурфінгу» з метою застосування етичного обов'язку повідомляти правду в ЗМІ та соціальних медіа; такі стратегії, які можуть привести до важливих обговорень в групі.

Після перегляду виступу на TED Talk і короткого обговорення запропонуйте завдання для підготовки в невеликих підгрупах і подальшого обговорення з усією групою. Завдання передбачає перегляд історій із сайту «Fake News» та з'ясування наявності «астротурфінгу» у цих неправдивих новинах. Див.: «iMediaEthics», <https://www.imediaethics.org/topics/fabrication>. Цей сайт публікує постійно оновлювальний перелік поточних новин, опублікованих без перевірки фактів або без розслідування їх правдивості чи автентичності. Для більшості новин надано подальші спростування, але на сайті представлено сучасні історії для створення цікавих дискусій зі студентами про те, як ці історії були опубліковані, якщо вони були неправдивими. З необережності? Через навмисний обман? Астротурфінг?

Рекомендації для лектора

Виступ на TED Talk дуже захопливий і цікавий, але насправді пропонує короткий огляд дійсно складної проблеми. Студентам необхідно зрозуміти складнощі виявлення «астротурфіngu» та навіть більше – розкриття фактів «астротурфіngu». Важливо визнати такі складнощі та водночас спонукати студентів докласти зусиль для розуміння проблем. Найкраще такої мети вдається досягнути шляхом почергового долучення до кожної підгрупи під час вправи та заохочення до проведення дослідження й підготовки до обговорення в групі.

Вправа 6. Громадська журналістика

Лектор починає вправу з перегляду виступу на TED Talk «Громадська журналістика» ([Citizen Journalism](#)). Цей виступ ознайомлює з ідею «нової журналістики» – громадської, або спільної, журналістики. Які можливості та небезпеки пов'язані із сучасною громадською журналістикою? Використовуючи два реальних приклади, у яких ЗМІ повідомляють про новини, далекі від правди, доповідач у своєму виступі пояснює, як зацікавлена група маніпулює кожною історією. Обидві історії згодом спростовують за допомогою або за участі громадської журналістики, яка виявляє факти про те, як насправді відбулася ця подія. Цей виступ на TED Talk переконливо демонструє важливість громадської журналістики.

Він є чудовим відправним пунктом для ознайомлення з Кодексом етики журналістів Об'єднання професійних журналістів: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>. Запропоновані історії дозволяють провести з групою активну й заохочувальну фінальну дискусію із наголосом на тому, що завжди існує імовірність виникнення помилок, маніпуляцій або неправдивих новин, тому й необхідно дотримуватися принципів, викладених у кодексі етики. Заняття варто завершити так, як воно почалося, – відкритим і зорієнтованим на студентів обговоренням у групі.

Рекомендації для лектора

Одна з цілей вправи 5 – зрештою налаштувати студентів на позитивну ноту та надати їм самомотивацію для дослідження й ознайомлення із додатковою інформацією з теми. Оскільки цей модуль передбачає стислий графік, лектор може на свій розсуд відмовитися від прослуховування виступу на TED Talk або від обговорення Кодексу етики. Цей виступ на TED Talk можна залишити студентам для подальшої самостійної роботи або запропонувати тим студентам, які виявляють особливий інтерес до обговорюваного

предмета. Якщо Кодекс етики також не було розглянуто, документ можна скопіювати та роздати студентам наприкінці заняття для використання в майбутньому.

Пропонована структура заняття

У цьому розділі містяться рекомендації щодо послідовності й часу проведення навчання, які розраховано для досягнення результатів навчання під час тригодинного заняття. Лектор може вирішити не використовувати наведених нижче сегментів або скоротити деякі з них, щоб приділити більше часу іншим елементам, включно з вступною частиною, вправами на знайомство, висновками або короткими перервами. Структура також може бути адаптована для проведення коротших або довших занять, з огляду на те, що тривалість занять неоднакова в різних країнах.

Вступ (10 хв)

- Рекомендовано починати заняття з питань, щоб зацікавити студентів і спонукати їх критично обміркувати роль етики як у постачанні, так і в споживанні новин. Лектор може розпочати заняття такими запитаннями: Хто контролює виклад інформації з важливих питань у ЗМІ? Якщо постачальники ЗМІ не досліджують своїх джерел у світлі етичних принципів і не повідомляють чесної інформації, хто буде знати, чи є повідомлення у ЗМІ правдою і як ми можемо перевірити його правдивість?
- Після короткого обговорення лектор ознайомлює із модулем і підкреслює важливість етики ЗМІ.
- Лектор може відзначити, що етика ЗМІ охоплює ширше коло питань у галузі медіа/журналістики, ніж обговорювані в цьому короткому модулі, зокрема вільну пресу, свободу й доступ до інформації, джерела, конфіденційність, підзвітність, конфлікт інтересів, обман, злом, сенсаційність і перекручування фактів. У лектора не буде часу повністю описати всі ці питання, але він може надати швидкі пояснення з поточними прикладами.

Як вибрати новини – Вправа 1 (20 хв)

- Покажіть виступ на TED Talk «Як вибрати новини» (*How to choose your news*) (5 хв)
- Проведіть вправу 1 – попросіть студентів записати вибрані поточні новини (5 хв)
- Проведіть обговорення, у якому студенти пояснюють свій вибір (10 хв)

Виникнення неправдивих новин – Вправа 2 (30 хв)

- Покажіть короткометражний документальний фільм про неправдиві новини (3 хв)
- Проведіть вправу 2 – попросіть студентів створити неправдиву новину (15 хв)
- Обговоріть виникнення неправдивих новин і пов'язані з таким явищем етичні проблеми (12 хв)

Чи є у ЗМІ «обов'язок сумлінно виконувати свої функції»? – Вправа 3 (30 хв)

- Покажіть виступ на TED Talk «Чи є у ЗМІ "обов'язок сумлінно виконувати свої функції"?» (*Does the media have a "duty of care"?*) (11 хв)
- Виконайте вправу 3 – розділіть студентів на підгрупи: споживач, журналіст, продюсер ЗМІ (власник) і державний регуляторний орган (4 хв)
- Студенти проводять рольову гру/дебати, підкреслюючи першочергову етичну спрямованість або очікування кожної підгрупи (15 хв)

Метод «Potter Vox» – Вправа 4 (30 хв)

- Поясніть метод «Potter Vox», демонструючи кожен квадрант за допомогою запитань і відповідей (15 хв)
- Проведіть вправу 4 – студенти застосовують метод «Potter Vox» до практичних прикладів і обговорюють приклад та свої власні «коробки» (boxes) (15 хв)

Штучно сформована громадська думка та маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ – Вправа 5 (30 хв)

- Покажіть виступ на TED Talk «Штучна громадська думка і маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ» (*Astroturf and manipulation of media messages*) (15 хв) або, як альтернатива, покажіть такий виступ на TED Talk «Думай як журналіст» (*Think Like A Journalist*) (15 хв)
- Виконайте вправу 5 – проведіть обговорення в групі з питань «астротурфінгу» в контексті історій із неправдивих новин на вебсайті «iMediaEthics» (15 хв)

Громадська журналістика і висновки – Вправа 6 (30 хв)

- Покажіть виступ на TED Talk «Громадська журналістика» (*Citizen Journalism*) (20 хв)
- Виконайте вправу 6 із використанням Кодексу етики журналістів і громадської журналістики (зазначено в розділі «Рекомендовані матеріали для читання») (10 хв)

Рекомендовані матеріали для ЧИТАННЯ

У цьому розділі представлено перелік матеріалів із відкритим доступом (у більшості випадків), які лектор може запропонувати студентам для ознайомлення перед відвідуванням заняття з цього модуля.

Харгрейвс, Іен (Hargraves, Ian) (2014 р.) *Journalism: A Very Short Introduction* (Журналістика: короткий вступ). Оксфорд: Oxford University Press. Див. главу 7, «Вбивство – мій хліб: етика журналістики» (стор. 109–125). *Зазначені сторінки присвячені етиці журналістів і моральним конфліктам, які можуть виникнути навіть у разі етичності дій. Моторошних фотографій часто не друкують, проте друкують глибоко особисті факти (які можуть призвести до шкоди або самогубства), прикриваючись правом на інформацію. Свобода преси вимагає саморегульованого підходу до того, що правильно зробити, коли рішення не є явно правильним чи неправильним. Знайомить студентів зі ситуаційною етикою та моральним релятивізмом під час прийняття журналістських рішень.

Харвуд, Кеннет (Harwood, Kenneth) (2017 р.). *Visiting the house of rumor (Візит до будинку чутток)*. *Media Ethics*, т. 28, № 2 (весняний). *Надає історичну перспективу і висвітлює той факт, що занепокоєння щодо неправдивих новин не є чимсь новим або просто проблемою соціальних медіа. Може викликати динамічне обговорення в групі щодо того, як розв'язати сучасну проблему з глибоким корінням. Доступно за посиланням: http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3999146:visiting-the-house-of-rumor&catid=205&Itemid=486.

Рассел, Френк (Russell, Frank) (2016 р.). *Beyond rock bottom: will the news media learn any lessons from coverage of the 2016 election?* (Поза нижньою межею: чи вдасться ЗМІ засвоїти урок із висвітлення виборів 2016 року?) *Media Ethics*, т. 28, № 1 (осінній). *Обговорено конфлікт між ЗМІ як нейтральною системою повідомлення, засобом перевірки правдивості фактів задля етичності повідомлень або просто великим бізнесом. Студенти можуть зосередитися на цій цитаті в статті: «Серед цитат, які ще довго пам'ятатимуть після цього виборчого циклу [президентські вибори в США 2016 року], лунатиме цитата голови CBS Леслі Мунвеса. «Вона може виявитися поганою для Америки, – сказав він про кампанію, – але збіса хорошою для CBS». Доступно за посиланням: http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3999128:beyond-rock-bottom-will-the-news-media-learn-any-lessons-from-coverage-of-the-2016-election&catid=204&Itemid=486.

Лектор може використовувати ці дві рекомендовані статті із «*Media Ethics*» або вибрати альтернативні статті залежно від регіону й віку/рівня студентів. Статті в журналі «*Media Ethics*» часто бувають короткими та друкуються у вигляді авторської колонки чи коментаря, отже, студент може на власний розсуд підтримати або оскаржити позицію автора.

Сайт Об'єднання професійних журналістів (2018 р.). *Хоча цей сайт присвячено журналістиці, його кодекс етики, статті та блог застосовні до всього спектра засобів масової інформації та соціальних медіа. Цей сайт є також корисним для студентів, які зацікавлені в докладному вивченні теми, а отже, можуть ознайомитися із матеріалами на сайті та вивчити його у вільний час. Наступні два розділи сайту будуть особливо корисні для цього модуля:

Кодекс етики (2014 р.). *Етичні норми для журналістів, які широко застосовні до всіх ЗМІ та соціальних медіа. Доступний на зазначеному вище сайті у версіях PDF арабською, китайською, французькою, німецькою, перською, португальською, російською та іспанською мовами. Доступно за посиланням: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>.

Практичні приклади з етики (2018 р.). *Надає приклади з етичних питань для подальших обговорень у групі. Доступно за посиланням: <https://www.spj.org/ethicscasestudies.asp>.

Свейн, Крістен Еллі (Swain, Kristen Alley) (1994 р.). *Beyond the Potter Box: a decision model based on moral development theory* (За межами «Potter Box»: модель прийняття рішень, заснована на теорії морального розвитку). *У цьому есе пропонується докладна модель обґрунтування, яка охоплює критерії прийняття рішень на додаток до широко використовуваних у «Potter Box». Кроки цієї моделі, які відповідають стадіям морального розвитку Кольберга, заохочують журналістів дослідити відносну мораль своїх рішень на декількох рівнях. Доступно за посиланням: https://www.academia.edu/2766204/Beyond_the_Potter_Box_A_Decision_Model_Based_on_Moral_Development_Theory.

Управління ООН з наркотиків і злочинності (2013 р.). *Reporting on Corruption: A Resource Tool for Governments and Journalists* (Звітування про корупцію: ресурсний інструмент для урядів і журналістів). Нью-Йорк, див. розділ V, Добročесність і підзвітність (стор. 73–83). *У розділі V обговорено роль ЗМІ у викритті корупції в суспільстві та в інформуванні громадськості, а також порушено питання про те, яких заходів варто вжити ЗМІ для забезпечення прозорості, добročесності та підзвітності у своїй діяльності, включно з власністю та діяльністю приватних ЗМІ. Доступно за посиланням: <https://www.unodc.org>.

[org/lpo-brazil/en/frontpage/2013/12/06-reporting-on-corruption-a-resource-tool-for-governments-and-journalists.html](http://lpo-brazil/en/frontpage/2013/12/06-reporting-on-corruption-a-resource-tool-for-governments-and-journalists.html).

Вінеман, Алекс (Veeneman, Alex) (2018 р.). The power of words (Сила слів). *У цьому блозі обговорено дебати щодо повторення в новинних повідомленнях вульгарних або підбурливих слів, використаних під час висвітлюваної події. Коли (якщо взагалі необхідно) використання вульгарних, підбурливих, принизливих або дискримінаційних слів є необхідним елементом для розуміння історії? Якою є етична відповідальність журналіста і ЗМІ за точність, якщо порівняти її із відповідальністю за видаленням слів або фактів, які є частиною історії, однак не є необхідними для її розповіді? Доступно за посиланням: <https://blogs.spjnetwork.org/ethics/2018/01/>.

Матеріали для поглибленого вивчення

Матеріали, подані нижче, рекомендовано для читання студентам, зацікавленим у більш докладному вивченні тем цього модуля, а також лекторам, які викладають цей модуль:

Аллан, Стюарт і Ейнар Торсен (Allan, Stuart and Einar Thorsen), ред. (2009 р.). *Citizen Journalism: Global Perspectives* (Громадянська журналістика: глобальні перспективи). Нью-Йорк: Peter Lang Publishing, Inc.

Аткіссон, Шаріл (Attkisson, Sharyl) (2017 р.). *The Smear: How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote* (Наклеп: як сумнівні політичні діячі та неправдиві новини контролюють те, що ви бачите, що ви думаєте і як голосуєте). Нью-Йорк: HarperCollins Publishers.

Бреснан, Патрік С. (Bresnan, Patrick S.) (2018 р.). *Awakening. An Introduction to Eastern Thought* (Пробудження. Вступ до східної думки). 2018 р. 6-е вид. Нью-Йорк: Taylor and Francis.

Крістіанс, Кліффорд Г. (2016 р.) *Ethics of Human Dignity In The World Of New Media* (Етика людської гідності у світі нових ЗМІ). Доступно за посиланням: https://www.youtube.com/watch?v=8kXSZ_ziZrY.

Крістіанс, Кліффорд та інші (Christians, Clifford and others) (2017 р.). *Media Ethics: Cases in Moral Reasoning* (Етика ЗМІ: приклади морального мислення). 10-е вид. Нью-Йорк: Routledge.

Купер, Томас (Cooper, Thomas) (2011 р.), *Fast Media / Media Fast (Швидкі медіа / Медіанізм)*. Боулдер, Колорадо: Gaeta Press.

Дреер, Таня (Dreher, Tanja) (2009 р.). Listening across difference: media and multiculturalism beyond the politics of voice (Прислухаючись до відмінностей: ЗМІ та мультикультуралізм за межами політики голосу). *Continuum*, т. 23, № 4, стор. 445–458.

Мережа етичної журналістики (Ethical Journalism Network) (без дати). 5 принципів етичної журналістики. Доступно за посиланням: <https://www.ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>

Харгрейвс, Іен (Hargraves, Ian) (2014 р.) *Journalism: A Very Short Introduction*, (Журналістика: короткий вступ) Oxford University Press.

Хайд-Кларк, Наталі (Hyde-Clarke, Nathalie) (2011 р.). Communication and Media Ethics in South Africa, Juta (Етика комунікацій та ЗМІ в ПАР, Юта).

Міжнародна федерація журналістів (1986 р.). Декларація принципів поведінки журналістів. Брюссель, Бельгія. Доступно за посиланням: <http://www.ifj.org/en/about-ifj/ifj-code-of-principles/>.

Кайоде, Олудзімі та Адеємі Рідван (Kayode, Olujimi and Adeyemi Ridwan) (без дати). Ethical challenges of tabloidization and trivialization in the Nigerian media space (Етичні проблеми таблоїдизації та тривіалізації в медіапросторі Нігерії). Доступно за посиланням: https://www.academia.edu/4629275/ethical_challenges_of_tabloidization_and_trivialization_in_the_nigerian_media_space.

Кібл, Річард (Keeble, Richard), ред. (2000 р. – сьогодні). *Ethical Space: International Journal of Media Ethics* (Етичний простір: міжнародний журнал з етики ЗМІ). Лондон: Taylor and Francis. Доступно за посиланням: <http://www.communicationethics.net/espace/>.

Кітросс, Дж. Майкл (Kittross, J. Michael), ред. (1987 р. – сьогодні). *Media Ethics Magazine*. *Почніть із останніх випусків за 2016–2018 рр. Доступно за посиланням: <http://www.mediaethicsmagazine.com>.

Ковач, Білл і Том Розенштіль (Kovach, Bill and Tom Rosenstiel) (2010 р.). *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload* (Помутніння: як дізнатися, де правда, в епоху інформаційного перевантаження). Нью-Йорк: Bloomsbury.

Ковач, Білл і Том Розенштіль (Kovach, Bill and Tom Rosenstiel) (2014 р.). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (Елементи журналістики: що слід знати журналістам і чого очікувати громадськості). 3-є вид. Нью-Йорк: Three Rivers Press.

Лютер, Кетрін А., Керолайн Рінгер Лепре і Наїма Кларк (Luther, Catherine A., Caroline Ringer Lepre, and Naameh Clark) (2018 р.). *Diversity in US Mass Media* (Різноманітність у ЗМІ США). 2-е видання. Оксфорд: Wiley-Blackwell.

Нордерстренг, Карле (Norderstreng, Kaarle) (2000 р.). The Structural context of media ethics: how media are regulated in democratic society (Структурний контекст етики ЗМІ: як регулюють ЗМІ у демократичному суспільстві). У книзі *Media Ethics: Opening Social Dialogue* (Етика ЗМІ: відкриття соціального діалогу), Б. Паттін (B. Pattyn), ред., стор. 69–86, Peeters Press.

Управління ООН з наркотиків і злочинності (2013 р.). *Reporting on Corruption: A Resource Tool for Governments and Journalists* (Звітування про корупцію: ресурсний інструмент для урядів і журналістів). Нью-Йорк. Доступно за посиланням: <https://www.unodc.org/lpo-brazil/en/frontpage/2013/12/06-reporting-on-corruption-a-resource-tool-for-governments-and-journalists.html>

Уорд, Стівен Дж. А. (Ward, Stephen J.A.) (2013 р.). *Global Media Ethics, Problems and Perspectives* (Етика, проблеми та перспективи глобальних ЗМІ). Чічестер, Західний Сассекс, Сполучене Королівство: John Wiley & Sons.

Уорд, Стівен Дж. А. (Ward, Stephen J.A.) (2016 р.). Digital Media Ethics (Етика цифрових медіа). Школа журналістики та масових комунікацій Університету Вісконсину в Медісоні. Доступно за посиланням: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>

Уорд, Стівен Дж. А. та Вассерман, Герман (Ward, Stephen J.A. & Wasserman, Herman), ред. (2008 р.). *Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective* (Етика ЗМІ без кордонів: глобальна перспектива). Лондон: Routledge.

Вассерман, Герман (Wasserman, Herman) (2013 p.). Journalism in a new democracy: the ethics of listening (Журналістика в новій демократії: етика слухання). Доступно за посиланням: <https://core.ac.uk/download/pdf/11984982.pdf>

Вассерман, Г. (Wasserman, H.), 2010 p.. *Tabloid Journalism in South Africa: True Story!* (Журналістика таблоїдів у Південній Африці: правдива історія!) Блумінгтон: Indiana University Press.

Вейзенхаус, Дорін і Саймон Н.М. Янг (Weisenhaus, Doreen and Simon N.M. Young), ред. (2017 p.). *Media Law and Policy in the Internet Age* (Законодавство і політика ЗМІ в епоху інтернету). Оксфорд: Bloomsbury.

Оцінювання студентів

У цьому розділі запропоновано завдання, які потрібно виконувати по завершенню занять із метою оцінки розуміння модуля студентами. Пропозиції щодо вправ під час занять і перед ним представлено в розділі «Вправи».

Щоб оцінити, чи зрозуміли студенти модуль, пропонуємо таке завдання після заняття:

Що ви думаєте про свої медіазвички до заняття у світлі того, чого ви навчилися упродовж нього? На вашу думку, який вплив ви матимете на інших та на ваше середовище, застосовуючи вивчене? Якщо ви маєте намір стати професіоналом у галузі ЗМІ, де саме ви проведете межу, вирішуючи, які методи ви не будете застосовувати, незалежно від того, скільки грошей вам можуть заплатити? Де ви проведете межу щодо прийнятної професійної поведінки в граничних етичних ситуаціях? Якщо ви маєте намір бути споживачем ЗМІ, як ви плануєте оцінювати правдивість ЗМІ? Підтримайте ці рішення обґрунтованими аргументами, використовуючи аналіз за методом «Potter Vox» і Кодекс етики Об'єднання професійних журналістів.

Додаткові навчальні інструменти

Цей розділ передбачає посилання на відповідні допоміжні навчальні матеріали, як-от презентація PowerPoint та відеоматеріали, що можуть допомогти лекторові викласти ті питання, які охоплено в межах модуля, в інтерактивній та цікавій формі. Лектори мають змогу адаптувати презентацію та інші ресурси до своїх потреб.

Презентація PowerPoint

- [Модуль 10. Презентація з питань етики ЗМІ](#)

Відеоматеріали

- [How to choose your news](#) (Як вибрати новини), Деймон Браун (Damon Brown), 03.06.2014 р., TED-Ed (4:48)
- [Does the media have a "duty of care"?](#) (Чи є у ЗМІ «обов'язок бути сумлінним?»), Девід Путтнам (David Puttnam), 10.10.2014 р. (10:37)
- [Think Like A Journalist](#) (Думай як журналіст), Келсі Семюелс (Kelsey Samuels), TEDxPlano, 25.04.2017 р., виступи на TEDx Talks (13:05)
- [Astroturf and manipulation of media messages](#) (Штучна громадська думка і маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ), Sharyl Attkisson (Шаріл Аттікссон), TEDxUniversityofNevada, 06.02.2015 р., виступи на TEDx Talks (10:36)
- [Citizen journalism](#) (Громадянська журналістика) | Пол Льюїс (Paul Lewis) | TEDxThessaloniki (16:55)
- [The Potter Box method in a media ethics context](#) (Метод «Potter Box» у контексті етики ЗМІ), Charles Cameron (Чарльз Кемерон), YouTube (10:47)

Блоги

- [The Potter Box](#), на сайті «Media Ethics in the Morning» (стислий опис методу «Potter Box», а також корисні блок-схеми методу).

Рекомендації з розробки окремого курсу

Цей модуль передбачає схему тригодинного заняття, але є можливість його подальшого розширення та перетворення в окремий курс. Обсяг і структура такого курсу визначатимуться конкретними потребами кожного окремого випадку, проте в цьому документі запропоновано рекомендовану структуру. Ширші матеріали для повного курсу наведено в розділах «Рекомендовані матеріали для читання» і «Матеріали для поглибленого вивчення» цього модуля. Виступи TED Talks, згадані в модулі, можна використовувати на відповідних заняттях для сприяння обговоренню й дебатам.

Заняття	Тема	Короткий опис
1	Роль журналістики в суспільстві	Варто висвітлити історію журналістики та журналістські історії, що стосуються культури регіону та загальноновизнаних журналістських подій. Використовуйте відкриті дискусії у групі та дебати про журналістику й державу, а також про те, що таке журналістика сьогодні; про приватні, державні, розважальні, соціальні/громадські/контрольовані громадянами ЗМІ (Facebook, Twitter, YouTube, Google+ і т. д.), із метою донести до студентів значення журналістики та ролі студентів у ЗМІ, а також заохотити до вивчення теми заняття. Для пошуку ідей та матеріалів, які можна використати під час викладання, рекомендовано проглянути: <i>Journalism: A Very Short Introduction</i> (Журналістика: короткий вступ).
2	Вступ і розуміння етики	На цьому вступному занятті варто зосередитися на базовому розумінні етики та на коротких історичних оглядах основних етичних теорій (скажімо, утилітаризму, деонтології та етики чеснот) і філософів (як-от, Платон, Арістотель, Юм, Мілль, Гегель, Кант, Маркс, Ролз, Рорті тощо). Це й наступне заняття перетинаються у багатьох аспектах і визначають інтелектуальні/когнітивні очікування від інших занять із питань етики ЗМІ.

Заняття	Тема	Короткий опис
		<p>Пропоновані джерела: Модуль 1 із питань добročесності та етики та <i>Media Ethics: Cases in Moral Reasoning (Етика ЗМІ: приклади морального мислення)</i></p>
3	Метод «Potter Vox» та як його використовувати	<p>Вступ до методу «Potter Vox» як інструменту етичного розгляду. За допомогою практичних прикладів це заняття використовують для проведення вправ зі студентами та презентації результатів використання методу «Potter Vox» у групі. Його мета – залучити студентів до етичного мислення та підготувати фундамент для роздумів, оскільки питання етики ЗМІ обговорюються на подальших заняттях. Мета полягатиме у використанні методу «Potter Vox» декілька разів на більш пізніх заняттях, а потім ще раз у кінці курсу під час вправи на роздуми та для звітування про результати.</p> <p>Пропоновані джерела: <i>Media Ethics: Cases in Moral Reasoning (Етика ЗМІ: приклади морального мислення); Ethics Dilemma: Use Potter Vox (Етична дилема: використання методу «Potter Vox»); Beyond the Potter Vox: A Decision Model Based on Moral Development Theory (За межами «Potter Vox»: модель прийняття рішень, заснована на теорії морального розвитку)</i></p>
4	Кодекс етики та приклади з етичних питань	<p>Група читає та обговорює Кодекс етики Об'єднання професійних журналістів. Лектор використовує матеріали та практичні приклади, аби пояснити практичне значення кодексу етики, а також те, кому і в який спосіб цей кодекс варто застосовувати та як він допомагає за таких обставин, як обмін інформацією, анонімні або неназвані джерела, повідомлення громадян і використання онлайн-джерел без доступу до реальних. Пропоноване джерело: https://www.spj.org/ethics.asp</p>

Заняття	Тема	Короткий опис
5	Які новини заслуговують на довіру і як їх обирати?	Обговорення в групі та дебати про те, яким новинам можна довіряти та що таке надійне джерело. Пропоновані джерела: Використовуйте виступ на TED-Talk <i>How to choose your news</i> (Як вибрати новини) для початку діалогу. Лектор вибирає сторінки з книги « <i>Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload</i> » (Помутніння: як дізнатися, де правда, в епоху інформаційного перевантаження).
6	Чи мають ЗМІ обов'язок сумлінно виконувати свої функції, щоб уникнути шкоди, і перед ким вони мають такий обов'язок?	Обговорення в групі та дебати про те, що передбачає обов'язок сумлінно виконувати свої функції та чи можна застосувати його до ЗМІ. Розгляньте це питання на рівні першоджерела повідомлень, повторної публікації та ретрансляції засобами масової інформації або через громадян. Аналогічні приклади можна взяти з повторної публікації державних таємниць або порнографії, що в обох випадках передбачає відповідальність за подальше розповсюдження. Пропоновані джерела: Використовуйте виступ на TED-Talk <i>Does the media have a "duty of care"?</i> (Чи мають ЗМІ «обов'язок сумлінно виконувати свої функції»?) А також обрані матеріали з книги « <i>Media Law and Policy in the Internet Age</i> » (Законодавство й політика ЗМІ в епоху інтернету)
7	Ви – видавець, журналіст або той, хто пересилає новини. Як ви дієте з огляду на те, що ви, на вашу думку, знаєте?	Обговорення в групі щодо того, як журналіст повинен мислити та критично проаналізувати всі факти й можливі історії з огляду на такі факти, перш ніж приймати рішення про те, що це за факти та що слід опублікувати або перевидати. Студенти можуть розіграти журналіста, редактора, власників або споживачів новин. Пропоновані джерела: Використовуйте виступ на TED-Talk « <i>Think Like A Journalist</i> » (Думай як журналіст) та вибрані матеріали з книги « <i>The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should</i>

Заняття	Тема	Короткий опис
		<i>Expert» (Елементи журналістики: що слід знати журналістам і чого очікувати громадськості).</i>
8	Хто контролює медіадискурс і якою мірою ним маніпулюють зацікавлені сторони або групи?	<p>Проведення обговорення, дослідження та рольової гри в групі з використанням матеріалів і сучасних статей у ЗМІ для вивчення зі студентами упередженості, вигоди та особливого інтересу. Виступ на TED Talk оскаржує і викриває хибність широко розповсюджених уявлень у ЗМІ сьогодення.</p> <p>Пропоновані джерела: Використовуйте виступ на TED-Talk «<i>Astroturf and manipulation of media messages</i>» (Штучна громадська думка і маніпулювання за допомогою повідомлень ЗМІ) та вступ і главу 1 з книги «<i>The Smear: How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote</i>» (Наклеп: як сумнівні політичні діячі та неправдиві новини контролюють те, що ви бачите, що ви думаєте і як голосуєте).</p>
9	Що таке «нова журналістика»? Громадянська, споживча або колективна журналістика та її роль	<p>Почніть із виступу на TED Talk «<i>Citizen Journalism</i>» (Громадянська журналістика), аби заохотити до обговорення та дебатів у групі, позаяк у цьому відео викладено дві дуже переконливі правдиві історії, що порушують важливі питання й висвітлюють супутні складнощі. Рекомендована література також знайомить студентів із фотожурналістикою як потужним інструментом для громадян із прикладами з багатьох країн світу. Цей матеріал можна доповнити прикладами студентів і пошуком матеріалів в інтернеті для створення місцевого контенту.</p> <p>Пропоновані джерела: Використовуйте виступ на TED-Talk «<i>Citizen Journalism</i>» (Громадська журналістика) та обрані уривки з книги «<i>Citizen Journalism: Global Perspectives</i>» (Громадська журналістика: глобальні перспективи), т. 1.</p>
10	ЗМІ та соціальна проблема:	Використовуючи матеріал « <i>Reporting on Corruption</i> » (Звітування про корупцію), розгляньте

Заняття	Тема	Короткий опис
	дослідження однієї проблеми та способи її вирішення.	<p>в групі теми, описані у звіті, і попросить студентів застосувати отримані знання про ЗМІ та етику до особливостей висвітлення проблем корупції. У кожному розділі представлено практичні приклади (із них можна вибирати необхідні), які розповідають студентам про їхню роль у боротьбі з корупцією як журналістів, учасників ЗМІ або споживачів новин.</p> <p>УНЗ ООН, <i>Reporting on Corruption: A Resource Tool for Governments and Journalists</i> (Звітування про корупцію: ресурсний інструмент для урядів і журналістів).</p>



UNODC

United Nations Office on Drugs and Crime

Vienna International Centre, P.O. Box 500, 1400 Vienna, Austria
Tel.: (+43-1) 26060-0, Fax: (+43-1) 26060-3389, www.unodc.org

