

СЕКЦІЯ 4.

ПРОБЛЕМИ НА ШЛЯХУ ПОШИРЕННЯ ІНТЕРНЕТ- ЖУРНАЛІСТИКИ

Грина Шенгелія, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти соціологічного факультету ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пуліпа Орлика».

*Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики та філології
Валентина Стекольнічкова*

НИЗЬКІ ЕТИКО-ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ ОНЛАЙН-ЗМІ, ЯК ПРОБЛЕМА НА ШЛЯХУ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІСТИКИ

Розглянуто ключові аспекти, які перешкоджають її поширенню. Дослідження зосереджено на проблемах доступу до інформації, недостатній вірогідності та достовірності даних, а також на викликах, пов'язаних з етикою та правовими аспектами.

Ключові слова: інтернет-журналістика, доступ до інформації, вірогідність, достовірність, етика, правові аспекти, медіа.

Інтернет-журналістика, що є важливою складовою сучасних медіа, стикається з численними викликами та проблемами на своєму шляху поширення. У зв'язку зі стрімким розвитком технологій та зміною споживацьких пристрастей, журналісти в Інтернеті мають адаптуватися до нових умов, щоб залишатися конкурентоспроможними та забезпечувати якісний інформаційний продукт для аудиторії. У цій статті ми розглянемо основні проблеми, які виникають перед інтернет-журналістикою, та шляхи їх вирішення.

Проблема довіри та об'єктивності у контексті інтернет-журналістики є однією з ключових складових, яка визначає ефективність та впливовість інформаційного продукту на аудиторію.

Питання довіри виникає в контексті загальної недостатньої віри споживачів в достовірність інформації, яка надається в Інтернеті. Завантажений характер інформаційного простору, з одного боку, робить доступ до різноманітних джерел інформації більш простим, але з іншого – породжує проблему фільтрації та перевірки достовірності інформації. За таких умов важливо, щоб читачі мали можливість довіряти інформаційним джерелам та переконатися у її об'єктивності [1, с. 214].

Об'єктивність в інтернет-журналістиці визначається не лише самим змістом статей та матеріалів, а й процесом їх створення. Важливо, щоб журналісти дотримувалися високих стандартів професійної етики, проводили ретельну перевірку фактів та надавали можливість для висловлення різних точок зору на обговорювану тему. Такий підхід сприяє забезпеченню об'єктивності та різноманітності інформації, що подається, та сприяє підвищенню рівня довіри споживачів до інтернет-журналістики.

Фінансові аспекти є ключовими у контексті функціонування інтернет-журналістики та впливають на якість інформаційного продукту та його доступність для аудиторії. Інтернет-журналістика, як самостійна галузь медіа, часто стикається з фінансовими труднощами, що виникають з різних причин, включаючи зміни в рекламному ринку, конкуренцію з іншими медіа-платформами та потребу у великих інвестиціях у розвиток та підтримку інформаційного продукту.

Однією з основних проблем фінансування інтернет-журналістики є залежність від рекламних доходів. Зміни в споживчих пристрастях та технологічній динаміці призводять до змін у способах, якими компанії рекламують свої продукти та послуги, що може впливати на прибутковість медіа-платформ. Крім того, зростання конкуренції на ринку реклами призводить до зменшення прибутковості рекламних блоків, що може створювати фінансовий тиск на інтернет-журналістичні видання.

Ще однією проблемою є нестабільність фінансового потенціалу інтернет-журналістики через нерегулярність прибуткових потоків та непередбачуваність

рекламних доходів. Це може призвести до складнощів у плануванні та виконанні різноманітних проектів, включаючи розширення редакційних можливостей, вдосконалення технічних інфраструктур, а також залучення та утримання кваліфікованих журналістів [4, с. 251].

Для подолання фінансових труднощів інтернет-журналістика може розглядати альтернативні моделі фінансування, такі як підписка на контент або спонсорські програми. Підписка на контент може стабілізувати фінансові потоки та забезпечити постійний дохід, а спонсорські програми можуть надати додаткові ресурси для розвитку інформаційного продукту [7].

Значний виклик у забезпеченні достовірності та об'єктивності інформаційного продукту представляє собою і проблема контролю якості в інтернет-журналістиці. Через швидке та масове поширення інформації в Інтернеті, рівень контролю якості може зазнавати значних коливань, що призводить до появи неточної, неперевіреної або навіть недостовірної інформації.

Однією з основних причин проблеми контролю якості є недостатня увага до процесів редагування та перевірки фактів у журналістських матеріалах.

Крім того, останніми роками чат-боти зі штучним інтелектом широко висміювалися, але поява ChatGPT від OpenAI змінила цю дискусію. Його швидкість і можливості вражають і лякають водночас. ChatGPT дає реальне уявлення про те, куди може рухатися ШІ. Він може створювати сюжети для фільмів або книг, писати комп'ютерний код і навіть узагальнювати виклики, що стоять перед журналістикою, в декількох реченнях.

Ключовим моментом є те, що генеративний ШІ дозволяє комп'ютерам не просто робити поточні процеси більш ефективними, але й використовувати цілий ряд активів для створення чогось нового. Цього року ми будемо бачити більше таких інструментів, які будуть відкриті для творців, журналістів та інших, дозволяючи створювати більше нового контенту.

Наслідки для журналістики ще не зовсім зрозумілі, але такі інструменти, як MidJourney і DALL-E, вже використовуються для створення ілюстрацій до статей і дописів у блогах [3].

Крім того, інтернет-журналістика стикається з викликом відсутності стандартів та регуляторних механізмів, які б забезпечували якість інформаційного продукту. У відсутності таких нормативних рамок важко визначити критерії якості та об'єктивності, а також встановити відповідальність за порушення цих критеріїв.

Для подолання проблеми контролю якості в інтернет-журналістиці необхідно вдосконалювати процеси редагування та перевірки фактів, забезпечувати високий рівень професійної етики серед журналістів та впроваджувати інструменти автоматизованого аналізу та перевірки інформації. Також необхідно активно працювати над створенням стандартів якості та об'єктивності в інтернет-журналістиці та підтримувати розвиток регуляторних механізмів, які б забезпечували дотримання цих стандартів.

Проблема контролю якості потребує уваги та вирішення. Недостатність стандартів та механізмів контролю може призводити до появи неперевіреної та недостовірної інформації. Для подолання цієї проблеми необхідно посилювати процеси редагування та перевірки фактів, впроваджувати саморегулювання та сприяти обміну досвідом між інтернет-журналістами [5, с. 117].

Аспектом вирішення проблеми контролю якості є впровадження механізмів саморегулювання в інтернет-журналістиці. Це може включати створення професійних асоціацій чи гільдій (на кшталт КЖЄ), які встановлюватимуть етичні стандарти та здійснюватимуть моніторинг їх виконання, а також забезпечення доступу до професійної підготовки та навчання для журналістів з питань етики, правил редагування та методів фактчекінгу [2, с. 245].

Важливо створити умови для співпраці та обміну досвідом між інтернет-журналістами, що дозволить підвищити рівень професійної майстерності та ефективність контролю якості. Такі ініціативи можуть включати організацію семінарів, конференцій та майстер-класів, а також створення спеціалізованих

онлайн-ресурсів та форумів для обговорення актуальних питань в сфері інтернет-журналістики.

Інтернет-журналістика, як складова сучасного медіа-простору, стикається з рядом викликів та проблем, які виникають у контексті швидкої та постійної зміни технологій, споживацьких пристрастей та медіа-поведінки. Незважаючи на те, що інтернет-журналістика відкриває безліч можливостей для поширення інформації та взаємодії з аудиторією, її функціонування та розвиток ускладнені рядом проблем, які потребують уваги та вирішення.

Отже, інтернет-журналістика має значний потенціал для поширення інформації та впливу на суспільство, але її функціонування та розвиток потребують уваги до різноманітних проблем та вирішення їх за допомогою комплексного підходу та спільних зусиль всіх учасників медіа-галузі. Лише таким чином інтернет-журналістика зможе зберігати свою релевантність та ефективність у сучасному інформаційному середовищі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонова І. М. Тенденції становлення та перспективи розвитку інтернет журналістики в Україні : монографія. Донецьк : Лебідь, 2009. 416 с.
2. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
3. Тенденції та прогнози розвитку журналістики, медіа та технологій у 2023 році від Інституту Ройтерс із вивчення журналістики. URL: <https://www.jta.com.ua/trends/tendentsii-ta-prohnozy-rozvytku-zhurnalistyky-media-ta-tekhnohohiy-u-2023-rotsi-vid-instytutu-royters-iz-vyvchennia-zhurnalistyky/> (дата звернення: 06.04.2024).
4. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Випуск 44.С. 246–253.
5. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2010. 244 с.

6. Чабаненко М. Запорізькі інтернет-ЗМІ в контексті розвитку онлайн-журналістики. *Соціальні комунікації сучасного світу*. 2009. С. 156–158.
7. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press, 2008. 368 p
8. *Perspectives from the Global Entertainment & Media Outlook 2019–2023: getting personal, putting the me in entertainment and media*. 2019. PwC, 27 p.

Вікторія Чернега, здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти соціологічного факультету ПЗВО «Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика».
Науковий керівник – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, завідувач кафедри журналістики та філології
Валентина Стекольнікова

КОНСТРУКТИВИ ЩОДО ПРОТИДІІ ДЕЗІНФОРМАЦІЙНИМ НАРАТИВАМ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Щодня через соціальні мережі ми отримуємо багато інформації: повідомлення, фото, відео, статуси тощо. Однак, ця інформація часто є дезінформацією, тобто, неправдивою інформацією, спрямованою на те, щоб змінити думку або переконання користувача. Проблема дезінформації в соціальних мережах є актуальною та важливою, оскільки вона може впливати на різні сфери нашого життя, а саме: політика, економіка, наука, медицина тощо.

Однією з найбільших проблем з дезінформацією в соціальних мережах є те, що вона може швидко поширюватися та охоплювати широку аудиторію. Це стало можливим завдяки алгоритмам соціальних мереж, які визначають, яка інформація з'являється в новинних стрічках користувачів.

Ці алгоритми часто базуються на популярності контенту та інших факторах, таких як коментарі та оцінки «подобається», тому дезінформаційний контент може бути більш «цікавим» для алгоритмів, ніж справжня інформація.