

Етичне регулювання блогосфери: аналіз міжнародних документів та кодексів

Ethical regulation of blogosphere: analysis of international documents and codex

РЕФЕРАТ. У статті розглянуто основні принципи етичного регулювання блогосфери, проаналізовано низку законодавчих актів міжнародного рівня щодо контролю над інформацією в інтернет-середовищі, виконано комплексний аналіз тенденцій сучасної мережевої етики. Крім того, стаття містить деякі юридичні роз'яснення питань демаркації блогінгу і традиційної журналістики та кілька рекомендацій представникам громадянської журналістики. Посилення інтересу до проблеми дотримання етики в інтернет-середовищі пояснюється новими викликами мультимедійності для мас-медіа.

Ключові слова: блогосфера, мережева етика, регулювання, інтернет-ЗМІ.

ABSTRACT. In the article the author describes the main principles of ethical regulation of blogosphere, analyzes some international legislative acts controlling information in the Internet, carries out a comprehensive analysis of the trends of modern network ethics. Besides, the article provides some legal clarification of demarcation of blogging with traditional journalism. In the article there are several recommendations to representatives of citizen journalism. The growing interest in the problem of Ethics in the Internet is due to the new challenges of multimedia for the media.

Keywords: blogosphere, network ethics, regulation, Internet media.

Вступ. Актуальність досліджень мережевої етики не потребує додаткових підтверджень. Безкомпромісні реалії нової доби нарівні зі стрімким розвитком інтернету і впливом соціальних комунікацій нав'язують неминучий процес перебудови суспільства, основним трансформатором якого є інформатизація. Регулювання мережевої етики досі не здійснюється визначеним універсальним інструментарієм, закріплення якого створило б сприятливі умови для інституціоналізації новітніх медіа не стільки у віртуальному, скільки в реальному світі.

Сьогодні блоги перетворюються на повноцінне джерело інформації для читачів-споживачів – цільової аудиторії блогера – і для професійних журналістів, які використовують блоги як джерело нових, оригінальних ідей та експертних думок з актуальних проблем. Окрім змістового наповнення, блогосфера відзначається й ціннісним компонентом. Блогери претендують на новий підхід до структурування та управління інформацією. Безсумнівна їхня перевага полягає в тому, що блогер, з точки зору читача, є звичайною людиною, винятково лише за рахунок своєї компетентності в

певній галузі. Частково першість блогера порівняно з традиційним журналістом зумовлена й тим, що за ним не закріплено репутації «маніпулянта масовою свідомістю», типової для каналів ЗМІ як соціальних структур, які мають свою політику. Політика і влада – споконвічний симбіоз. Тож стандартні канали масової інформації для простих громадян умовно перебувають на боці керівної верхівки – тобто тих, хто прагне керувати, а блогери – на боці тих, хто чинить інтелектуальний опір, регулюючи ступінь піддатливості.

Деяки експерти в медіасфері схильні вважати, що демаркація блогінгу й традиційних ЗМІ практично сходить нанівець. Звісно, це не стоюється питань законодавчого регулювання. Блогосфера побудована за принципом «гулу юрби», і «поява інструментів, які дозволяють цей потік новин та думок упорядковувати, – нормальний позитивний процес, оскільки ці інструменти допоможуть зорієнтуватися», – вважає медіаексперт О. Усанова. «Новітні медіа не є загрозою для ЗМІ, хоча, безперечно, з'їдають частину аудиторії», – переконана дослідниця. На думку І. Чеснокова, формулювання



«професійний ЗМІ» не є надто важливим для читача, а соціальні медіа найчастіше виграють завдяки оперативності та повноті охоплення інформації. «ЗМІ – це професійні організації, в яких фахівці працюють згідно з певними правилами і законами. Завдання журналіста – брати інформацію з різних джерел, переробляти її та представляти різні точки зору. Це етика і норма професії», – нагадує експерт. Тимчасом як блогосфера – це висловлювання особистої думки. Блогери не несуть відповідальності за інформацію в тій мірі, що офіційні ЗМІ. «Якщо сайт містить яку завгодно дезінформацію, то відповідатимуть за це конкретні особи, пошуками яких займаються внутрішні органи. У ЗМІ ж є повноцінні редактори, які відфільтровують інформацію перед розміщенням», – зазначають медіаюристи [1].

Викладене вище дає змогу переконатися в потребі застосування етичних норм як основних регуляторів блогосфери. Тож проблема їх дотримання й зумовила визначення *мети і завдань* цієї статті: систематизувати основні положення мережевої етики та здійснити комплексний аналіз міжнародних документів і кодексів щодо регулювання діяльності представників громадянської журналістики.

Методи дослідження. Для виконання цих завдань було обрано метод комплексного аналізу, а для виявлення закономірностей і тенденцій мережевої етики – метод моніторингу, для огляду документів застосовано метод наукової обробки інформації.

Результати й обговорення. Законодавчо блогерів і традиційних журналістів цілком можна сприймати на рівних. Відповідно до статті 14 Закону України «Про інформацію», «поширення інформації – це розповсюдження, оприлюднення, реалізація у встановленому законом порядку документованої або публічно оголошеної інформації». Відповідно до статті 20 Закону «масова інформація – це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація». У статті 42 цього самого Закону зазначено, що основними учасниками інформаційних відносин (які, власне, і регулюються вказаним нормативним документом) є: автори, споживачі, поширювачі, зберігачі (охоронці) інформації. Враховуючи три зазначені пункти, блогера варто вважати учасником інформаційних відносин (спираючись на те, що він є автором поширюваної друкованої чи аудіовізуальної інформації – тобто масової), який може бути притягнутий до суду за порушення чинних законодавчих норм.

Вартим уваги в питанні прийнятності ототожнення блогінгу з традиційною журналістикою учасники Гарвардської конференції «*Blogging, journalism and credibility: Battleground and*

Common Ground» (2005) пропонують вважати такий нюанс: деякі блоги, беззаперечно, можна сприймати як журналістські проекти, автори решти навіть не прагнуть до цього. Етичні аспекти блогосфери варто аналізувати, спираючись на розмежування інтернет-користувачів, які прагнуть лише висловитись, із блогерами, котрі претендують на звання мовника у широкому сенсі – висвітлювача для великого загалу. На думку Б. Мітчелла та Б. Стілла з Поінтерського інституту, встановлення будь-яких правил та етичних обмежень для блогера є неприйнятним, неможливим і небажаним. Такі обмеження можливі тільки в особливій формі: блогери пропонують своїм читачам поставити їм запитання, що їх цікавлять, стосовно тематики, достовірності тощо. Після цього вони складають список запитань, які трапляються найчастіше, і залишають його відкритим для оновлення. Позитивний бік такої комунікації полягає у наявності постійного контакту з аудиторією, крім того, читачі можуть спостерігати, наскільки дотримується блогер обговорених із ними пунктів. Таким чином, автор дізнається, що найбільше хвилює його аудиторію, і на підставі цього виробляє принципи своєї роботи [2, с. 130].

Деякі фахівці в медіагалузі переконані, що традиційним ЗМІ варто перейняти деякі характеристики блогосфери. Приміром, американський письменник Д. Вінер, журналіст «Скріп-тін Ньюз», сподівається, що журналісти ретельно засвоять низку принципів і методик блогінгу, надто ж принцип прозорості у значенні висловлювання особистих політичних уподобань і принцип прозорості щодо отримання інформації, коли доступні всі вихідні матеріали, які використовувалися під час створення репортажу. Тепер викласти копії інтерв'ю чи документів і аудіофайли у мережу дуже просто, але це додає б достовірності завершеним сюжетам. Д. Вінер переконує також, що ми відходимо від тієї системи ЗМІ, де виняткове право на «пресу» мали тільки професіонали, і наближаємося до такої, де інформаційно-споживча аудиторія повинна розділитися на групи з різними точками зору. Те, що люди читають блоги, дає їм значні можливості в прийнятті незалежних рішень про те, що правда, а що ні. Така обізнаність підіймає свідому аудиторію на щабель вище порівняно з пасивною інформаційно-споживацькою [3].

«Довіра і достовірність тепер перебувають на соціальному рівні: загальноновизнано, що це соціальні процеси», – вважає Л. Рейні, директор Pew Research Center's Internet Project. Він переконаний, що поведінка інформаційно-споживчої аудиторії розвивається сьогодні за схемою, характерною для «е-пацієнтів» у медицині.



Подібно до того, як пацієнти приходять до лікаря з кіпою потенційних діагнозів, підтверджених інтернетом як джерелом, що тяжіє до найоб'єктивнішого, люди сьогодні не тільки вирішують, яка вона, правда, а й відшукують її. До гри долучився новий механізм підвищення достовірності.

Етичні норми в жодному разі не покликані обмежити потік інформації, вони лише є директивами для дії у важких ситуаціях. Поняття «етика» не однаково трактується в різних галузях знань та сферах людської діяльності. Як зазначають теоретики журналістики В. Іванов та В. Сердюк, етика, предметом вивчення якої є мораль, не формує норми та правила поведінки, а досліджує, систематизує та узагальнює установлені моральні норми та цінності. Журналістська етика – це набір правил та норм поведінки, яких мають дотримуватися всі, хто збирає, опрацьовує та поширює масову інформацію [4, с. 10]. Питання цінностей та індивідуальної поведінки окремих блогерів дуже складне. Для будь-якої діяльності потрібні доступні й зрозумілі стандарти. Ця потреба була і залишається рушійною силою хвилі створення кодексів мережевої етики.

У 1994 р. на світ з'явилася книга В. Шиа «Netiquette», в якій було сформульовано десять основних правил мережевого етикету. Ось вони:

1. *Пам'ятай, що говориш з людиною.*
2. *Дотримуйся тих самих стандартів поведінки, що й у реальному житті.*
3. *Пам'ятай, що перебуваєш у кіберпросторі.*
4. *Поважай час і можливості інших.*
5. *Шануй репутацію.*
6. *Допомагай іншим там, де це можливо.*
7. *Не вдавайся до конфліктів.*
8. *Поважай право на приватне листування.*
9. *Не зловживай своїми можливостями.*
10. *Вчися пробачати чийсь помилки.*

В. Шиа вимагав дотримуватися правил орфографії та граматики, пояснював значення смайликів і застерігав від зловживання ними, пропагував утримуватися від брутальності та вимагав використовувати архіватор для пересилання великих файлів. Поведінка «ідеального користувача» була розписана «від» і «до». Рекомендувалося уникати «безстатевого», нейтрального псевдоніма, що не дає можливості ідентифікувати його власника як чоловіка чи жінку. Нормою вважалося звернення на ім'я на початку розмови. І зовсім не заохочувалися категоричні твердження, які могли б викликати у співрозмовника негативні емоції.

В основу концепції розробки комп'ютерної етики журналістів покладено такі головні принципи: захист права людини на правдиву, об'єктивну, чесну та порядну інформацію; розвиток як теорії комп'ютерної етики журналістів, так і практики – комп'ютерної моралі журналістів; використання вже апробованих міжнародних, закордонних і ві-

сизняних стандартів, документів, кодексів комп'ютерної етики; врахування цінностей, особливостей, мети, соціальних і психологічних функцій традиційних ЗМІ, що їх містять міжнародні й національні документи з журналістської етики [5].

Деякі блогери пишуть свої стандарти, не претендуючи на те, щоб їх дотримувалися усюди в блогосфері, адже заклики створити загальні правила розцінюються ними як обмеження недоторкованої незалежності інтернет-середовища. Інші – створюють правила, які цілком можна вважати повноцінним кодексом етики блогерів. До прикладу, «Proposed Code of Blogging Ethics» [6], запропонований М. Каном на вищезгаданій Гарвардській конференції, правомірно відображає найважливіші принципи мережевої етики. До них варто зарахувати такі:

- ніколи не подавати як справжнє те, чого не було або чого ти не знаєш;
- мати почуття відповідальності за власні слова, розуміючи, що вся опублікована в блозі інформація стає загальнодоступною;
- перевіряти опубліковану інформацію, відокремлювати факти від власних суджень;
- якщо матеріал, про який ви пишете, є в «онлайн», створити на нього посилання;
- зазначати всі сумнівні та упереджені джерела інформації.

З наведених пунктів видно, що основні норми етичного регулювання блогосфери, запропоновані її представниками, відображають загальні етичні принципи традиційної журналістики. Описані настанови закріплюють потребу перевіряти інформацію на предмет достовірності, особисто відповідати за свою інформаційну діяльність (перегукується з пунктом 16 Кодексу етики українського журналіста, в якому йдеться про відповідність матеріалів журналіста його особистим переконанням чи принципам), потребу поважати авторське право своїх колег (в умовах громадянської журналістики поняття «колега» набуває ширшого, абстрактнішого значення). Крім того, в перелічених рекомендаціях висловлено необхідність попереджати про найменшу загрозу дезінформації. Цінність таких попереджень стає актуальною в умовах прогресивних зрушень інформаційної галузі, пов'язаних із застосуванням ЗМІ користувацького контенту.

У питанні мережевої етики важливу роль відіграють етичні норми Т. О'Рейлі і Дж. Вейлса, які створили Кодекс поведінки для блогерів (КПБ). Проаналізувавши його, можемо виокремити такі принципи:

1. *Принцип відповідальності.* Журналіст бере на себе відповідальність за власні та чужі слова, вміщені на сайті комп'ютерного ЗМІ.
2. *Принцип порядності.* Журналіст ніколи не має говорити в онлайн-спілкуванні те, чого не сказав би співбесідникові у реальному житті.



3. *Принцип об'єктивності.* Журналістові слід поспілкуватися з людиною реально, перед тим як написати чи відповісти їй через комп'ютерні мас-медіа.

4. *Принцип захищеності.* Редакція, журналісти мають вжити заходів, якщо когось ображають у комп'ютерних ЗМІ.

5. *Принцип відкритості.* Редакції інтернет-видань мають право заборонити анонімний форум чи коментарі.

6. *Принцип чесності.* Редакції, журналісти мають моральне право ігнорувати онлайн-виховних провокаторів.

Цікаво, що перший варіант блогерської етики Т. О'Рейлі розпочинався значно простішими нормами. До них належали: взяття блогером відповідальності не тільки за свої слова, а й за коментарі, які він дозволяє залишати у своєму блозі; означення власного ставлення до образливих коментарів; спроба відмовитися від анонімних коментарів у своєму блозі; категорична відмова від «годування» тролів; принцип не казати в інтернеті того, чого не сказав би у вічі.

У контексті етичного регулювання блогосфери варто говорити про те, що перспектива інтеграції нашої держави у світовий інформаційний простір потребує активної національно-правової імплементації міжнародно-правових стандартів в інформаційній галузі у відповідне внутрішнє законодавство. Стаття 19 Загальної декларації прав людини, ухваленої 10.12.1948 р. Генеральною Асамблеєю ООН, надає кожному право шукати, отримувати, розповсюджувати інформацію та діяти будь-якими засобами незалежно від кордонів. Європейський вибір України потребує від неї приведення законодавства до норм та принципів Європейського співтовариства. Враховуючи наведене, Україна як суб'єкт міжнародного права має дотримуватися певних принципів і норм. Тож, окрім активного саморегулювання, порядок у блогосфері забезпечує низка міжнародних актів. Зазвичай ці документи мають рекомендаційний характер. Рішення міжнародних організацій загальної компетенції, як правило, визнавалися джерелами міжнародного права ще в радянській науці. На сьогодні немає однозначної відповіді на те, чи можуть міжнародні організації ухвалювати міжнародні нормативно-правові акти, тобто акти, які містять норми міжнародного права. Однак вважається, що позиція авторів, котрі визнають за міжнародними організаціями таку здатність, є аргументованою і підтверджується практикою [7].

На сьогодні Рада Європи ухвалила понад сто нормативно-правових документів, рекомендацій тощо, спрямованих на врегулювання суспільних відносин в інформаційній сфері. Ми розглянемо ті з них, які, на нашу думку, є найбільш

дотичними до етичного регулювання блогінгу. До таких міжнародних актів належать: резолюція Ради Європи № 1003 «Про етичні принципи журналістики» (1993), декларація «Про свободу висловлення поглядів та інформації» (1982), декларація «Політика в галузі ЗМІ завтрашнього дня» (2000), декларація «Про свободу комунікацій в Інтернет» (2009).

Відповідно до Резолюції Ради Європи №1003 «Про етичні принципи журналістики» (1993) [8] *основним принципом будь-якої етичної засади журналістики є те, що повідомлення та міркування слід чітко розділяти, змішувати їх неприпустимо. Повідомлення – це інформація про факти й події, тимчасом як міркування – це висловлення поглядів, ідей, вірувань чи оцінювальних суджень з боку медіакомпаній, видавців і журналістів.* Така заувага має бути, коли йдеться про інформаційні жанри. Блоги ж здебільшого є сегментом аналітичної або художньо-публіцистичної журналістики, де наявність власної позиції та акцентування на ній є вищою цінністю інтелектуальної творчості. Фактаж у блогосфері перебуває у вигляді вкраплень в аналітичний текст, і відмежування його від міркувань спричинило б порушення логіки та зв'язності тексту. Одним із можливих виходів з такої ситуації було б свідоме попередження блогера про те, що його повідомлення має характер міркування. У тексті це може мати такий вигляд: *«Нужны ли стране непопулярные реформы для преодоления кризиса? Безусловно, да. Однако европейский опыт показывает, что ликвидировать необходимо не следствия, а причины, приведшие к этому кризису. Поэтому, убежден, что начинать нужно не с сокращения социальных программ, а с ликвидации всех государственных и полугосударственных надстроек, в которых через коррупционные схемы «уходят в песок» миллиарды гривен»,* – пише у блозі на LB.ua Дмитро Співак [9]. «Переконаний» свідчить про те, що автор висловлює свою позицію, право на яку має згідно з низкою міжнародних та вітчизняних законодавчих актів. Тобто за таку позицію автор не може бути притягнутий до суду. Загрозу становило б саме подання міркувань замість фактів, проте її було усунуто за допомогою вставної конструкції. Зазвичай такі конструкції використовують під час цитування третіх осіб, однак їх використання з метою акцентування на світоглядному характері подальшої інформації в тексті є доволі винахідливим. Уживання вказівки на міркування у формі вставної конструкції, на наш погляд, гарантує менший рівень безпеки для блогера, ніж уживання її у формі складнопідрядного речення: *я переконаний, що...* Такі речення мусять сприйматися лише нероздільно,



тимчасом як вставні конструкції є лише способом уточнення, додаткового інформування.

«Якщо ми маємо забезпечити, щоб до інформації ставилися з етичної точки зору, її цільову аудиторію слід розглядати як окремих осіб, а не як масу», – зазначено в резолюції. Коли йдеться про блогосферу, аудиторія вважається свідомою та медіаграмотною. На відміну від традиційної журналістики, яка готує свій продукт шляхом максимального спрощення, блогерів їхній читач знаходить сам – його не треба приваблювати. Настава на всебічний розгляд певної проблеми, а не на підвищення рейтингів – ось, що є визначальним у представників блогосфери. Інтернет-комунікації за визначенням властива індивідуалізація, на протигагу масифікації.

«Інформація та комунікація, які передаються журналістами за допомогою ЗМІ та за могутньої підтримки нових технологій, мають вирішальне значення для розвитку людини й суспільства. Вони потрібні для демократичного життя, оскільки, якщо демократія має розвиватися й далі, вона повинна гарантувати громадянам участь у громадських справах». Резолюція датується 1993 р. «Могутня підтримка нових технологій», – це, можна сказати, провіщення інтернет-журналістики, а пункт загалом є переконливим аргументом на користь громадянської журналістики в протистоянні традиційній. До речі, суть цієї зауваги, на нашу думку, полягає в тому, що традиційним ЗМІ не потрібно змагатися із блогосферою, адже остання покликана не витіснити з медіаринку «старожила», а компенсувати нестачу участі громадян у суспільних подіях.

Наступний документ, який варто розглянути, – декларація «Про свободу вираження поглядів та інформації» (1982) [10], у преамбулі до якого зазначено, що держави-члени Ради Європи *«упевнені в тому, що постійний розвиток інформаційних і комунікативних технологій має допомогти, незалежно від кордонів, реалізувати право на висловлення, пошук, одержання й поширення інформації та ідей з будь-якого джерела».* У контексті такого переконання будь-яка інформація – то безумовна цінність, а інформаційний простір з матеріалами різної якості та різного рівня дотримання етичних норм може бути зіставлений з розмаїтістю людської поведінки та стабільним балансом між правильним та неправильним, бажаним чи небажаним, якісним та неякісним. Окрім цього, в декларації сказано, що країни-члени Ради Європи *«впевнені в тому, що держави зобов'язані захищати від порушень право на свободу висловлення поглядів та інформації, а також дотримуватися політики, спрямованої на якомога більше заохочення різноманітності*

ЗМІ та плюралізму інформаційних джерел, сприяючи таким чином плюралізму ідей і думок». Декларацією проголошено існування широкого кола незалежних і автономних ЗМІ, що дають змогу відображати різноманітність ідей та думок. Саме блогери втілюють цю настанову, оскільки вони незалежні й автономні, і, як уже було з'ясовано, належать до суб'єктів інформаційних відносин як поширювачі інформації.

Ще один документ, безперечно вартий аналізу, – це декларація «Політика в галузі ЗМІ завтрашнього дня» (2000) [11]. Розглядаючи набуття інформаційним середовищем нових ознак, фокусуючись на адаптації регуляторних меж для ЗМІ відповідно до змін, що відбуваються, міністри держав, які брали участь у 6-й Європейській конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ у Кракові 15–16 червня 2000 р., затвердили програму дій, одним із основних пунктів якої було *«вивчення проблеми ускладнень, що виникають завдяки онлайновому поширенню інформації особами чи іншими джерелами, які можуть бути не обмежені професійною журналістською етикою або кодексами поведінки».* У декларації зазначений як необхідний такий напрям діяльності: *«сприяти освіті в галузі ЗМІ та медіаграмотності в нових службах з метою розвитку критичного й розпізнавального ставлення до змісту ЗМІ, забезпечити більшу обізнаність людей стосовно можливостей, що пропонуються, та проблем, які виникають через ці служби, сприяючи таким чином більшій соціальній єдності, сприяти обміну інформацією та досвідом між державами-членами у питаннях повноважень, організації та фінансування громадського мовлення в епоху цифрових технологій – де можливо, в рамках системи подвійного мовлення – з метою формування орієнтирів для держав-членів, що дало б мовникам громадського сектора мовлення можливість адаптуватися до умов існування в новому медіапросторі».* Шляхом, найвірогіднішим для подолання ускладнень щодо етичних питань онлайнових медіа, Рада Європи вважає становлення медіаграмотного суспільства. Це цілком логічно, зважаючи на те, що інтернет-простір є насамперед засобом масової комунікації, а масова інформація – його вторинна функція. У комунікації, суть якої зводиться до обміну думками та до задоволення потреби в спілкуванні, немає чітких обмежень щодо того, як саме людина має висловлювати свою позицію. Інакше кажучи, якщо хтось когось неправильно зрозумів, то проблема радше криється в його реакції, ніж у тому, що співучасник комунікації не вдовольнив висунутих до нього (проте не обумовлених) вимог. Так має діяти і механізм сприйняття



інформації з інтернету. Медіаграмотність прирівнюється до навичок спілкування, а той факт, що особа не застосувала достатньо особистісних ресурсів для того, щоб опрацювати масив матеріалів, свідчить про її власну відповідальність за отриманий ефект від сприйнятої інформації.

А от згідно з декларацією «Про свободу комунікацій в інтернеті» (2009) [12] попередній контроль над комунікаціями в інтернеті, незалежно від кордонів, **повинен залишатися винятком (!)**. Вельми цікавим у площині етичного регулювання може бути принцип 4: ліквідація бар'єрів для участі індивідів в інформаційному суспільстві. *«Треба сприяти й заохочувати доступ усіх до інтернет-комунікацій та інформаційних послуг на недискримінаційній основі та за доступною ціною. Більше того, активна участь громадськості, для прикладу, шляхом завантаження й підтримання індивідуальних веб-сторінок, не повинна обтяжуватися ліцензуванням чи іншими вимогами аналогічного ефекту»*. Бачимо, що міжнародна спільнота визнає діяльність громадянської журналістики для підтримання громадянського суспільства. Ще більше засвідчує підтримку громадянської журналістики міжнародною спільнотою принцип 7, що стосується анонімності: *«З метою забезпечення захисту від онлайн-стеження й сприяння вільному вираженню інформації та ідей країни-члени поважатимуть бажання користувачів інтернету не розкривати свою особистість»*.

У західній практиці маркетингу та піару дедалі частіше розглядають таке поняття, як «fake blog» – явище, коли хтось створює блог від чужого імені та поширює брехливу інформацію, чутки. Часто такі блоги виникають як елементи страте-

гій просування товарів і послуг через вірусні акції або політичних кампаній. У Великій Британії це вважається порушенням прав споживача, а в США – порушенням етичного кодексу маркетологів і піарників. Окремим напрямом у «фейкових блогах» є «блоги-пародії», коли висміюють публічну персону, ведучи блог від її особи (популярні в ру-тві, вконтакте) або пародіюючи дії цієї особи. Усе це – зворотний бік однієї медалі, що стосується анонімності в громадянській журналістиці.

Вартий уваги й проект з мережевої етики команди Вікіпедії. У «Вікініюз» було створено сторінку «Code of Ethics page», де кожен може запропонувати свої принципи, етичні правила і стандарти. Такий вид укладення етичних норм апелює до самої сутності громадянської журналістики, де кожен може висловитись і думка його важлива.

Висновки. Сьогодні блогосфера виконує роль конструкту демократичного громадянського суспільства. Уподібнюючись до авторів якісної аналітики, блогери часто зіштовхуються зі складнощами, які стосуються морально-етичних норм. У вирішенні проблемних етичних питань блогери подеколи керуються Кодексом блогерської етики. Його принципи універсальні й транскордонні, як і сам інтернет. Етичне регулювання блогосфери здебільшого є саморегулюванням і відбувається з урахуванням принципів відповідальності, порядності, об'єктивності, захищеності, відкритості, чесності. Дотримання мережевої етики у блогосфері має бути обов'язковим, адже воно розширить внутрішні зв'язки в цьому середовищі, зміцнить довіру до блогів як до джерела достовірної інформації, зменшить кількість конфліктів у мережі та забезпечить існування стабільного, здорового інформаційного суспільства.

Джерела і література

1. *Пост-газетные* СМІ. Блогосфера мимікруєт под СМІ [Електронний ресурс] // Редакторський портал. – Режим доступу: http://redactor.in.ua/ru/actual/733.Post-gazetnie_SMI_Blogosfera_mimikriruet_pod_SMI.

2. *Шанцева Е. С.* Специфика освещения экстремальных ситуаций в российской блогосфере (на примере освещения теракта в аэропорту «Домодедово») / Е. С. Шанцева // Журналист. Социальные коммуникации. – 2012. – № 3. – С. 130.

3. *Блоггинг, журналистика и достоверность информации.* Разногласия и точки соприкосновения [Електронний ресурс] // Acta Diurna. – Режим доступу: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/boggin_g.html.

4. *Іванов В. Ф.* Журналістська етика : підручник / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк. – К. : Вища шк., 2007. – 237 с.

5. *Кузнецова О.* Комп'ютерна етика журналістів [Електронний ресурс] / О. Кузнецова. – Режим доступу: http://lnu.edu.ua/mediaeco/mereg_zmi/kuznecova.htm.

6. *Blogging, Journalism and Credibility: Battleground and Common Ground: a conference* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/bogging.html.

7. *Гогоша О.* Юридична сила рішень міжнародних організацій та ефективність їх виконання (на прикладі ООН) [Електронний ресурс] / О. І. Гогоша. – Режим доступу: <http://gisap.eu/ru/node/272#>.

8. *Резолюція* Ради Європи № 1003 (1993) «Про етичні принципи журналістики» [Електронний ресурс] // Інститут медіа права. – Режим доступу: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/62/.

9. *Соціальна сфера под угрозой* [Електронний ресурс] // LB.ua. – Режим доступу: http://blogs.lb.ua/dmitriy_spivak/289111_sotsialnaya_sfera_pod_ugrozoy.html.

10. *Декларація* «Про свободу вираження поглядів та інформації» (1982) [Електронний ресурс] // Інститут медіа права. – Режим доступу: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/50/.

11. *Декларація* «Політика в галузі ЗМІ завтрашнього дня» [Електронний ресурс] // Інститут медіа права. – Режим доступу: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/49/.



12. Декларация «Про свободу комунікацій в Інтернет» [Електронний ресурс] // Інститут медіа права. – Режим доступу: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/77/.

Reference list

1. *Post-gazetnyie* SMI. Blogosfera mimikriruet pod SMI [Electronic resource] // Redactors'kij portal. – Reference: http://redactor.in.ua/ru/actual/733.Post-gazetnie_SMI_Blogosfera_m_mikriruet_pod_SMI.

2. *Shanceva E. S.* Specifika osvshhenija jekstremal'nyh situacij v rossijskoj blogosfere (na primere osvshhenija terakta v ajeroportu «Domodedovo») / E. S. Shanceva // Zhurnalist. Social'nye kommunika-cii. – 2012. – № 3. – S. 130.

3. *Blogging*, zhurnalistika i dostovernost' informacii. Raznoglasija i tochki soprikosnovenija [Electronic resource] // Acta Diurna. – Reference: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/boggin_g.html.

4. *Ivanov V. F.* Zhurnalistiska etyka : pidruchnyk / V. F. Ivanov, V. Ie. Serdiuk. – K. : Vyscha shk., 2007. – 237 s.

5. *Kuznetsova O.* Komp'iuterna etyka zhurnalistiv [Electronic resource] / O. Kuznetsova. – Reference: http://lmu.edu.ua/mediaeco/mereg_zmi/kuznecova.htm.

6. *Blogging*, Journalism and Credibility: Battleground and Common Ground: a conference [Electronic

resource]. – Reference: http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_3/bogging.html.

7. *Hohosha O.* Yurydychna syla rishen mizhnarodnykh orhanizatsii ta efektyvnist yikh vykonannia (na prykladi OON) [Electronic resource] / O. I. Hohosha. – Reference: <http://gisap.eu/ru/node/272#>.

8. *Rezoliutsiia* Rady Yevropy № 1003 (1993) «Pro etychni pryntsyipy zhurnalistyky» [Electronic resource] // Instytut media prava. – Reference: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/62/.

9. *Social'naja* sfera pod ugrozoi [Electronic resource] // LB.ua. – Reference: http://blogs.lb.ua/dmitriy_spivak/289111_sotsialnaya_sfera_pod_u_grozoi.html.

10. *Deklaratsiia* «Pro svobodu vyrazhennia pohliadiv ta informatsii» (1982) [Electronic resource] // Instytut media prava. – Reference: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/50/.

11. *Deklaratsiia* «Polityka v haluzi ZMI zavtrashnoho dnia» [Electronic resource] // Instytut media prava. – Reference: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/49/.

12. *Deklaratsiia* «Pro svobodu komunikatsii v Internet» [Electronic resource] // Instytut media prava. – Reference: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/77/.

Подано до редакції 20. 01. 2015 р.

Плотникова А. Д.

Этическое регулирование блогосферы: анализ международных документов и кодексов.

РЕФЕРАТ. В статье рассмотрены основные принципы этического регулирования блогосферы, проанализирован ряд законодательных актов международного уровня по контролю над информацией в интернет-среде, осуществлен комплексный анализ тенденций современной сетевой этики. Кроме того, статья содержит некоторые юридические разъяснения вопросов демаркации блогинга с традиционной журналистикой и несколько рекомендаций представителям гражданской журналистики. Усиление интереса к проблеме соблюдения этики в интернет-среде объясняется новыми вызовами мультимедийности для масс-медиа.

Ключевые слова: блогосфера, сетевая этика, регулирование, интернет-СМИ.