

Радзіховська Анастасія Олександрівна
(*наук. керівник – д-р філол. наук, професор Лукаш Г. П.*)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ЕТИКИ В КОМУНІКАЦІЯХ

Анотація. У роботі розглянуто комунікацію в епоху поширення цифрових технологій; проаналізовано етикет під час спілкування в цифровому середовищі, порівняно з традиційним етикетом; виокремлено моральні засади комунікації.

Ключові слова: комунікація, етика, цифрова комунікація.

Новий медіапростір поставив у центр суспільних дискусій нові проблеми та виклики, пов'язані з етикою в комунікації. Етичні питання в комунікації завжди викликали сильні суспільні суперечки, але не завжди були ключовими у дослідницьких програмах академічних та наукових інституцій. Попри це, все більше голосів наголошують на важливості етичної відповідальності всіх учасників публічної комунікації. Водночас вони вказують на брак етики як на один із найтриповішніх знаків комунікативної діяльності. Це означає, що питання етики залишається актуальним і важливим у сфері комунікаційних досліджень.

Технологічні досягнення цифрової епохи, особливо поширення інтернету з численними можливостями для онлайн-комунікації, принесли нові проблеми та виклики в медіасередовище. Зокрема, це вплинуло на різні сектори, як-от журналістика, реклама, зв'язки з громадськістю.

Уся комунікація – міжособистісна, організаційна, в малих групах, масова, політична, інформаційна, технічна чи комерційна – відбувається в контексті, що включає цілі, засоби та обставини [10, с. 55]. Етична комунікація вимагає розуміння та реагування на кожен із цих трьох ключових елементів [3, с. 15]. Те, чого ми прагнемо досягти через комунікацію, як ми обираємо комунікувати і реальні наслідки комунікації є надзвичайно важливими особливостями етичної комунікації.

Етика комунікації насамперед стосується вибору. Оскільки індивід або група має варіанти в цій ситуації, чинник моральної агенції вступає в дію. З моральною агенцією – відносною свободою вибирати свій шлях – приходить відповідальність. Хоча обставини часто обмежують вибір, ті, які взаємодіють з іншими, зазвичай мають певну моральну агенцію. У спілкуванні з другом або знайомим люди можуть обирати, наскільки уважно слухати іншого. Чи намагатимуться маніпулювати або намагатимуться зрозуміти і приєднатися?

У взаємодії з незнайомцями рішення зреагувати неприязно чи усміхнутися виражає вибір і відповідальність. Численні фактори впливають на те, як людина реагує на обставини. Центральним для процесу обмірковування є загальний стан серця й розуму. У міжособистісній комунікації підхід визначають цілі, цінності, емоції та сприйняття. Чого кожна сторона сподівається досягти? Як вони сприймають одне одного?

Структурні фактори теж мають значення. Люди часто опиняються в обставинах, визначених владними структурами поза їхнім контролем. Навіть у обме-

жених обставинах стан впливає на якість взаємодій. Це почуття якості пов'язане з особливістю моральної агенції в комунікаційних контекстах. Хоча цілі комунікатора важливі, важливі також засоби, які вони обирають. Прагнення співчутливо та дбайливо поділитися правдою сприяє зв'язку, довірі і полегшує реалізацію потенціалу комунікації.

Сучасний розвиток цифрових технологій та інтернету активно перетворює спосіб взаємодії між людьми та формує нові виклики у сфері етики. В цих умовах вивчення етичних підходів стає критично важливим для забезпечення моральних стандартів у цифровому середовищі. Розглянемо, як традиційні теоретичні підходи до етики застосовуються у сфері цифрових комунікацій, що характеризується швидкою зміною інформаційних потоків та розширенням доступу до даних.

Загалом етичні підходи в цифрових комунікаціях є важливими для підтримки морального балансу у взаємодії між людьми та технологіями. Вони сприяють встановленню етичних стандартів, що підвищують довіру користувачів до цифрових платформ і заохочують відповідальну поведінку в інтернет-просторі.

Етика в цифрових комунікаціях є динамічним і критично важливим полем дослідження, що відповідає на виклики сучасної технологічної ери. Вона спирається на традиційні етичні принципи, адаптуючи їх до новітніх реалій, та розробляє інноваційні підходи для вирішення специфічних проблем, пов'язаних із розвитком технологій. Інтеграція етичних стандартів у життєвий цикл цифрових продуктів створює фундамент для взаємодії, що буде одночасно етичним і ефективним, спрямованим на загальне благо та стійкий розвиток технологій в контексті суспільства. Це дає змогу забезпечити відповідальне використання технологій, підтримуючи моральну інтеграцію в глобальному суспільстві, що постійно змінюється.

Список використаних джерел

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейнз: монографія Київ: МАУП, 2005. 440 с.
2. Андрійченко Ж. О., Близнюк Т. П., Майстренко О. В. Digital етикет та комунікації: тенденції та вимоги сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27642>
3. Галушак М. Інтеграція принципи етичних принципів в інформаційному просторі: міжкультурний контекст та комунікативна взаємодія. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць. Серія «Філософія»*. Спецвипуск, присвячений євроінтеграційній тематиці. 2022. С. 24–35.

