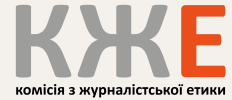


Комісія з журналістської етики

ПОСІБНИК з журналістської етики





УДК 070.4(477)

Практичний посібник

Посібник з журналістської етики

Автори: Андрій Куликов, Ліза Кузьменко, Максим Дворовий,
Діана Дуцик, Ліна Куш

Відповідальний редактор: Олексій Погорелов, президент Української
Асоціації Медіа Бізнесу, член Комісії з журналістської етики, член Ради
директорів асоціацій-членів Всесвітньої асоціації видавців новин WAN-IFRA

Верстка і дизайн: Інеса Білюк

Літературне редагування: Сергій Чемеркін

**Посібник з журналістської етики / [Куликов А., Кузьменко Л., Дворовий М.,
Дуцик Д., Куш Л.]. – К. : Комісія з журналістської етики, 2023. – 129 с.**

У виданні подано практичні рекомендації щодо дотримання етичних стандартів у сфері української журналістики. Зокрема, наведено рекомендації щодо висвітлення повідомлень, які публікуються у соцмережах, означено параметри дотримання вимог до якісної журналістики. У посібнику пояснено характерні особливості використання основних журналістських жанрів, розкрито питання журналістських стандартів, ґендерної рівності, специфіки діяльності журналістів та медіа під час дії воєнного стану. Посібник містить найважливіші заяви та рекомендації Комісії з журналістської етики після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року.

Для журналістів, керівників медіа, студентів і викладачів факультетів журналістики.

© Комісія з журналістської етики, 2023

Ця публікація не є офіційним вираженням будь-якої думки з боку ЮНЕСКО щодо правового статусу будь-якої країни, території, міста чи району чи їх влади або щодо делімітації їхніх кордонів чи меж. Автори несуть відповідальність за вибір і представлення фактів, що містяться в цьому виданні, а також за висловлені в ньому думки, які не обов'язково належать ЮНЕСКО та не накладають на Організацію жодних зобов'язань.

Зміст

●	I. Вступне слово	4
	Андрій Куликов	

●	II. Використання інформації з публікацій у соцмережах та публікація матеріалів активістів у розділах «Блоги». Дотримання етики та вимог до якісної журналістики	7
	Ліна Куш	

●	III. Що треба знати про основні журналістські жанри	14
	Діана Дуцик	

●	IV. Гендерна рівність у медіа: виклики на тлі повномасштабної війни в Україні. Як коректно висвітлювати проблему сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом	37
	Ліза Кузьменко	

●	V. Закон про медіа: які новели підготував законодавець для медіа?	50
	Максим Дворовий	

●	VI. Заяви та рекомендації Комісії з журналістської етики	66
---	---	-----------

●	VII. Кодекс етики українського журналіста	121
---	--	------------

Вступне слово

Андрій Куликов

голова Комісії з журналістської етики,
співзасновник «Громадського радіо»

Практикувати етику в журналістиці означає практикувати правду. В основі етики – дбайливе ставлення до аудиторії, не введення публіки в оману, навіть заспокійливу, солодку, таку часом приємну, але завжди – не прийнятну.

Це найповнішою мірою властиво тим, хто працює в так званій «регіональній» журналістиці. Ваша робота часто отримує (майже) негайну оцінку публіки, яка вас знає в багатьох випадках особисто, яка цінує корисні знання, що отримує від вас. І цінує тим більше, що значну частину цих знань ніколи не дадуть вашій публіці ані загальноукраїнські, ані міжнародні засоби масової комунікації.

Саме ви – на гранично малій відстані правди від вашої публіки. Саме ви рятуєте життя, психічне здоров'я, добробут тих, хто знає вас і кого знаєте ви. І тут правда – найдієвіший спосіб.



Для аудиторії, впровадженої в оману, багаторазово зростає небезпека покластись на хибні відомості, дійти хибних висновків, а отже й не зауважити загроз, які постають внаслідок зловмисних маніпуляцій або нехлюйського нашого ставлення до стандартів професії.

Ті, хто замовчував зовнішню загрозу (не лише в журналістиці, звісно), поставили в небезпеку життя і добробут мільйонів не лише українців та українців, а й інших людей у світі. Ті, хто, навпаки, перебільшував потугу ворога, сіяли невпевненість, що заважала і заважає чинити спротив настільки успішний, наскільки це можливо, наскільки це потрібно.

Пропустити навіть один значущий складник повідомлення означає створити для аудиторії підставу помилитись. Додати вигаданий складник для переконливості — так само означає впровадити аудиторію до спотвореного світу, де людина ухвалюватиме рішення на підставі того, чого насправді не існує.

Правда і нічого, окрім правди, — найдієвіша етика щодо аудиторії.

Чи можна це доповнити принципом «ціла правда» чи «вся правда»? Врешті, можна, хоча є різноманітні обмеження (особливо у час війни або масштабних катастроф чи злочинів), які зумовлюють потребу в тимчасовому нерозголошенні деяких обставин. Ми навчилися цього на власному гіркому досвіді відбивання російської агресії. Але й доки ми змушені мовчати, не можна припиняти збирати відомості, які врешті буде оприлюднено і які допоможуть поставити недосказане в контекст. Це будуть докази правильності чи хибності поведінки тієї спільноти, до якої ми воліємо себе залічити. До речі, свобода волевиявлення — поміж найголовніших етичних принципів, що відносно самих себе, то й відносно інших. І наша журналістська діяльність має ґрунтуватись на свободі волевиявлення, а не на тому, щоб улестити аудиторію чи того, хто оплачує нашу працю.

Випадки з практики тих, хто долучився до цього видання, великою мірою відображають різноманітність і міцність української «регіональної» журналістики. На мою думку, саме цей досвід творить загальноукраїнську журналістику. «Спущене згори» знання часто не враховує місцевих особливостей. Знання, «подане нагору», вже випробуване на успіх, і питання (лише?) в тому, щоб використати передовий досвід, пристосувавши його до позірно інших, але по суті так само українських особливостей.

Етичне ставлення до нашого суспільства, дотримання етичних принципів у повсякденній нашій роботі захищає свободу. Адже неодмінним складником взаємної поваги, етичного ставлення одних до одних є повага до свободи слова, свободи самовираження, свободи разом вирішувати щодо важливого.

Щиро,
Андрій Куликов

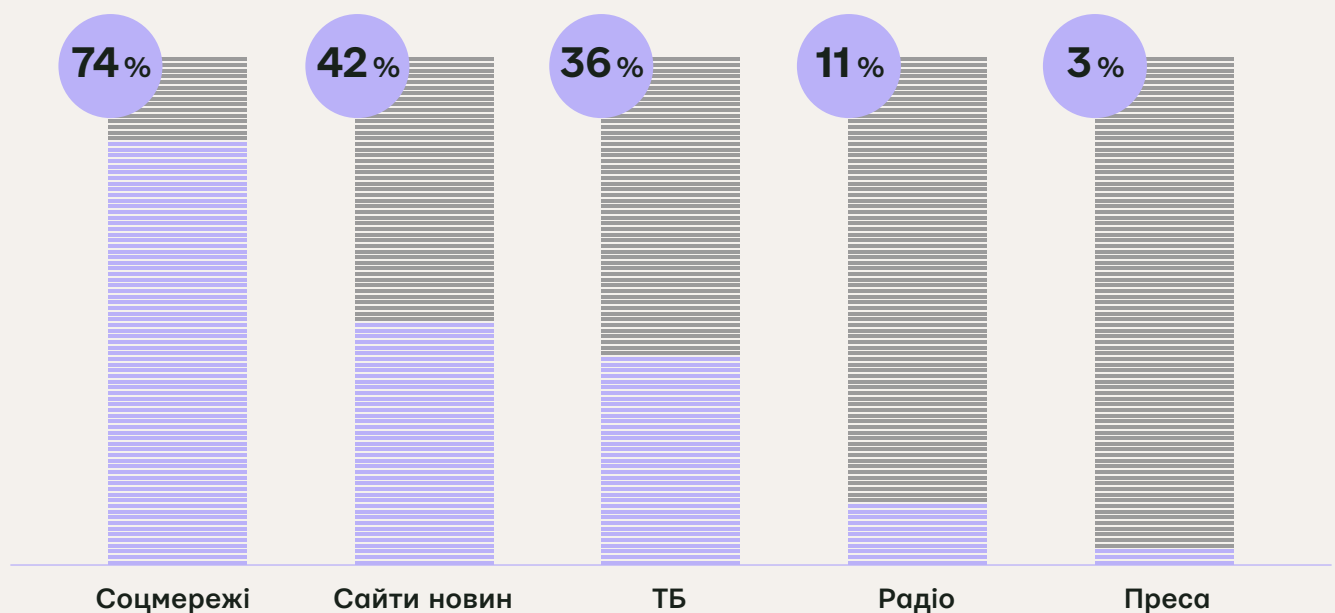
II. Використання інформації з публікацій у соцмережах та публікація матеріалів активістів у розділах «Блоги». Дотримання етики та вимог до якісної журналістики

Авторка: Ліна Куш, перша секретар
Національної спілки журналістів України,
членкиня Комісії з журналістської етики



Соціальні мережі та месенджери перетворилися із засобу для спілкування на основне джерело інформації для українців. Такими їх зробила війна – бо швидко, зручно, безплатно. Як засвідчило **дослідження Internews**, 74% громадян дізнаються новини саме із соціальних мереж, при цьому третина використовує їх як єдине джерело.

ЯКИМИ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ВИ КОРИСТУВАЛИСЯ
ПРОТЯГОМ ОСТАННІХ 30 ДНІВ ДЛЯ ОТРИМАННЯ НОВИН? (2022)



Тож як бути професійним журналістам в епоху соціальних мереж?

Використання інформації з соцмереж – це виклик для початківців, особливо в умовах широкомасштабної війни, зокрема й інформаційної. Молодим журналістам часто важко відрізнити правду від брехні, а точку зору – від маніпуляцій. Упоратися з цим завданням допомагає належний підхід, який базується на тому, що для медіа соціальні мережі – таке саме джерело інформації, як і усі інші. До будь-якої інформації (пресрелізи компаній, свідчення очевидців, заяви посадовців, документи публічних закупівель тощо) журналісти застосовують професійні стандарти та послуговуються Кодексом етики українського журналіста.

Так само варто перевіряти будь-який контент із соціальних мереж: тексти, фото, відео. Журналіст мусить оцінювати інформацію з точки зору точності,

повноти, збалансованості, неупередженості, відсутності дискримінації або порушення права на приватне життя. Навички фактчекінгу і роботи з інформацією, а також знання етичних принципів – базові для журналістів-початківців, водночас у роботі з соцмережами ці навички стають ключовими.

РОБОТА З КОНТЕНТОМ ІЗ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ СКЛАДАЄТЬСЯ З КІЛЬКОХ ЕТАПІВ:

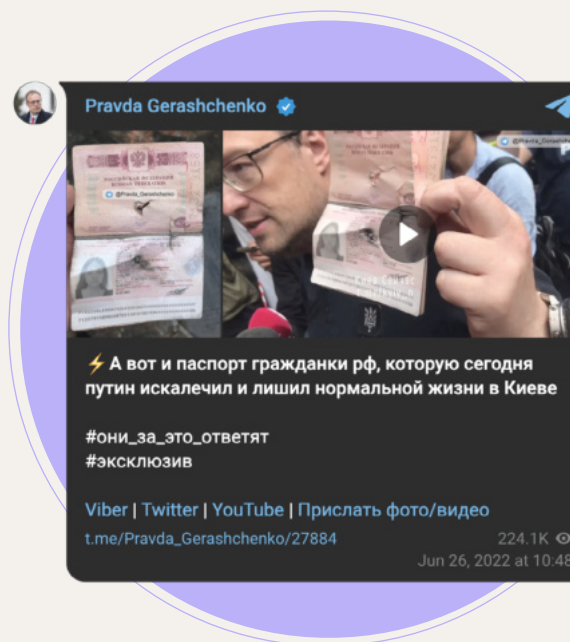


- 1 Перевірка фактів** — важливий і необхідний етап роботи з інформацією, і дописи в соціальних мережах — не виняток. Відповідно до п. 6 Кодексу журналісти і редактори повинні здійснювати кроки для перевірки автентичності усіх повідомлень, відео- та аудіоматеріалів, отриманих від представників загалу, фрилансерів, пресслужб та інших джерел. На цьому етапі журналісти перевіряють інформацію на достовірність і точність: наприклад, звертаються до офіційних джерел, аналізують цифри або висловлювання. Для журналістів, які мають справу з контентом із соціальних мереж, така перевірка критично необхідна, оскільки ці платформи часто використовують для поширення фейків та дезінформації.
- 2 Виразний візуальний контент** спонукає поділитися ним, але зображення можуть не відповідати опису. Пам'ятаєте, як у перші дні повені внаслідок підриву дамби Каховської ГЕС інтернетом ширилися світлини песиків, які пливли у воді? Деякі медіа проілюстрували цими світлинами новини про катастрофу. Згодом з'ясувалося, що ці фото не з Херсона, а з сайту таїландської організації з допомоги тваринам, що легко було встановити за допомогою пошуку зображень. Тому **перевірка зображень і відео** так само необхідна, як і перевірка фактів.

- 3 Думка, висловлена в соціальній мережі, — це завжди один погляд на ситуацію. Аби бути об'єктивними, журналісти мають **дослідити і представити різні точки зору**. Зокрема й точку зору тих, хто став об'єктом журналістської критики (п. 10 Кодексу). Також медійникам варто надавати слово тим, хто не має іншого шансу бути почутими — наприклад, людям, які не представлені в соцмережах.
- 4 Якщо журналісти перевірили повідомлення на достовірність і дізналися іншу точку зору, то наступним етапом роботи над новиною є **контекст**. Додавання контексту може передбачати історію проблеми, статистику, посилання на попередні публікації, додавання заяв із теми тощо. Журналісти, які ігнорують цю частину роботи, нагадують користувачів мереж, які часто поширюють дописи без жодних коментарів. Професійні медіа досліджують тему в розвитку, і така послідовність — протилежність хайпу та сенсаціоналізму.
- 5 Журналістам необхідно **звертати увагу, чи не порушує інформація з соціальних мереж права людини на приватне життя**. Таким порушенням може бути, наприклад, оприлюднення персональних даних (прізвища, домашньої адреси, складу сім'ї), стану здоров'я, інших даних, за якими можна ідентифікувати особу. Загалом відкритість інформації в соціальних мережах не є автоматичною згодою людини на використання її дописів, фото, відео. Етичним буде спитати дозволу на це, написавши автору чи авторці допису. Варто також враховувати, що користувач або користувачка можуть не усвідомлювати наслідків несподіваного сплеску цікавості до себе після того, як інформацію поширять медіа. Тому журналіст повинен із повагою ставитися до приватного життя людини (п. 3 Кодексу).

Часто медіа ідуть шляхом найменшого спротиву і використовують дописи в мережі чи в месенджерах так, як написано там. Роль журналіста зводиться до того, щоб переупакувати допис у формат новини та додати заголовки. Така практика є хибною.

Комісія з журналістської етики розглядала **випадок**, коли радник міністра внутрішніх справ Антон Геращенко розмістив фото паспорта потерпілої від ракетного обстрілу мешканки київського будинку, а інформацію підхопили медіа. Це призвело до онлайн-цькування потерпілої. Комісія вважала за необхідне зробити окрему заяву щодо меж оприлюднення приватних даних осіб, які постраждали від війни.



- **Підсумок:** журналісти можуть використовувати контент із соціальних мереж після належної перевірки і доповнення контекстом.
- **Якщо поширюється інформація про приватних осіб, етично буде спитати дозволу у самої людини.**

Соціальні мережі мають відчутний вплив на сферу традиційних медіа. Прикладом такого впливу стало взаємне проникнення жанрів: наприклад, створення розділів «Блоги» в українських онлайн-медіа. Якщо такі розділи існують за принципом майданчиків Facebook або YouTube, де кожен може опублікувати власну думку без попереднього схвалення з боку редакції, то виникає запитання: **чи несуть відповідальність медіа в разі порушення авторами стандартів журналістської етики?**

Комісія з журналістської етики впродовж 2022-2023 рр. отримувала кілька скарг на такі блоги або колонки. Позиція Комісії з цього питання викладена в рекомендаціях, які визначають, у яких випадках може настати відповідальність.

ЯК ЖЕ ОЦІНЮВАТИ МАТЕРІАЛИ, ОПУБЛІКОВАНІ ЯК «ДУМКИ» У ВІДПОВІДНОМУ РОЗДІЛІ САЙТУ?

- 1** Текст у розділі «Блоги» може бути визнаний журналістським матеріалом, якщо його **автор або авторка в підписі позиціонують себе як журналіст / журналістка.**
- 2** Ще один критерій – **наявність редакційного контролю:** наприклад, у багатьох медіа існує посада редактора розділу «Блоги», який комунікує з авторами. Онлайн-медіа, які не здійснюють премодерацію текстів, тим не менше повинні реагувати на скарги на зміст та надавати можливість особам, які стали об'єктом критики, відповісти на неї.
- 3** Кодекс етики поширюється на журналістику думок так само, як і на журналістику фактів. Неприпустимо вдаватися до образ або голослівних звинувачень, висловлені думки повинні ґрунтуватися на фактах.
- 4** Журналістам варто розділяти активізм і професійну діяльність та уникати конфлікту інтересів. Наприклад, медійники можуть брати участь в акції на захист навколишнього середовища, але в разі підготовки матеріалу з цієї теми вони не зможуть бути об'єктивними.

- Отже, журналісти можуть використовувати соціальні мережі
- або формат блогів, щоб висловити свою позицію чи обговорити певну тему з читачами. Проте варто враховувати, що аудиторія часто не розрізняє особисту думку окремого журналіста і думку редакції, а сторінку журналіста в соціальній мережі сприймає не як приватний обліковий запис, а як продовження його роботи. Тому журналістам варто дотримуватися Кодексу етики українського журналіста в будь-яких матеріалах, спрямованих на необмежену аудиторію.

III. Що треба знати про основні журналістські жанри

Авторка: Діана Дуцик, членкиня Комісії з журналістської етики, виконавча директорка ГО «Український інститут медіа та комунікації», викладачка Могилянської школи журналістики



ЧОМУ ЖАНРИ ВАЖЛИВІ

Слово «жанр» походить від французького *genre*, що означає «вид» або «тип». Уміння працювати в різних жанрах — одна із ключових навичок журналіста. Жанр — це форма подання журналістських матеріалів. У нас часто недооцінюють значення жанрів, а тому багато медіа мають невелику лінійку журналістських форматів. Проте форма має не менш важливе значення, ніж зміст. Жанри не лише структурують, упорядковують інформацію в медіа. Світові медіаорганізації використовують жанри як центральний маркетинговий засіб, що дозволяє ефективніше просувати та продавати контент.



Ми ретельно вивчаємо, які жанри доречні, тестуємо наш контент

— говорить керівниця департаменту стратегічного маркетингу компанії «1+1» Ольга Захарова¹.

Оксфордська дослідницька енциклопедія акцентує увагу на багатовимірності поняття жанру. Адже він поєднує авторські практики та практики медіаіндустрії, професійні цінності та етику. Жанри розвиваються у взаємодії із розвитком медіатехнологій, соціальними змінами та ширшою культурною атмосферою. В українському контексті на розвиток журналістських жанрів, їх трансформацію істотно вплинули Революція гідності 2014 року та війна Росії проти України, яка розпочалася того ж таки 2014-го.

1 Ольга Захарова: Глядачі «1+1» мають дивитися на різних майданчиках те, що до війни було на одному. Для нас це виклик, surl.li/fvgdw.

2 Mast. J. News as Genre, surl.li/jkrji.

Чому важливо знати і розуміти, як працювати з різними жанрами?

Як уже зазначалося, це маркетинговий засіб. Водночас правильне застосування жанрів також структурує роботу журналіста з інформацією. Від вибору жанру залежить логіка роботи над будь-яким журналістським матеріалом. Вибір жанру впливає на те, як і з якими джерелами працює журналіст/-ка, яких і скільки експертів залучає до коментування, який стиль подання і яка структура матеріалу. Правильно підібраний жанр робить журналістський матеріал більш якісним, що посилює до нього довіру, зацікавленість аудиторії. Вміння працювати з різними жанрами посилює і вирізняє журналістів на фоні блогерів та соцмереж. Це особливо важливо в умовах війни.



ТИПОЛОГІЯ ЖАНРІВ: ВІД НОВИНИ ДО АВТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ ЧИ ПОСТУ В ТЕЛЕГРАМІ

У науковій літературі існує не одна типологія журналістських жанрів. Але якщо відштовхуватися від практики (не важливо, чи це стосується журналістських матеріалів для друкованих та онлайн-видань, чи матеріалів для радіо та телебачення), то їх можна класифікувати за двома ознаками:

→ **жанри з акцентом на фактах (інформаційні та частково аналітичні жанри):**

новина (повідомлення, кореспонденція, фотонovina тощо), репортаж, нарис, інтерв'ю, документування подій;

→ **жанри з акцентом на думці (авторські, публіцистичні жанри, або дехто їх називає художньо-публіцистичними):**

авторська колонка, стаття (наприклад, з політичними оцінками), коментар, глоса, колонка, блог, портрет, карикатура, рецензія на книгу, театральну виставу, музичний твір, витвір мистецтва, кінофільм, телепрограму. Есе містить судження щодо політики та естетики. І додаємо сюди нові формати, такі як пости в соцмережах.

Але межі між жанровими формами не завжди чіткі. Наприклад, репортаж чи стаття дуже часто перебувають на межі між журналістикою фактів та журналістикою думки.

Також треба пам'ятати, що журналістські жанри — не статичні. Вони постійно трансформуються під впливом нових технологій та суспільно-політичних змін. Якщо ви почитаете газети XIX століття, або навіть газети початку XX століття, то побачите, як різночасно змінився стиль і форма журналістських матеріалів за сто років.

Але не лише технології змінюються — зазнають змін і культурні норми та етичні правила. Скажімо, якщо ще років 30 тому в українській пресі можна було натрапити на слово «цигани» чи «негри», то зараз це стається, на щастя, набагато рідше, оскільки змінюється ставлення до «мови ворожнечі» та посилюються етичні норми.

Політичні зміни та суспільні трансформації також впливають на розвиток журналістських жанрів. Зокрема, жанр репортажу в сучасній українській журналістиці періоду Незалежності почав активно розвиватися з подіями Революції гідності 2014 року та початком війни Росії проти України. І це легко пояснити, адже сухих фактів у таких складних емоційних ситуаціях замало. А репортаж робить події для аудиторії більш видимими і близькими, змушує її співпереживати, дає багато інформації для обдумування та переосмислення цих подій.

Кожен жанр має своє призначення в медіа, а також особливий стиль написання. Але в основі будь-якого журналістського матеріалу, в якому б жанрі його не було створено, — завжди лежить ЗБІР та ПЕРЕВІРКА інформації.

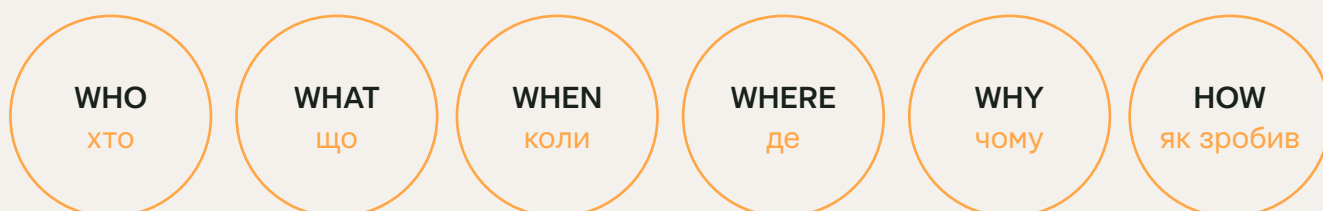
Ми коротко зосередимось на ключових, найбільш поширених журналістських жанрах.

НОВИНА

Головним жанром журналістики можна вважати новину. Адже саме завдяки новинам люди дізнаються, що сталося в їхньому місті, країні чи світі.

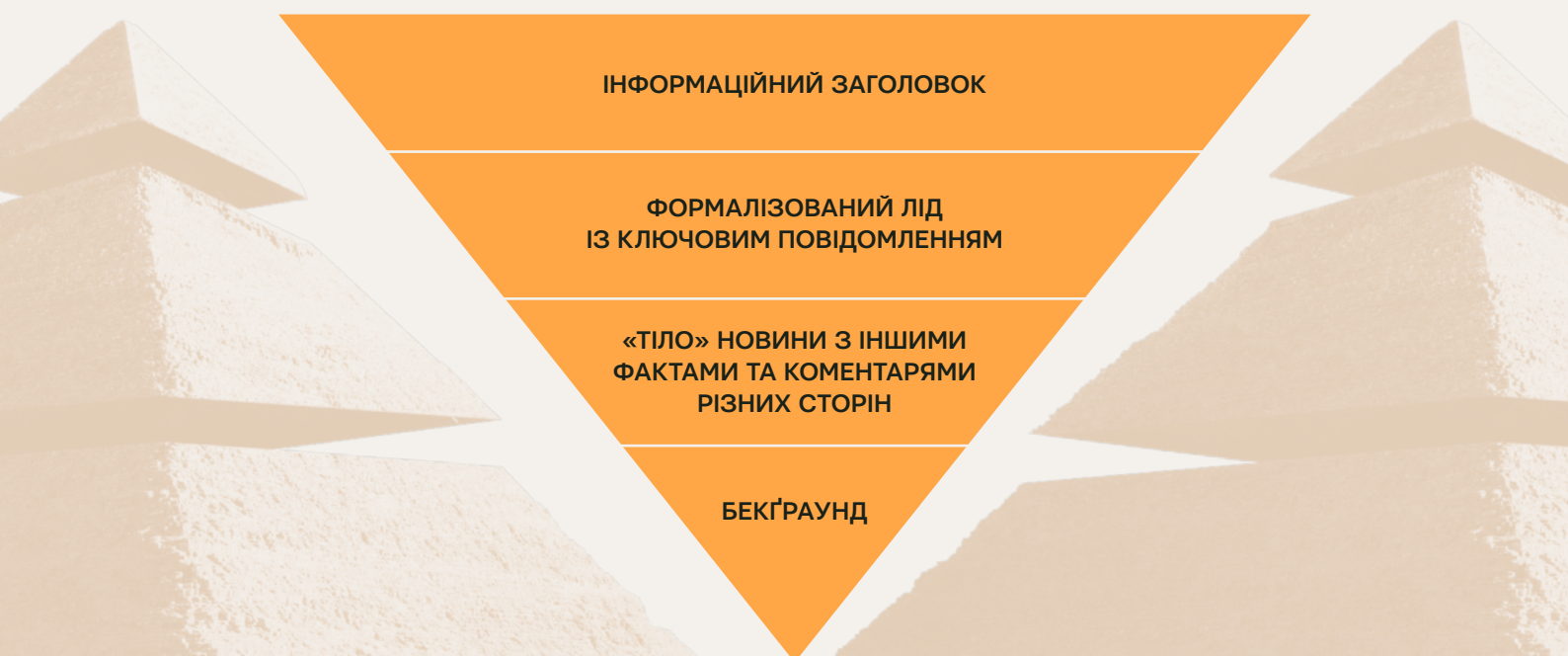
На відміну від інших жанрів новини мають стандартизовану структуру та стриманий стиль викладу інформації (без оцінної чи емоційно-забарвленої лексики).

Будь-яка новина має бути написана з дотриманням правила 5W+H, тобто відповідати на запитання:



Адже її головна мета — розповісти аудиторії, що сталося.

Також структуру новини визначає правило перевернутої піраміди: найважливіше — на початку, а потім — нанизуються деталі, плюс обов'язковий бекґраунд. Отже, структура новини виглядатиме так:



Правило перевернутої піраміди невдовзі буде два століття, але воно й досі є базовим і продовжує працювати. Крім того, причиною його появи став розвиток нових технологій — на той час, у середині XIX століття, це було винайдення телеграфу, який спричинив революцію в передаванні інформації, в разі прискоривши її (як сьогодні інтернет). Але телеграф був дорогим задоволенням, тому редакціям доводилось економити на передаванні контенту, тобто надсилати лише ключові повідомлення з фактами³.

Саме за таким принципом почали працювати новинні агентства, які створювалися у середині XIX століття, наприклад, такі як Associated Press. І саме новинні агенції запровадили підхід максимальної нейтральності та об'єктивності у представленні фактів. Цей підхід діє до сьогодні. Тому важливо, щоб будь-яка новина була написана із дотриманням професійних стандартів.

Є шість базових новинних стандартів:

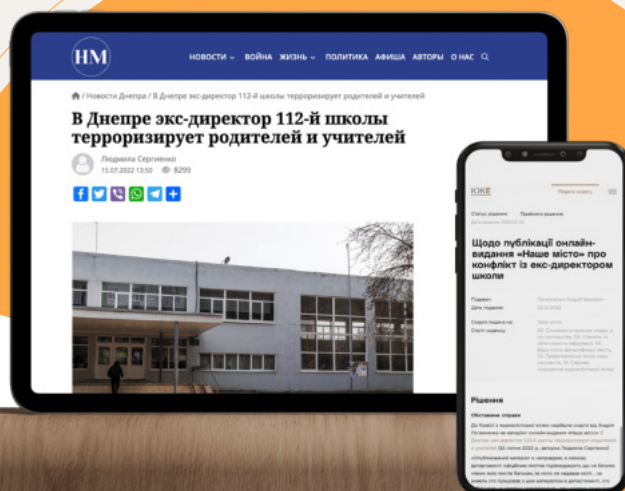
- **Баланс думок:** має бути представлено думки всіх сторін конфлікту чи всіх важливих гравців тієї чи іншої події, а також коментар нейтрального джерела.
- **Оперативність:** інформація подається аудиторії якнайшвидше, зокрема в найближчому випуску теле- чи радіоновин, номері газети / журналу, практично в режимі реального часу в онлайн-медіа.
- **Достовірність:** має бути вказано всі джерела інформації; ці джерела повинні бути перевіреними, надійними та компетентними.
- **Точність:** усі подані факти мають відповідати реальності; усі цитати та коментарі дослівні, не перекручені, розміщені в належному контексті.

3 Birth of the Inverted Pyramid: A Child of Technology, Commerce and History, surl.li/jkriz.

- **Відокремлення фактів від коментарів:** у новинах неприйнятні будь-які оцінки й висновки журналіста (ведучого чи репортера), кожна суб'єктивна думка має бути чітко позначена.
- **Повнота:** наявність ключових даних про подію, тобто новина має відповісти на ключові запитання: що, коли, де, як і чому сталося, хто до цього причетний.

Комісія з журналістської етики отримує чимало скарг на медіа, які якраз стосуються порушень професійних стандартів та етики, зокрема балансу думок, достовірності, відокремлення фактів від коментарів тощо. У своїх рішеннях Комісія не лише аналізує журналістські матеріали на наявність порушення етичного кодексу, але й виписує рекомендації щодо того, як працювати з тими чи іншими складними питаннями, які виникають у роботі журналістів. Тому рекомендуємо періодично переглядати рішення Комісії. Наприклад, КЖЕ розглядала скаргу щодо публікації онлайн-видання «Наше місто» про конфлікт із ексдиректором школи в Дніпрі. У журналістському матеріалі було представлено лише точку зору однієї сторони конфлікту, крім того, журналістка давала оцінки одній зі сторін конфлікту, що є порушенням стандартів та етичного кодексу⁴.

4 Щодо публікації онлайн-видання «Наше місто» про конфлікт із екс-директором школи, surl.li/jkrhk.



Тому у своєму рішенні Комісія рекомендувала:

- 1 в інформаційних жанрах чітко відокремлювати факти від суджень та припущень, уникати заангажованості подання інформації;
- 2 під час висвітлення тем, пов'язаних із конфліктами, дотримуватися балансу в матеріалі й надавати слово для коментаря тим, хто зазнає критики; надавати можливість для відповіді після публікації тим, хто став об'єктом критики;
- 3 підкріплювати перевіреними фактами висновки, які містяться в матеріалі.

Рекомендовані джерела:

- • • Онлайн-курс «Новинна грамотність» | surl.li/bjohn
- • • Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо вживання стилістично забарвленої лексики в журналістських матеріалах про війну | surl.li/jkrie



ІНТЕРВ'Ю

Журналісти-початківці часто помилково вважають, що це найлегший жанр, який не потребує багато зусиль: поговорив з героєм — і все. Але це зовсім не так. Адже для проведення якісного інтерв'ю потрібна ґрунтовна підготовка, знання психології та досвід.

Інтерв'ю — один із найдавніших жанрів, який почали використовувати найперше американські та британські журналісти у середині XIX століття. Той факт, що новий формат з'явився саме в американській пресі, — не випадковість, вважають дослідники. Адже в США того періоду журналістика була більш вільною та емансипованою, на відміну, наприклад, від Німеччини, де посилювалася цензура⁵. Під час розмови журналіст міг запитати у політиків та відомих людей про те, що залишалося прихованим від суспільства, розпитати про їхні погляди та наміри. Жанр інтерв'ю швидко набув популярності й досі лишається улюбленим жанром аудиторії.

В історію журналістики уже увійшли серія інтерв'ю «Письменники за роботою» журналу The Paris Review з відомими письменниками, такими як Хемінгуей, Борхес, Фолкнер та багатьма іншими; а також інтерв'ю зі знаменитостями, які проводив і продовжує проводити журнал Interview, співзасновником якого був Енді Воргол.



5 Халер М. Інтерв'ю: Навчальний посібник. — К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. — С. 29.

Безперечно, інтерв'ю для різних типів медіа (друкованих чи онлайн, радіо чи телебачення) мають свою специфіку. Але ми зосередимось на базових правилах та підходах.

Робота над інтерв'ю – це кілька етапів:

- 1 підготування;**
- 2 проведення інтерв'ю;**
- 3 підготування до оприлюднення (написання тексту, монтаж аудіо, відео тощо).**

Підготування до інтерв'ю – не менш важливе, ніж саме інтерв'ю. Журналісту потрібно зібрати інформацію за темою розмови, а також дізнатися про людину, з якою буде розмова. Тут важливою є не лише загальна інформація, але й специфічна, тому що вона корисна для контекстуалізації відповідей. Потрібно вивчити контекст, у якому живе / працює співрозмовник. Не менш важливе й розуміння характеру та психології героя інтерв'ю, адже це полегшить розмову зі складними особистостями.

Мета інтерв'ю визначає напрям і характер розмови. Журналіст повинен чітко визначити для себе, навіщо він бере конкретне інтерв'ю – щоб отримати коментар чи дані щодо резонансних подій, щоб одержати інформацію про людину (для портретного інтерв'ю), щоб розвинути дискусію на якусь важливу для суспільства тему. Від мети залежить тип інтерв'ю – інтерв'ю-опитування, діалог, полеміка.

Надзвичайно важливо в процесі розмови **правильно формулювати запитання**, бо від цього залежатиме, чи отримаєте ви конкретну відповідь і достатньо потрібної інформації.

Шведський журналіст Ерік Фіхтеліус у своїй книзі «Десять заповідей журналістики» дає низку порад щодо того, які запитання краще не ставити:

- > запитання, які допускають однозначну відповідь («так» — «ні»);
- > стверджувальні речення замість запитання;
- > два запитання в одному;
- > перевантажені запитання;
- > запитання, які наштовхують на відповідь;
- > коментарі та власні оцінки в запитанні;
- > домисли в запитанні;
- > ярлики в запитанні;
- > перебільшення в запитанні;
- > надто складні для розуміння запитання.

Інтерв'ю відбулося, якщо ви отримали всі відповіді на свої запитання і ви цим задоволені. Бо на практиці не все буває ідеально. У цьому стислому огляді ми не маємо можливості детально розібрати вдалі та невдалі кейси. Але хотіли б ще звернути увагу на деяку проблематику, пов'язану з війною.

В умовах війни варто пам'ятати базові правила проведення інтерв'ю з людьми, які пережили травму. Чого не можна робити під час інтерв'ю з такими людьми:

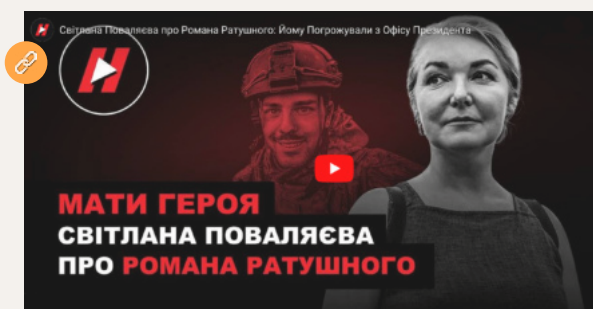
- ✗ називати їх «жертвами»;
- ✗ узагальнювати, що всі, хто був в зоні бойових дій чи в окупації, є травмованими;
- ✗ виражати жаль у будь-який спосіб (жестами, мімікою, словами); співчувати можна, жаліти — ні;
- ✗ тиснути на людину та маніпулювати її почуттями;

- ✗ випитувати шокуючі подробиці (наприклад, про катування тощо);
- ✗ інтерпретувати емоції чи почуття замість самої людини;
- ✗ навмисно драматизувати розповідь;
- ✗ відповідати агресією на агресію.

Варто пам'ятати, що всі люди унікальні й мають власний особливий досвід переживання тих чи інших подій. Тому психологічне підготування до роботи з конфліктно-чутливими групами буде перевагою будь-якого журналіста. Але якщо ви не готові спілкуватися із людьми, які пережили шок та отримали травму, а також не готові самі почути про цей досвід, тоді краще не беріть такі інтерв'ю.

ОДНА З ГОЛОВНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ – СПОСТЕРІГАЙТЕ, ЯК ПРАЦЮЮТЬ ВАШІ КОЛЕГИ З ВЕЛИКИМ ДОСВІДОМ, АНАЛІЗУЙТЕ ЇХНІ МАТЕРІАЛИ, ВЧІТЬСЯ НА ЇХНІХ ПОМИЛКАХ.

Приклади вдалих інтерв'ю:



«Рома не хотів би, щоб ми плакали. Він хотів би, щоб ми перемогли». Письменниця Світлана Поваляєва – про свого сина Романа Ратушного»

Автори: Дмитро Лиховій та Леся Шовкун.

2023 року визнано найкращим інтерв'ю у відповідній номінації конкурсу «Честь професії».



«Володимир Вакуленко: вбивство і спадок письменника – інтерв'ю з колишньою дружиною»

Авторка: Ганна Силаєва, «Суспільне.Харків».

2023 року визнано найкращим інтерв'ю у номінації «Найкраще інтерв'ю у локальному медіа» конкурсу «Честь професії».

Рекомендовані джерела:

- • Халер М. Інтерв'ю: Навчальний посібник. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2008. – 404 с.
- • Найєм М. Двобій за правду. Правила написання інтерв'ю Мустафи Найєма. – К.: Пабулум, 2019. – 176 с.
- • Калныш В. За слова отвечают. – К.: Брайт Стар Паблішинг, 2017. – 240 с.
- • Григоров Н. Жанр, який формує національну еліту: письменники та журналісти про інтерв'ю | surl.li/jkrfo
- • Scanlan Ch. How journalists can become better interviewers | surl.li/jkrfa
- • Martin M. E. The Art of the Interview | surl.li/jkrdy
- • Interviewing Principles | surl.li/jkrce
- • Як зробити інтерв'ю з людьми, які пережили травму | surl.li/jkrbn
- • Заява Комісії журналістської етики щодо оприлюднення Дмитром Гордоном інтерв'ю з Наталією Поклонською та Ігорем Гіркіним | surl.li/jkrar
- • Рекомендації щодо висвітлення тем, пов'язаних з українськими полоненими | surl.li/jkrab
- • Заява КЖЕ щодо інтерв'ю з потерпілою, яка втратила доньку й зазнала тяжких поранень під час ракетного удару по Вінниці 14 липня | surl.li/jkqzm

РЕПОРТАЖ

Репортаж, на моє (Д. Д. — Прим. ред.) переконання, один із найкрасивіших, але й найскладніших жанрів журналістики. Адже він потребує від автора особливої чутливості та зануреності в події й явища тут і зараз, а також високої професійності у роботі зі словом. Майстерно виписаний чи знятий репортаж не лише дає аудиторії інформацію про події чи героїв подій, але й приносить певну естетичну насолоду від того, як ця інформація подана, образно кажучи, в яку обгортку запакована.

Репортаж — один із найстаріших жанрів. Польський репортер Ришард Капусцінський називає першим репортером світу Геродота, який писав короткі оповіді «Logoі» про країни, які відвідував. Безперечно, за історію розвитку цей жанр зазнавав істотних трансформацій. Але базове правило залишалося незмінним — журналіст, який пише репортаж, має бути на місці подій особисто й особисто спілкуватися з усіма героями. Він не може написати репортаж, отримуючи інформацію через другі чи треті руки.

Репортаж — це не хронологічний переказ подій чи буквальный опис у стилі «натюрморт», і не особистий щоденник журналіста. Сучасний репортаж

“«спирається на журналістське прагнення подолати соціальні дистанції та інституційні бар'єри, щоб зазирнути за фасади. Він збирає повідомлення очевидців, подає власні спостереження й переживання і знайомить читача з їхнім змістом...»⁶.

Хороший репортаж — це не лише опис події, але й пояснення її причин, зв'язків з іншими подіями, відсилання до історичного контексту.

6 Халер М. Репортаж: Навчальний посібник. — К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. — С. 121.



«Більше за революцію мене цікавить те, що відбувалося перед революцією; більше за фронт — те, що діється за фронтом; більше за війну — те, що відбуватиметься після війни»,

– писав Ришард Капусцінський у своїй книзі «Автопортрет репортера».

Збір інформації для репортажу відбувається не лише на місці події, він триває як до події, так і після неї. Журналіст повинен бути уважним до подробиць, фіксувати рухи, шуми, запахи, відчуття, емоції; записувати реакцію людей, діалоги; шукати автентичні слова; уникати шаблонів та офіційної пресрелізної інформації.

Можна виділити три важливі навички журналіста-репортера:

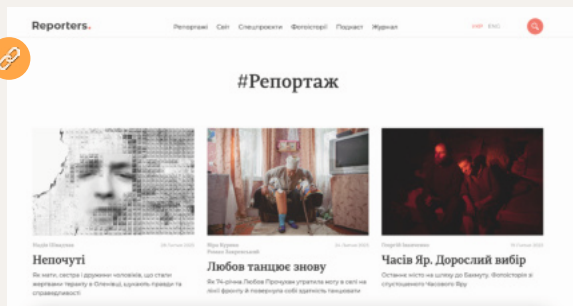
- > чітко фіксувати та викладати факти з усіма деталями;
- > цікаво розповідати історію (за всіма принципами сторітелінгу, із застосуванням драматургічних прийомів);
- > майстерно працювати зі стилем та мовою.

Важливо нагадати, що репортаж не є вигадкою, це не роман чи оповідання. Журналіст не може вигадувати факти та героїв. Вони всі мають бути реальними. Тому до репортажу ми застосовуємо такі самі вимоги щодо достовірності та точності, як і до новини.

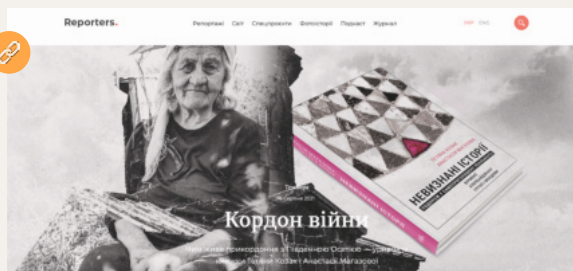
В Україні після 2014 році жанр репортажу, насамперед воєнного, почав стрімко розвиватися. Медіа реагували на потреби часу. Проте воєнний час має свої виклики. Уже було згадано про вміння працювати з конфліктно-чутливими аудиторіями, людьми, які пережили травму. Усі правила щодо цієї теми, які можна застосовувати в роботі з інтерв'ю, актуальні й тут.

Приклади вдалих репортажів:

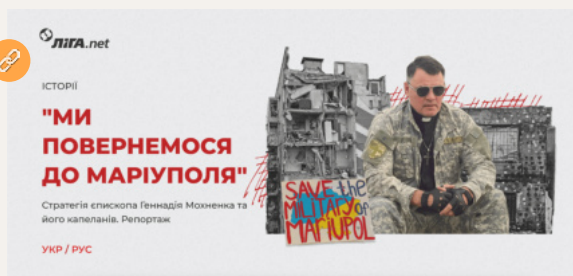
Reporters



Кордон війни. Чим живе прикордоння з Південною Осетією – уривок із книжки Тетяни Козак і Анастасії Магазової



Фіонік Д. «Ми повернемося до Маріуполя». Стратегія єпископа Геннадія Мохненка та його капеланів.



2023 року було визнано найкращим репортажем у відповідній номінації конкурсу «Честь професії».



Кузубов Д. Сльози, молитви та черешня, яку нікому їсти. Як живуть під обстрілами в Циркунах на Харківщині.

Переможець спецпризу «Найкращий репортаж в локальному медіа» у конкурсі «Честь професії» – 2023.

Рекомендовані джерела:

- Халер М. Репортаж: Навчальний посібник. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 348 с.
- Капусцінський Р. Автопортрет репортера. – К.: Темпора, 2011. – 134 с.
- Репортаж – розповідь про те, що відбулося насправді | surl.li/jkqwm
- Матусова Ю. Жіночі та чоловічі репортажі з лінії фронту: чи є відмінності? | surl.li/jkqwd
- Волощук В. Олег Криштопа: «Стереотипи не треба ні руйнувати, ні підтверджувати» | surl.li/jkqvm
- Мусафірова О. Мистецтво репортажу: Як зробити аудиторію свідками реальних подій? | surl.li/jkquv
- Рекомендації КЖЕ щодо висвітлення загибелі людей під час війни | surl.li/jkqui



СТАТТЯ / АНАЛІТИЧНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ МАТЕРІАЛ

Жанр статті або аналітичного журналістського телевізійного сюжету вимагає від журналістів багато кропіткої роботи і зусиль у зборі та перевірці інформації, а потім в її структуруванні та аналізі.

Можна виокремити два типи статей: редакційну та аналітичну. Редакційні статті (editorials) до цього часу популярні в західних газетах та журналах. Вони зазвичай виражають позицію редактора чи іншої особи (відповідальної за газету) щодо теми, яка становить особливий суспільний інтерес в цей момент⁷. Редакційні статті The New York Times або The Guardian передбачають політичний аналіз поточних актуальних подій. Ці редакції мають архів таких публікацій на своїх сайтах.

Редакційні статті були популярними в радянській пресі – їх тоді називали «передовицями». Проте в часи незалежності в Україні цей жанр не набув особливої популярності, можливо, тому, що наша журналістика більш персоналізована. Ви радше знайдете колонку головного редактора, ніж редакційну статтю.

Які ж особливості аналітичної статті? Темою аналітичної статті завжди є не новина, а проблема. Аналітична стаття чи аналітичний телевізійний матеріал можуть вирішувати такі завдання:

- роз'яснення суті різних важливих подій, соціальних явищ, феноменів; демонстрація тенденцій їх розвитку;
- оцінка значущості / важливості;
- аналіз та поширення досвіду рішень соціальних чи політичних проблем;
- критика неефективних чи хибних шляхів розвитку, хибних установок чи орієнтирів.

⁷ Cambridge Dictionary, surl.li/jkqts.

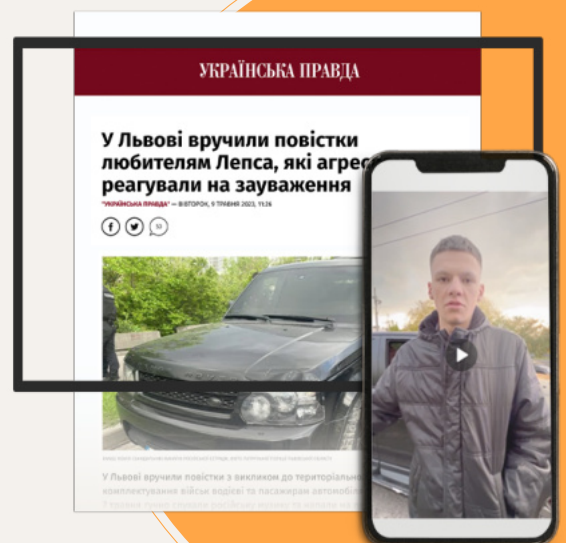
Будь-який аналітичний матеріал – це:

- > ретельний аналіз фактів та їх оцінка;
- > аргументовані докази та обґрунтування;
- > глибоко розроблена тема;
- > трішки теорії;
- > рішення поставленого завдання чи проблеми.

Головне в роботі над статтею – це робота з джерелами, зокрема їх пошук та перевірка. Завжди краще зібрати більше, ніж можна використати, інформації. До 95% інформації перебувають у відкритих джерелах, завдання журналіста – знайти необхідне і проаналізувати його. Якщо публікація містить аналіз функціонування суспільних інститутів, тут важливо особисто вивчити всі офіційні документи. Також потрібно пам'ятати: не все, що написано в документах, може бути правдою.

Часто журналісти ігнорують перевірку офіційних джерел інформації або некритично ставляться до її оприлюднення, посиляючись на те, що саме ці джерела несуть відповідальність за інформацію, яку оприлюднюють.

Зокрема, Комісія з журналістської етики розглядала скаргу на матеріал онлайн-медіа «Українська правда» **«У Львові вручили повістки любителям Лепса, які агресивно реагували на зауваження»** від 9 травня 2023 року⁸. У тексті міститься інформація про персональні дані двох учасників інциденту. Ці дані оприлюднив представник патрульної поліції Львова, зробивши помилку. Проте медіа републікувало їх, не підійшовши критично до цієї ситуації.



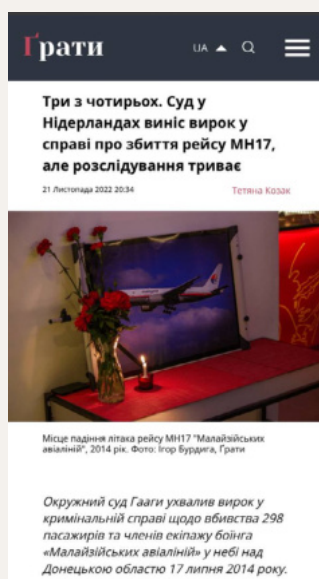
⁸ Щодо новини УП про львівський інцидент з російською музикою, surl.li/jkrirr.

Під час роботи з джерелами журналіст має завжди аналізувати, хто і навіщо йому передає конкретну інформацію. Адже джерела бувають ненадійними й можуть надавати інформацію, відстоюючи власні інтереси. Тому критичний підхід до своїх джерел убезпечить журналіста від маніпуляцій.

Перед тим, як почати писати статтю, потрібно завершити збір та пошук інформації. Робота з пошуку триває доти, доки автор не може точно розповісти та пояснити подію / явище, відповісти на всі запитання, з цим пов'язані. Виклад матеріалу має бути простим та доступним для розуміння аудиторії, тому не варто хизуватися знанням якоїсь термінології чи розкидатися вражаючими, але не дуже зрозумілими, цифрами. Усе потрібно роз'яснювати.

Також в усіх аналітичних матеріалах журналіст повинен дотримуватись базових стандартів, про які йшлося, коли аналізувалися новини. Можливо, тут можна зробити виняток для оперативності, її краще замінити на актуальність. Бо аналітичні матеріали нерідко довготривалі в часі.

Вдалі аналітичні статті:

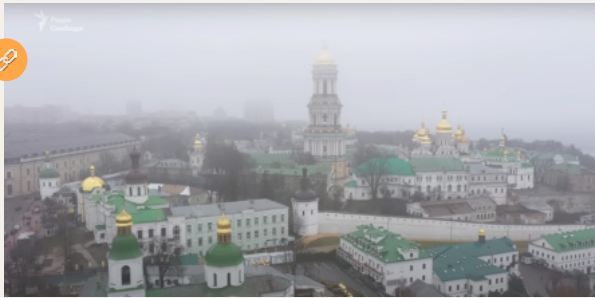


Козак Т. Три з чотирьох.
Суд у Нідерландах виніс вирок у справі про збиття рейсу МН17, але розслідування триває



Ерман Г. Зерно, зброя та цінності.
Чи може Африка стати союзником України у боротьбі з Росією

Вдалі аналітичні телевізійні матеріали:



УПЦ (Не) Московського патріархату:
чи може держава заборонити церкву?



Зібрано базу стратегічних військових
об'єктів у Криму. Крим. Реалії

Рекомендовані джерела:

- • Халер М. Пошук і збір інформації: Навчальний посібник. – К.: Академія Української Преси. – К., 2006. – 308 с.
- • Editorials. The New York Times | surl.li/jkrvn
- • Editorials. The Guardian | surl.li/jkrvx
- • Заява КЖЕ щодо меж оприлюднення приватних даних осіб, які постраждали від війни | surl.li/jkrwo



У підсумку

Це зовсім не повний перелік жанрів, у яких працюють українські журналісти. У цьому розділі було зосереджено увагу на основних з них. Крім того, важливу роль відіграють сьогодні журналістські розслідування. Проте про цей жанр можна написати цілу книгу. Короткий, але інформативний онлайн-курс було розроблено ГО «Детектор медіа» **«Журналістські розслідування: основи»**. Він дає базове розуміння про роботу в цьому жанрі.

Також ще один важливий жанр в контексті розвитку культури — це жанр рецензії. Розвиток цього жанру тісно прив'язаний до розвитку українського кіно, літератури, мистецтва, культури загалом. Можна спрогнозувати, що в найближчі роки він розвиватиметься, оскільки культура відіграватиме значну роль у повоєнному відновленні України.

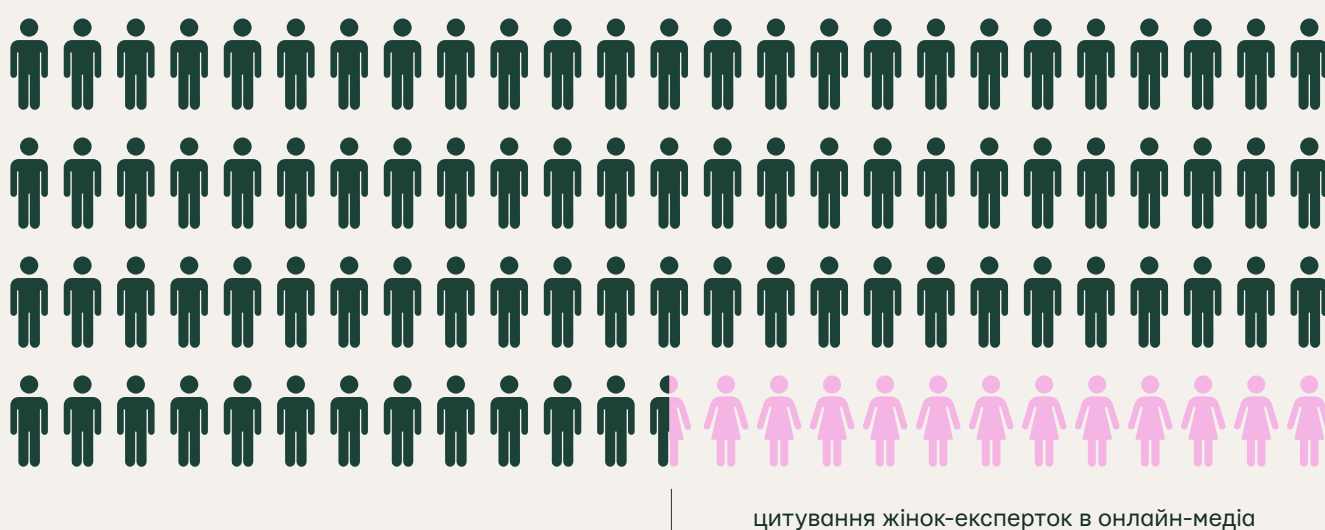
Але про який би жанр не йшлося, базові професійні вимоги залишаються у всіх випадках: ретельний збір фактів, їх перевірка, неупереджений аналіз і доступне представлення суспільству.

IV. Гендерна рівність у медіа: виклики на тлі повномасштабної війни в Україні. Як коректно висвітлювати проблему сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом

Авторка: Ліза Кузьменко, голова ГО «Жінки в медіа»,
членкиня Комісії з журналістської етики



Через повномасштабне російське вторгнення в Україну в українських медіа істотно зменшився показник присутності жінок. **Дослідження, проведене Інститутом масової інформації в IV кварталі 2022 року⁹, показало, що в середньому онлайн-медіа цитують експерток лише у 12,5% матеріалів.** Таких низьких показників Інститут масової інформації не фіксував із 2014 року. Жінки як героїні зараз згадуються в 33% матеріалів, тоді як чоловіки – в 67% матеріалів онлайн-медіа. Це може бути пов'язано з тим, що у цей час найбільш затребуваною була тема оборони та військова тематика, в яких практично не залучають саме жінок-експерток.



12,5 %

Крім того, в українських медіа негативних публікацій щодо ґендерної рівності у 2,5 раза більше, ніж позитивних. Про це свідчить дослідження **«ґендерна рівність в українських ЗМІ»**, проведене проектом «Повага – кампанія проти сексизму в українських ЗМІ та політиці»¹⁰. Зокрема, серед усього масиву публікацій основні прояви негативу стосувалися теми «ґендерна рівність» та мали ознаки сексуалізації й об'єктивації жінок, а також негативу в темі «жіноче лідерство» зі стереотипами щодо ґендерних ролей і репрезентації жінок.

⁹ Війна та гендерний баланс. Моніторингове дослідження за четвертий квартал 2022 року, surl.li/jlero.

¹⁰ Українські ЗМІ опублікували у 2,5 рази більше негативних матеріалів про гендерну рівність, ніж позитивних – дослідження, surl.li/ekqrt.

Примітно, що Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»¹¹ ще 2005 року в статті 21-1 зазначав, що ЗМІ відповідно до законодавства повинні сприяти недопущенню:

- **дискримінації за ознакою статі та насильства за ознакою статі;**
- **поширення матеріалів, що відтворюють чи зміцнюють дискримінаційні уявлення про соціальні ролі та обов'язки жінок і чоловіків, схвалюють або провокують дискримінацію за ознакою статі чи насильство за ознакою статі, зокрема й сексуальне насильство.**

Фактично 18 років, до набрання чинності закону про медіа 2023 року, ця норма була декларативною, тобто не передбачала наслідків для українських медіа на практиці.

Однак новий Закон України «Про медіа»¹² встановив, що поширення в медіа висловлювань, які підбурюють до дискримінації чи утисків щодо окремих осіб та їх груп, зокрема й за ознакою статі, є «**значним порушенням**». За такі порушення Національна рада з питань телебачення і радіомовлення має право застосовувати заходи реагування.

Зокрема, лінійні аудіовізуальні медіа, тобто телебачення, у разі порушення мають сплатити штраф у розмірі 10% ліцензійного збору, або від 5 до 40 мінімальних заробітних плат на день вчинення порушення. Якщо врахувати, що з 1 січня 2023 року мінімальну заробітну плату було встановлено на рівні 6 700 грн на місяць, то за поширення дискримінації телебачення може заплатити штраф від 43 500 гривень до 348 000 гривень. За значні порушення в онлайн-медіа застосовується штраф від 5 до 10 розмірів мінімальних заробітних плат на день вчинення порушення. Тобто від 43 500 до 67 000 гривень¹³.

11 Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» №2866-IV від 8.09.2005 р., zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text.

12 Закон України «Про медіа» №2849-IX від 13.12.2022 р., zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text.

13 Заборона гомофобії та сексизму в контенті: що змінює новий Закон про медіа?, surl.li/jlgcg.



Із прийняттям нового законодавства українським медіа, що поширюють дискримінаційний контент, доведеться змінюватися або платити гроші. Це означає, що важливим залишається просвіта й додаткове навчання. Для великих загальнонаціональних медіа розв'язанням проблеми може стати запровадження посад радників із питань недискримінації, а також омбудсманів редакцій (уповноважені з дотримання стандартів у медіа). Подібні посади існують в Швеції, Данії, Нідерландах та інших європейських країнах.

ГЕНДЕРНО ЧУТЛИВІ ІНДИКАТОРИ ДЛЯ МЕДІА ВІД ЮНЕСКО

Для досягнення ґендерної рівності в медійному контенті доцільним є використання ґендерно чутливих індикаторів (GSIM), що розроблені під егідою ЮНЕСКО¹⁴. Зокрема, міжнародна організація звертає увагу на важливість працювати у двох напрямках:

- дії щодо сприяння ґендерній рівності в медіаорганізаціях;
- ґендерна рівність у медійному контенті.

До ґендерної рівності всередині редакцій і медіа можна віднести такі показники:

1

Рівне ставлення та визнання здібностей жінок і чоловіків на робочому місці.

2

Безпечне робоче середовище для жінок і чоловіків.

3

Рівна оплата праці, що передбачає порівняння заробітної плати жінок і чоловіків в медіа за роботу рівної цінності.

4

Баланс між роботою та особистим життям, наприклад, спеціальні політики щодо відпусток у зв'язку з вагітністю та пологами / батьківства та батьківської відпустки, а також підтримки дітей.

14 Gender-sensitive indicators for media: framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content, surl.li/jlgbo.

5

Ґендерна рівність у спілках, асоціаціях, клубах та організаціях журналістів, інших медіапрофесіоналів та органах саморегулювання ЗМІ.

6

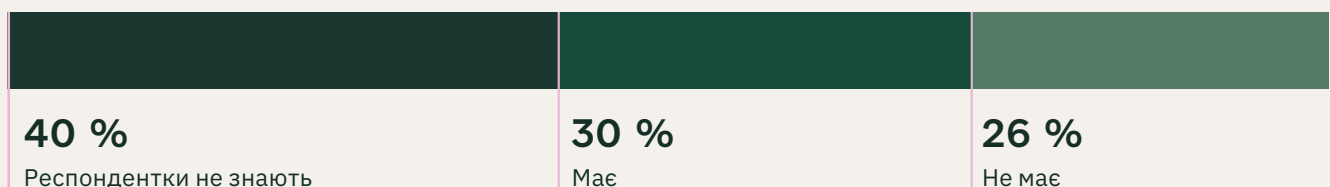
Медіаорганізації просувають етичні кодекси / редакційну політику на користь ґендерної рівності в контенті.

7

Ґендерний баланс в освіті та навчанні. Наприклад, відсоток жінок і чоловіків, які викладають журналістику та інші курси, пов'язані з медіа / комунікаціями.

Якщо говорити про роботу редакцій, то згідно з дослідженням «Становище журналісток та інших працівниць медіа в Україні. З урахуванням досвіду після 24 лютого 2022 року»¹⁵, що було проведене ГО «Жінки в медіа» за підтримки Українського жіночого фонду, найбільший відсоток респонденток не знають, чи їхнє медіа має прописані політики рівності та недискримінації (40%). Мають відповідні політики більше редакцій (30%), ніж не мають (26%). Участь в онлайн-опитуванні взяли 169 працівниць медіагалузі.

НАЯВНІСТЬ ПРОПИСАНИХ ПОЛІТИК РІВНОСТІ У РЕДАКЦІЯХ



15 Становище журналісток та інших працівниць медіа в Україні. З урахуванням досвіду після 24 лютого 2022 року, surl.li/jlglx.

До ґендерної рівності в медіаконтенті належать такі індикатори:

1

Рівноцінна присутність жінок та чоловіків у висвітленні новин та актуальних подій у медіа, яка відображала б склад суспільства та досвід людей, їхні різноманітні погляди та проблеми.

2

Справедливе зображення жінок та чоловіків шляхом усунення ґендерних стереотипів, стереотипного сприйняття ролей жінок і чоловіків та сприяння різнобічному їх представленню.

3

Висвітлення питань ґендерної рівності та соціальної справедливості як важливої та невіддільної частини ролі медіа у суспільстві.

4

Ґендерна обізнаність у різних типах редакційного контенту (наприклад, репортажі, колонки, коментарі, сюжети, документальні фільми, інтерв'ю, токшоу тощо) та в усьому спектрі предметних сфер (політика та управління, економіка та бізнес, наука та технології тощо), а також категорій / розділів контенту (наприклад, сторінки новин, блоги, бізнес-частина, спортивний розділ тощо).

5

Точне та цілісне розуміння ґендерно зумовленого насильства у всіх його формах як міжнародно визнаного порушення прав людини (у розумінні Декларації ООН про усунення насильства щодо жінок (1993), Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція, 2011), інших нормативно-правових документів).

Важливо систематично здійснювати на базі прийнятних індикаторів моніторингу та оцінювання стану ґендерної рівності в медіа на національному та регіональних рівнях, зокрема й із залученням неурядових громадських організацій. Регулярне оновлення індикаторів ґендерної рівності на вимогу нових викликів.

ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМИ СЕКСУАЛЬНОГО НАСИЛЬСТВА ПІД ЧАС КОНФЛІКТУ

Відповідальна журналістика допоможе висвітленню проблеми чи явища, натомість недбале ставлення до висвітлення чутливих тем може погіршити становище та наразити потерпілих на додатковий ризик.

Повномасштабна війна Росії проти України виявила труднощі в етичному висвітленні в медіа випадків сексуального насильства під час війни. Існує спеціальний міжнародний термін:

- **Сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом (СНПК)**¹⁶
- – це зґвалтування, сексуальне рабство, примус до проституції, примусова вагітність, примусовий аборт, примусова стерилізація, примусовий шлюб та інші форми сексуального насильства порівняної тяжкості, що прямо або опосередковано пов'язані зі збройним конфліктом і скоєні проти жінок, чоловіків, дівчат та / або хлопчиків.

Медіа, замість того щоб говорити про проблему, радше фокусуються у своїх матеріалах на історіях потерпілих та тих стражданнях, які вони пережили. Такий підхід до підготовки медійних матеріалів шкідливий для постраждалих від СНПК та інших випадків сексуального насильства, він призводить до повторної травматизації потерпілих, а також до замовчування проблеми.

16 Визначення СНПК взято зі звіту Генерального секретаря ООН (березень 2022), п. 4 розділу 1: див. Conflict-related sexual violence: report of the Secretary-General, [surl.li/jlgox](https://www.un.org/en/secretary-general/2022-03-23-report).

Висвітлення сексуального насильства — одне з найскладніших завдань у журналістиці, воно потребує серйозної підготовки. Сексуальне насильство є формою насильства та спричиняє важкі фізичні, психологічні, соціальні, економічні наслідки для постраждалих, свідків, а також справляє глибокий дестабілізаційний вплив на громади. Сексуальне насильство під час війни, скоєне щодо цивільних осіб, є воєнним злочином з метою досягнення військових цілей. Його використовують для залякування, контролю та деморалізації місцевого населення.

Журналістам та іншим суб'єктам у сфері медіа варто керуватися Глобальним кодексом поведінки щодо збору та використання інформації про систематичне сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом (Кодексом Мурад).

У кодексі наведено стандарти безпечного, ефективного й етичного збирання та використання інформації про постраждалих від сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом.



Зокрема, серед загальних принципів виділяють такі:

Убачати в особах, які пережили сексуальне насильство, особистості.

Це означає, що безпека, здоров'я й гідність осіб, які пережили сексуальне насильство, повинні мати найвищу пріоритетність для журналістів порівняно з іншими цілями. Варто докладати зусиль, щоб зрозуміти ризики та наслідки для осіб, які пережили сексуальне насильство, та їхнього оточення, які можуть виникнути в результаті контакту з медіа. Це можуть бути ризики повторної віктимізації, репресій, стигматизації, фізичні, онлайнові, інформаційні ризики, ризики для безпеки комунікацій та правові ризики.

Поважати право осіб, які пережили сексуальне насильство, на контроль і автономність.

Це означає не звертатися без завчасного попередження до осіб, які пережили сексуальне насильство. Неприпустимим є поширення інформації про свідчення потерпілих або свідків таких злочинів із зазначенням імен, місця та інших деталей. Варто відмовитися від безпосереднього інтерв'ю із постраждалою особою, якщо є побоювання вважати, що це сприятиме повторній травматизації. Натомість можна записати інтерв'ю із надавачами послуг потерпілим: психологами, юристами, соціальними працівниками. Проводити інтерв'ю можна тільки у випадку прямої згоди такої особи та роз'яснення усіх потенційних ризиків і наслідків. Особам, які пережили сексуальне насильство, потрібно дати чітко зрозуміти, що вони можуть у будь-який момент припинити взаємодію з журналістами та не відповідати на будь-які окремі запитання. Медіа повинні поважати рішення осіб, які пережили сексуальне насильство, не брати або припинити участь у взаємодії.

• **Бути відповідальними та зберігати доброчесність.**

• Це означає не експлуатувати осіб, які пережили сексуальне насильство, з метою сенсацій. Неприпустимо вдаватися до витягування інформації, маніпулювання, експлуатації, знуцання або домагання щодо осіб, які пережили сексуальне насильство.

• **Створювати користь, або не робити взагалі.**

• Це означає: зважати на те, що підготовка до висвітлення такої інформації має фундаментальне значення, знати та розуміти контексти; збирати інформацію з інших джерел, а не тільки від потерпілих, щоб уникнути повторної травматизації та ризиків для їхньої безпеки; забезпечувати ввічливу взаємодію, приділяти час і створювати комфортний простір.

• **Висвітлюючи складні та чутливі теми, медіа варто забезпечити баланс між своїм правом на публікацію суспільно важливої інформації, відповідальністю за захист постраждалих та впливом такої інформації на аудиторію.**

Варто також звернути увагу на **протокол взаємодії з медіа, створений ГО «Сема-Україна»** – організацією, що об'єднує жінок в Україні, які пережили СНПК. Цей протокол базується на порадах Media Engagement Protocol / Dr. Denis Mukwege Foundation, українському досвіді в цілому та, зокрема, на досвіді постраждалих від СНПК в Україні.

Серед іншого у протоколі йдеться про таке:

- Медіа мають усвідомлювати, що постраждалі можуть зіткнутися з ризиком для себе, сім'ї, родичів або знайомих у результаті виступів у медіа. Тому **журналісти чи журналістки повинні завжди повідомляти, як фотографії, аудіо та / або відео будуть поширені та з якою метою.**
- Журналісти та журналістки повинні переконатися, що постраждалі були поінформовані про те, що фотографії та імена можуть бути оприлюднені і видимі у всьому світі протягом необмеженого часу. Тому **завжди має бути інформована згода постраждалих на розкриття інформації, яка їх ідентифікує.**
- Журналісти і журналістки мають переконатися, що **постраждалі повністю розуміють результат оприлюднення.** Постраждалих ніколи не можна вводити в оману, запевняючи, що поява в ЗМІ гарантує значний глобальний відгук.
- **Фотографування/зйомка осіб віком до 18 років, які пережили СНПК, обмежена за рідкісним винятком і можлива лише за згодою батьків або осіб, які їх замінюють, як і опитування неповнолітніх дітей.** При публікації будь-яких матеріалів із зображенням дітей, їхні обличчя та / або особисті дані, які можуть їх ідентифікувати, мають бути приховані.
- Особам, які пережили СНПК, **завжди дозволено мати з собою «третю сторону»**, наприклад, співробітника, знайому особу, когось із рідних або іншу особу, якій вони можуть довіряти під час співбесіди.

- ➔ **Журналісти і журналістки завжди повинні уникати осудливої мови.** Наприклад, «секс» не можна використовувати при описі зґвалтування, нападу або іншої форми сексуального насильства. Слово «жертва» не вживається, бо воно має негативний вплив і характер своєрідного «вироку» людині. Можна говорити про постраждалих, тих, хто вижили, тих, хто перенесли травмувальні події, пережили СНПК. Важливо уникати прямих чи непрямих звинувачень тих, хто пережили ці травмувальні події.
- ➔ **Журналісти і журналістки не мають права чинити тиск на постраждалих, змусивши їх розкрити інформацію про їхній досвід насильства.**
- ➔ **Журналісти і журналістки повинні забезпечити комфорт для постраждалих під час інтерв'ю задля уникнення ризику повторної травматизації.** Ознаками повторної травматизації є, наприклад, явні ознаки емоційного стресу, плач, неспокій, відстороненість, пасивність, спалахи гніву. При появі таких ознак необхідно виявити розуміння, запропонувати перерву або припинити співбесіду, якщо необхідно, за згодою постраждалих.
- ➔ **Журналісти і журналістки повинні поважати право постраждалих осіб або їхніх присутніх близьких перервати інтерв'ю.**

Хоча можна відзначити значний прогрес у висвітленні питань ґендерної рівності в медіа з точки зору якості та кількості, зокрема через діяльність громадських та міжнародних організацій із підняття обізнаності серед журналістів, та все ж ця проблематика потребує подальшого системного вирішення.

V. Закон про медіа: які новели підготував законодавець для медіа?

Автор: Максим Дворовий, юрист Лабораторії
цифрової безпеки та Комісії з журналістської етики



Функція медіа під час війни — питання болюче для суспільства і точно не має однозначної відповіді. Частина населення завжди вважатиме, що медіа мають бути рупором контрпропаганди, повинні утримуватися від будь-якої критики навролишньої дійсності та закликатимуть до воєнної цензури. Інші ж, навпаки, стверджуватимуть, що медіа мають бути недоторканими, а їхня свобода слова — необмеженою, як за умов мирного життя.

- **Істина ж, насправді, десь посередині: законодавство може передбачати додаткові обмеження щодо поширення інформації під час воєнного стану та збройної агресії, і вони будуть легітимними з точки зору міжнародних стандартів.**

Однак такі обмеження не мають непропорційно впливати на діяльність медіа як вогнодогів — чи то пак сторожових псів — демократії. Якість контенту не може відходити на задній план, адже значна частина аудиторії потребує смислів, аргументів, достовірної та збалансованої інформації. Етика та професійні стандарти також мають залишатися дороговказом для журналістів: частина з них може відійти на другий план (як-от надання слова «іншій стороні», що вчиняє міжнародні злочини), але абсолютне нехтування стандартами — неприпустиме. Для того аби краще розуміти вимоги до висвітлення подій під час війни, критичним для медійників є крокувати в ногу з часом та слідкувати за оновленнями законодавства — особливо такими всеосяжними, які сталися в Україні після повномасштабного вторгнення Росії 24 лютого 2022 року.

23 червня 2022 року Україні було надано статус кандидата у члени Європейського Союзу за умови виконання низки умов. Однією з таких умов було **«подолати вплив корисливих інтересів через узгодження медійного законодавства з Директивою ЄС про аудіовізуальні медіапослуги та надання належних повноважень незалежному регулятору»¹⁷**. Внесення цього критерію до «кандидатських» стало каталізатором реформи, що визрівала протягом останньої декади років та мала істотно оновити правила гри для медіа в українському правовому полі.

Як наслідок, 13 грудня 2022 року Верховна Рада ухвалила **Закон України «Про медіа»¹⁸**, метою якого була кодифікація медійного законодавства, посилення повноважень Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (надалі – Національна рада), а також оновлення та запровадження дієвої системи протидії державі-агресору в інформаційному просторі. Шість законів, що раніше врегульовували діяльність медіа, втратили чинність – і для таких категорій медіа, як друковані та онлайн, а також для VOD-сервісів було запроваджено новий правовий режим. Спробуймо оглянути у цьому розділі посібника, які ж із нових норм є ключовими для журналістів та редакцій.

17 EU Commission's Recommendations for Ukraine's EU candidate status, surl.li/jlpjd.

18 Закон України «Про медіа» №2849-IX від 13.12.2022 р., zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text.

ПИТАННЯ РЕЄСТРАЦІЇ ТА ПЕРЕРЕЄСТРАЦІЇ: КОЛИ, ЯК І ДЛЯ ЧОГО?



Закон істотно оновлює систему реєстрації та ліцензування для медіа. Зокрема, ліцензування стосуватиметься винятково тих суб'єктів, які використовують обмежений радіочастотний ресурс – ефірних телеканалів, що здійснюють цифрове мовлення, та радіоканалів, так званих лінійних медіа. Ліцензії на мовлення видаватимуться на конкурсній основі, як і раніше, і задля їх отримання треба буде сплатити ліцензійний збір, що вираховуватиметься для кожного конкурсу за методикою, затвердженою Національною радою. Для медіа, у яких є дійсні ліцензії на ефірне мовлення, нічого не змінюється: ліцензії продовжують діяти на строк, на який їх видано.

.....

У разі ж наявності мовлення лінійних медіа за допомогою інших технологій – наприклад супутникової чи кабельної – процедура є відмінною. За нормами нового закону, такі види діяльності підлягають обов'язковій реєстрації, а не ліцензуванню. Така реєстрація на відміну від ліцензування за попереднім законодавством є безстроковою за умови дотримання законодавства щодо поширення певних видів забороненого контенту. Для її здійснення відповідне медіа має сплатити реєстраційний збір (на сьогодні – 2 684 гривні), подати заяву за формою, затвердженою Національною радою, та вказані у ній документи у паперовій або електронній формі – до введення в експлуатацію електронного кабінету. Сплачувати збір не потрібно тим медіа, у яких на момент набуття чинності законом була чинна ліцензія на супутникове чи кабельне мовлення: достатньо надсилання

правильно заповненої заяви до Національної ради протягом року з набуття чинності законом (тобто до 30 березня 2024 року), і таке медіа вважатиметься належно зареєстрованим. У разі неподання такої заяви протягом року ліцензія вважатиметься анульованою, а медіа втратить право на мовлення.



Більш істотними стали зміни для друкованих та онлайн-медіа. Ці обидва типи медіа підлягають реєстрації, причому для обох типів медіа така реєстрація не мала б бути обов'язковою. Втім, законодавець вирішив, що реєстрація для друкованих медіа залишиться обов'язковою до скасування статусу держави-агресора та перехідного періоду після цього.

Що необхідно для такої реєстрації?

Як і лінійним медіа, що є реєстрантами, друкованим медіа необхідно подати заповнену форму, супровідні документи, а також сплатити реєстраційний збір. Ті друковані медіа, які на 31 березня 2023 року діяли на підставі свідоцтва про реєстрацію друкованого засобу масової інформації, що його раніше видавало Міністерство юстиції України, мають перереєструватися протягом року (ця процедура – безплатна). Після спливу цього строку – тобто 31 березня 2024 року – свідоцтва, видані Мін'юстом, утратять чинність. Щонайменше частково таке ставлення до друкованих медіа викликане потребою очистити реєстри від газет та журналів, які не функціонують – були зареєстровані в різний час, але на тепер не виходять друком. До того ж є непоодинокі випадки, коли недобросовісні власники таких «сплячих» медіа зловживають видаванням прескарт особам, які ніколи не працювали як журналісти.

.....

Для онлайн-медіа, які є новою категорією медіа і діяльність яких врегульовувалася раніше фактично дуже побіжно, реєстрація залишатиметься добровільною, незалежно від воєнної ситуації в Україні.

Як і іншим медіа, згаданим вище онлайн-медіа для реєстрації необхідно заповнити форму, додати документи у разі потреби та сплатити реєстраційний збір у розмірі 2 684 гривні.

.....

Тим медіа, які раніше діяли як інформаційні агентства, доведеться зробити вибір і перереєструватися як якийсь інший тип медіа, залежно від типу їхньої провідної діяльності — адже така форма існування, як інформаційне агентство, перестає існувати, а відповідний закон утратив чинність.

Перереєстрація такого медіа теж безплатна, водночас вона потребує надсилання заяви до Національної ради та має бути проведена тими медіа, що діють на підставі свідоцтв Міністерства юстиції України про державну реєстрацію інформаційного агентства як суб'єкта інформаційної діяльності, до 30 березня 2024 року. Як і інші випадки перереєстрації за новим законом, здійснення такої дії — безплатне.

Щодо онлайн-медіа може постати логічне запитання: якщо реєстрація добровільна, то які існують елементи заохочення для їх реєстрації? Закон «Про медіа» надає декілька відповідей:

- ✔ пом'якшений режим відповідальності: зареєстровані онлайн-медіа матимуть у «резерві» можливість здійснити більшу кількість порушень протягом місяця перед застосуванням до них суворіших санкцій; крім того, зареєстровані онлайн-медіа блокуватимуться винятково за рішенням суду (*стаття 112 Закону*);
- ✔ доступ до системи співрегулювання, яка даватиме зареєстрованим медіа можливість брати участь у розробці деталізованих правил-кодексів, у яких визначатиметься зміст контентних обмежень, передбачених законом (*стаття 93 Закону*);
- ✔ можливість видавати власні прескарти, що посвідчуватимуть статус працівників певного медіа як журналістів та надаватимуть таким журналістам як додаткового захисту відповідно до норм Кримінального кодексу, так і низку додаткових прав – зокрема, можливість збирати інформацію у зонах ведення військових дій (див. зміни до Закону України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста»¹⁹);
- ✔ доступ до державної підтримки та державних грантів, що можуть надаватися медіа органами державної влади та місцевого самоврядування відповідно до законодавства (*стаття 63 Закону*).

¹⁹ Закон України «Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста» №540/97-ВР від 23.09.1997 р., surl.li/flzqt.

САМОРЕГУЛЮВАННЯ ТА СПІВРЕГУЛЮВАННЯ: ЯКИМ Є ПРОСТІР ДЛЯ РОЗВИТКУ?

Безумовно, Закон України «Про медіа» як інструмент державного регулювання медійної сфери концентрується на деталізації саме тих заходів, які відбуваються за участі держави. Саморегулювання за своєю ідеологією відділене від держави та не має нею регулюватися. Втім, законодавець закріпив декілька згадок про нього.

По-перше, стаття 92 закону закріпила, що наявність спільного регулювання у сфері медіа не обмежує свободи галузевого та іншого саморегулювання у сфері медіа та журналістики, і таке саморегулювання має діяти на принципах добровільної участі, самоврядності та невтручання держави.

По-друге, цією самою статтею закону постулюється предмет спільного регулювання — закритий перелік сфер, щодо яких медіа будуть уповноважені розробляти правила, яких такі медіа надалі зобов'язуватимуться дотримуватися для мінімізації впливу зі сторони Національної ради на їх щоденну діяльність. Предметом спільного регулювання не є норми журналістської етики. Насамкінець, законодавець згадав Кодекс етики українського журналіста та зобов'язання дотримуватися його як один із обов'язків журналістів; водночас законодавчої санкції за недотримання цих норм не передбачено.



Про що ж свідчать ці норми?

Держава фактично визнає існування системи саморегулювання медіа та закріплює принцип власного невтручання у внутрішню діяльність цієї системи. Держава також залишає для цієї системи нішу, в якій вона може оперувати, і заохочує органи саморегулювання надавати оцінку дотримання стандартів журналістської етики у різноманітних конфліктних ситуаціях. Наскільки ця стратегія спрацює — залежатиме від самих медіа та їх здатності згуртуватися довкола цінностей, закладених у кодексі.

Фокус на співрегулюванні медіа набагато більший, адже ця система розглядається як альтернатива повноважень медійного регулятора щодо притягнення медіа до відповідальності.

Органи співрегулювання будуть окремими для кожної сфери медіа (аудіовізуальні, аудіальні, друковані, онлайн), а їх основною функцією стане **розробка кодексів (правил) створення та поширення інформації у сферах спільного регулювання.**

Кожен орган співрегулювання також матиме право створювати експертні колегії для розробки висновків щодо відповідності інформації, поширеної суб'єктами у сфері медіа, розробленим кодексам.

30 вересня 2023 року — перший день, коли якийсь із суб'єктів у сфері медіа може ініціювати створення органу співрегулювання. Цей процес не буде закритим для когось одного чи групи первинних ініціаторів — після отримання першого звернення Національна рада матиме 10 робочих днів на прийняття рішення про початок прийняття заяв про участь у робочій групі з організації та проведення установчих загальних зборів і затвердження проєкту статуту органу спільного регулювання у відповідній

сфері медіа, і після цього розпочнеться строк у 30 днів, упродовж якого усі охочі зареєстровані медіа, які діють не менше ніж три роки, зможуть подати заявку на участь у робочій групі.

Робоча група складатиметься з 12 членів, що обиратимуться рейтинговим голосуванням серед осіб, висунутих суб'єктами у сфері медіа у своїх галузях, причому для балансу інтересів національних і регіональних аудіовізуальних та аудіальних медіа запроваджуватиметься квотний принцип голосування. Квот у сферах друкованих та онлайн-медіа немає, оскільки ці медіа не поділяються за нормами закону на територіальні категорії. Робоча група зобов'язана затвердити проєкт статуту органу спільного регулювання та провести установчі загальні збори органу спільного регулювання впродовж трьох місяців із дня проведення першого засідання робочої групи.

Тож орієнтовно органи спільного регулювання зможуть запрацювати навесні 2024 року – але дорога до участі в їх заснуванні відкрита для будь-якого зареєстрованого чи ліцензованого медіа.

Навіть якщо ваше медіа не встигне долучитися до цього процесу – вступ до органу співрегулювання відкритий для будь-яких ліцензіатів чи реєстрантів, і долучитися до розробки кодексів створення та поширення інформації також зможе кожен через участь у робочій групі зі створення кодексів та делегування своїх представників у правління органу співрегулювання, що затверджуватиме відповідні документи. Стаття 92 закону визначає 14 сфер, що належать до предмета спільного регулювання і щодо яких можуть створюватися кодекси. Найважливішою сферою, безумовно, є визначення критеріїв віднесення інформації до такої, яку заборонено поширювати на території України відповідно до пунктів 1-4, 6-14 частини першої статті 36, пунктів 1-2 частини першої, частини другої статті 119 Закону України «Про медіа». Про ці контентні обмеження для медіа більш детально йтиметься в третій частині цього розділу.

Стосовно експертних колегій, то вони створюються правлінням органу співрегулювання щодо кожної сфери співрегулювання окремо. Їх склад також номінується правлінням, але затверджується Національною радою, причому правління органу має номінувати вдвічі більше кандидатур, аніж кількість членів відповідної колегії.

На експертизу органу спільного регулювання можуть бути передані питання, що перебувають на розгляді Національної ради, у будь-який момент до ухвалення нею остаточного рішення:

- ➔ за ініціативою суб'єкта у сфері медіа, якщо це питання стосується порушення ним вимог законодавства щодо змісту поширеної ним інформації, та за умови, що він підписав кодекс щодо поширення відповідної інформації;
- ➔ за ініціативою Національної ради, якщо це питання стосується вимог до змісту інформації, що поширена суб'єктом у сфері медіа, який не підписав кодекс щодо поширення відповідної інформації, і якщо таке питання має загальноналузеве значення.

Висновки таких експертних колегій хоча і носитимуть рекомендаційний характер, але фактично регулятор при винесенні рішення про наявність чи відсутність порушень законодавства у діях медіа щодо публікації певного типу контенту муситиме або їм підкоритися, або навести дуже вагомі причини відходу від позиції колегії. Ба більше, висновки колегій можуть бути надалі використані медіа як доказ для захисту у судовому порядку. Тому запровадження цієї системи має стати одним із найкращих запобіжників від свавілля національного регулятора у сфері свободи вираження поглядів — ризику, про який найбільше говорили критики закону «Про медіа» перед його прийняттям.

КАТЕГОРІЇ ЗАБОРОНЕНОГО КОНТЕНТУ: НА ЩО ЗВЕРНУТИ УВАГУ?

Так склалося, що до медіареформи 2022 року єдиними представниками медіа, які справді могли нести відповідальність за поширення протиправного контенту, були телевізійники та радійники. Такі закони, як «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та «Про інформаційні агентства», містили достатньо суворі, але декларативні обмеження на заклики, що загрожували національній безпеці, на поширення порнографії тощо – жодних заходів відповідальності не передбачалося. Відтепер Національна рада матиме повноваження і щодо цих типів медіа, а тому варто ще раз наголосити на тому, що саме писати, транслювати чи публікувати заборонено.

- **Закон України «Про медіа» розділяє типи забороненого контенту за часом їхнього застосування, і ключовим для цього розрізнення є поява в законі розділу IX, що містить норми про особливості діяльності медіа в умовах збройної агресії.**
- **Основними є положення статей 36, 42 та 119 закону – перші дві діють незалежно від часу, остання – під час агресії та протягом перехідного періоду після неї.**

На жаль, не всі з цих норм повністю відповідають міжнародним стандартам у сфері захисту прав людини. Частина з них була додана до тексту закону в рамках політичних компромісів і не вражає чіткістю чи адекватною юридичною технікою. Втім, положення щодо розробки кодексів діють стосовно всіх цих норм, тож можна очікувати, що з часом медіа самостійно розроблять деталізовані правила і тлумачитимуть їх уніфіковано, з урахуванням стандартів Ради Європи та настанов Європейського суду з прав людини.

У «мирний час» заборонятимуться такі категорії контенту:

- ✗ заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу, розв'язування або ведення агресивної війни чи воєнного конфлікту, порушення територіальної цілісності України, ліквідації незалежності України;
- ✗ висловлювання, що розпалюють ненависть, ворожнечу чи жорстокість до окремих осіб чи груп осіб за ознакою етнічного чи соціального походження, громадянства, національності, раси, релігії та вірувань, віку, статі, сексуальної орієнтації, ґендерної ідентичності, інвалідності;
- ✗ висловлювання, що підбурюють до дискримінації чи утисків стосовно окремих осіб чи груп осіб за ознакою етнічного чи соціального походження, громадянства, національності, раси, релігії та вірувань, віку, статі, сексуальної орієнтації, ґендерної ідентичності, інвалідності або за іншими ознаками;
- ✗ пропаганда або заклики до тероризму та терористичних актів;
- ✗ фільми, розповсюдження та демонстрування яких заборонено відповідно до Закону України «Про кінематографію»;
- ✗ порнографічні матеріали, а також матеріали, що заохочують сексуальну експлуатацію та насильство над дітьми, демонструють статеві відносини дітей, використовують образ дітей (візуальний запис образу дітей) у видовищних заходах сексуального чи еротичного характеру;

- ✗ пропаганда вживання наркотичних засобів, психотропних речовин;
- ✗ пропаганда жорстокого поводження з тваринами;
- ✗ інструкції або поради щодо виготовлення, придбання або використання вибухових, наркотичних чи психотропних речовин;
- ✗ інформація, що заперечує або виправдовує злочинний характер комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років в Україні, злочинний характер націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму, створює позитивний образ осіб, які обіймали керівні посади у комуністичній партії (посаду секретаря районного комітету і вище), вищих органах влади та управління СРСР, УРСР (УСРР), інших союзних та автономних радянських республік (крім випадків, пов'язаних із розвитком української науки та культури), працівників радянських органів державної безпеки, виправдовує діяльність радянських органів державної безпеки, встановлення радянської влади на території України або в окремих адміністративно-територіальних одиницях, переслідування учасників боротьби за незалежність України у XX столітті;
- ✗ інформація, що містить символіку комуністичного або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму;
- ✗ інформація, що містить пропаганду російського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, а також символіку воєнного вторгнення російського тоталітарного режиму;

- ✗ інформація, що принижує або зневажає державну мову;
- ✗ інформація, що заперечує або ставить під сумнів існування українського народу (нації) та / або української державності та / або української мови;
- ✗ інформація, що може заподіяти шкоду фізичному, психічному або моральному розвитку дітей у разі її публікації чи трансляції без необхідних застережень чи позначок.



Стаття 119 закону забороняє поширювати чотири типи протиправного контенту під час збройної агресії та протягом п'ятирічного строку після її закінчення:

- інформацію, що висвітлює збройну агресію проти України як внутрішній конфлікт, громадянський конфлікт чи громадянську війну, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;

- недостовірні матеріали щодо збройної агресії та діянь держави-агресора, її посадових осіб, осіб та організацій, що контролюються державою-агресором, у разі, якщо наслідком цього є розпалювання ворожнечі чи ненависті або заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності;
- програми та матеріали (крім інформаційних та інформаційно-аналітичних програм), одним з учасників яких є особа, внесена до переліку осіб, які створюють загрозу національній безпеці;
- музичні фонограми, відеограми, музичні кліпи, здійснені співаком (співачкою), який є або був у будь-який період після 1991 року громадянином держави-агресора, та / або вироблені фізичною особою та / або юридичною особою, яка була громадянином держави-агресора або зареєстрована в державі-агресорі.

Згадана стаття також встановлює вимогу маркування для інформаційних та інформаційно-аналітичних програм у разі висвітлення діяльності органів держави-агресора. Медіа мають повідомляти про такий статус органів спеціальною позначкою.

Дотримання цих вимог законодавства стане запорукою відсутності проблем для медіа. Обсяг заходів відповідальності, які можуть бути застосованими до різних типів медіа, є широким, варіюється залежно від тяжкості порушення та їх кількості протягом певного визначеного періоду часу. Незважаючи на те, що закриття медіа є крайнім заходом, що здійснюється лише за рішенням суду, — краще до цього не доводити і дотримуватися як професійних стандартів, так і законодавства.

VI. Заяви та рекомендації Комісії з журналістської етики





РЕКОМЕНДАЦІЇ КЖЕ ПРО НАЛЕЖНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ МОБІЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Матеріали, присвячені мобілізації в Україні, викликають підвищену увагу суспільства. Ця тема є відносно новою для більшості медіа, а тому журналісти зустрічаються з певними труднощами під час її висвітлення.

Моніторинг свідчить, що часто коментарі посадовців і депутатів різних рівнів про мобілізацію можуть суперечити один одному, а відповідне законодавство постійно оновлюється, що ускладнює роботу журналістів.

Російська пропаганда активно використовує ситуацію з мобілізацією в Україні для просування шкідливих наративів, спрямованих на підрив обороноздатності нашої країни. Для цього росіяни використовують здебільшого соціальні мережі і канали в телеграм, звідки часто беруть інформацію українські медіа.

Водночас Комісія з журналістської етики вважає, що необхідно розділяти професійне виконання журналістами своїх обов'язків і просування тез російської пропаганди.

Звернення до Комісії свідчать, що іноді медіа, які прагнуть всебічно й об'єктивно оцінювати дії посадових осіб місцевої влади і співробітників територіальних центрів комплектування й соціальної підтримки, наражаються на критику і звинувачення в підіграванні інтересам ворога.

Для того щоб уникнути звинувачень, журналісти під час підготовки матеріалів із теми мобілізації часто обмежуються ретрансляцією офіційних повідомлень. Такий формат не дозволяє повноцінно розкрити тему, запитання, які хвилюють суспільство, залишаються без відповіді, тож створюється простір для чуток і фейків.

.....

У ВИСВІТЛЕННІ ПИТАНЬ МОБІЛІЗАЦІЇ, ТАК САМО ЯК І БУДЬ-ЯКОЇ ТЕМИ, ЖУРНАЛІСТАМ ВАРТО ДОТРИМУВАТИСЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА ЕТИЧНИХ СТАНДАРТИВ.

- ➔ **Порушуйте теми, які справді хвилюють українців у зв'язку з мобілізацією.** Це не лише роз'яснення важливості мобілізації у воєнний час, а й дотримання закону, прав мобілізованих, справедливості рішень, взаємодія центрів комплектування із підрозділами Збройних Сил України. Якщо ці теми не обговорюють українські медіа, аудиторія шукатиме інформацію в інших джерелах, в тому числі тих, які контролюються країною-агресором.
- ➔ **Покажіть приклади успішного розв'язання проблем, які виникають під час мобілізації.**
- ➔ **Уникайте узагальнень і «ярликів» («ухилянти»), якщо провина людей, про яких ви пишете, не доведена, — наприклад, якщо йдеться про вручення повісток в людних місцях.**

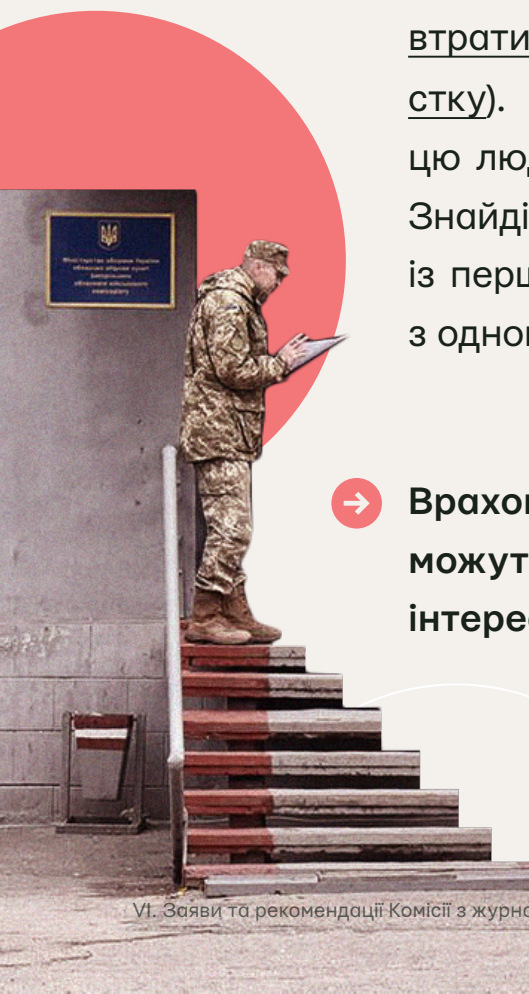
→ Не порівнюйте вручення повісток із «полюванням» чи «відловом» чоловіків (На них також почали «полювати»: на Закарпатті повістки вручили в одному з освітніх закладів).

→ Перевіряйте й уточнюйте інформацію з офіційних джерел, ставте додаткові запитання для того, щоб бути максимально точними.

Наприклад, в новині «Начальник Чернівецької ОВА Зап-ранюк дозволив працівникам військкоматів на Буковині здійснювати перевірку документів» бракує відповіді на запитання, в яких саме місцях працівники центрів комплектування можуть перевіряти документи: на блокпостах, на вулиці, на роботі, у квартирах?

→ Ретельно перевіряйте інформацію, яка з'являється в соціальних мережах (приклад: На Закарпатті хлопець втратив свідомість після того, як йому «вручили» повістку). З'ясуйте, хто є першоджерелом, що відомо про цю людину і чому вона оприлюднила певну інформацію. Знайдіть підтвердження в інших джерелах, не пов'язаних із першим. Використання без перевірки інформації лише з одного джерела, часто анонімного, є порушенням.

→ Враховуйте, що автори дописів у соціальних мережах можуть бути упередженими й переслідувати власний інтерес.



→ **Не підтримуйте інформаційно хибну практику вручення повісток за правопорушення (Повістки за дрифт: у Києві оригінально покарали вуличних гонщиків)**. Такий підхід представляє військовий обов'язок як форму покарання, а не захисту своєї країни від ворога.

Обмеження на поширення певної інформації під час воєнного стану можуть створювати складнощі для журналістів, які намагаються висвітлити суспільно важливі теми, такі як мобілізація. Проте воєнний стан не виключає можливості медіа докласти зусиль для чесного інформування громадськості. Журналісти мають дотримуватися етичних норм і професійних стандартів, щоб забезпечити якісне та об'єктивне висвітлення важливих для всіх українців тем.

ЗАЯВА КЖЕ ЩОДО ОПРИЛЮДНЕННЯ ВІДЕО РОЗСТРІЛУ УКРАЇНСЬКОГО ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНОГО

Велика група українських медіа, в тому числі зі значним охопленням, оприлюднили відеозапис імовірного розстрілу російськими військовими українського військовополоненого. Перед пострілом чоловік сказав: «Слава Україні!».

Вперше відеозапис з'явився в соціальних мережах, а згодом його поширили медіа, включно з телевізійними каналами та онлайн-медіа. Випадок шокував українців та викликав значний суспільний резонанс. Чимало користувачів у соціальних мережах зазначали, що перегляд відео завдав їм фізичних і моральних страждань.

- **Комісія з журналістської етики вважає, що медіа, які поширили відеозапис без купюр і без приховування обличчя військовополоненого, грубо порушили Кодекс етики українського журналіста.**

Пункт 3 Кодексу етики українського журналіста наголошує на важливості балансу між суспільною значущістю інформації та приватними інтересами особи: «Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини. При цьому не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яка збирається і поширюється журналістом, є вищою, ніж приватні інтереси особи».



В такому випадку суспільний інтерес становить імовірний факт скоєння російськими військовими воєнного злочину. Водночас медіа мають поважати почуття близьких загиблого, які не повинні дізнаватися про смерть рідної людини із новин. Не маючи інформації про те, чи знає родина про смерть бійця, журналісти могли використати лише відео із прихованим обличчям, на якому неможливо було би упізнати конкретну людину.

Той факт, що повний відеозапис з'явився раніше у соціальних мережах, не знімає з редакцій відповідальності перевіряти аутентичність відео та дотримуватися інших професійних стандартів: наприклад, попереджувати аудиторію про сцену насильства, обмежувати аудиторію перегляду відео 18+ та ін.

Ще одним грубим порушенням журналістської етики стало оприлюднення версій імовірного прізвища військовополоненого до моменту офіційного підтвердження цієї інформації (у четвер, 9 березня, такого підтвердження ще не надійшло). В гонитві за сенсацією журналісти завдали травми кільком родинам зниклих безвісти українських військових.

Багато журналістів і редакцій обмежилися розміщенням відео і не зробили спроби дослідити обставини, встановити джерело тощо — тобто не виконали журналістську роботу. Це виглядає як експлуатація болючої для українців теми заради збільшення переглядів, а не заради встановлення правди і сприяння правосуддю.

- **Комісія з журналістської етики вважає, що грубе втручання у приватну сферу життя і детальне зображення насильства, такого як у випадку з відеофрагментом імовірного розстрілу полоненого, є надмірними та не можуть бути виправдані суспільним інтересом. Комісія засуджує сенсаційний метод роботи журналістів і редакцій та закликає колег поважати приватну інформацію, що стосується військовополонених, відповідально ставитися до висвітлення чутливих тем, які можуть вразити суспільство.**



РЕКОМЕНДАЦІЇ КЖЕ ЩОДО ІНТЕРВ'Ю З РОСІЙСЬКИМИ ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНИМИ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Від початку повномасштабного російського вторгнення відеоінтерв'ю з російськими військовополоненими активно поширюють українські медіа, а деякі журналісти спеціалізуються на цій тематиці.

Комісія з журналістської етики вважає за необхідне відреагувати на такі матеріали і надати рекомендації з висвітлення теми військовополонених в українських медіа.

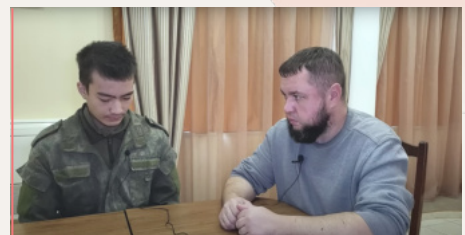
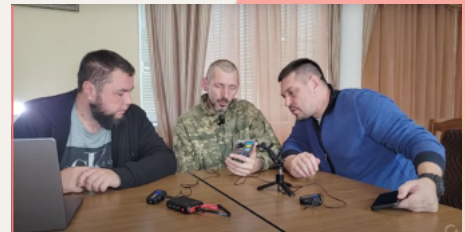
Опис ситуації

Серед інтерв'ю з російськими військовополоненими, які поширюються в українських медіа, є як створені самими журналістами, так і записані українськими спецслужбами і використані в ЗМІ.

Щодо матеріалів, створених журналістами (Любомир Ференс, Володимир Золкін, Дмитро Карпенко).

Здебільшого такі відеоінтерв'ю побудовані за одним шаблоном. На початку інтерв'ю журналіст запитує полоненого про його дату і рік народження, місце проживання, наявність родичів тощо. Ці дані дублюються в описі відео.

Обличчя військовополонених не приховані, в тому числі – обличчя полонених зі слідами опіків, поранень тощо.



Розмова нагадує допит, журналіст може вдаватися до образ співрозмовника та його рідних, нав'язувати свою оцінку. У відповідь на розповідь полоненого, що його побили на якомусь етапі, журналіст коментує: *«Ну, нічого ж не відрізали»*.

Журналіст запитує співрозмовника про згоду на відеозапис та його поширення. Але аудиторія нічого не знає про обставини, за яких була отримана така згода. Наприклад, Володимир Золкін і Дмитро Карпенко обіцяють співрозмовникам влаштувати дзвінок до рідних. Володимир Золкін розповідав, що вимагає від полонених відповідей на свої запитання, інакше дзвінка додому не буде. Обличчя родичів, яким журналіст телефонує по відеозв'язку, теж виводяться на екран.

Відео на YouTube-каналі Володимира Золкіна супроводжуються логотипами «Воєнна розвідка», «Національна поліція» або «Координаційний штаб поводження з військовополоненими».

Короткі інтерв'ю з російськими військовополоненими ЗМІ також записують під час підготовки репортажів із місць утримування полонених.

При цьому одні медіа ([ICTV](#), [Радіо Свобода](#), [ТСН](#)) не показують обличчя співрозмовників, навіть за умов особистої згоди на інтерв'ю. Інші — демонструють обличчя військовополонених, із якими спілкуються журналісти ([Суспільне](#)).

У [відеорепортажі](#) журналіста Любомира Ференса про табір російських військовополонених в Україні показані обличчя полонених, лунають їхні прізвища. На відео зафіксовано, як співробітник установи проводить журналіста до приміщень, де утримуються полонені. Записані в установі інтерв'ю згодом стали окремими [матеріалами](#) на YouTube-каналі Lviv.Media. Про обставини, за яких була отримана згода на інтерв'ю, а також чи був присутній співробітник (або співробітники) установи під час запису, журналіст не розповідає.

- Щодо використання у ЗМІ відео з полоненими, записані представниками правоохоронних органів або спецслужб ([Еспресо](#), [НВ](#), [Район.in.ua](#))

Часто в таких матеріалах відсутнє посилання на джерело, і вони можуть сприйматися як створені самими журналістами, а не записаними в рамках слідства чи під час здачі в полон.

В таких відео полонені можуть бути зняті з зав'язаними очима, під час поранення, коли вони потребують невідкладної допомоги, або в лікарні ([УНІАН](#)).

- Щодо порушення Женевських конвенцій та Кодексу етики українського журналіста

Суспільний інтерес до відеоінтерв'ю російських полонених зрозумілий і виправданий. Війна Росії проти України — це не війна самого лише Путіна. Це війна, у якій конкретні громадяни РФ вбивають українців, і інтерв'ю з полоненими дають можливість отримати свідчення від російських військових.

Водночас Комісія з журналістської етики вважає, що в українських медіа склалася негативна практика висвітлення теми військовополонених армії РФ.

Женевські конвенції 1949 року передбачають гуманне поводження з військовополоненими, включаючи захист від публічної цікавості, актів насильства чи залякування та примусу до надання інформації.

Це стосується демонстрації фотографій або відеозаписів, розголошення записів допитів, приватних розмов чи особистих листів та будь-яких інших приватних даних, зазначала правозахисна організація Human Rights Watch, закликаючи Україну поважати права військовополонених. Організація заявила, що



«українській владі варто припинити публікувати в соціальних мережах та месенджерах відео з полоненими російськими солдатами для залучення уваги громадськості, зокрема ті, де їх принижують або залякують. Таке поводження з військовополоненими порушує їх право на захист згідно з Женевськими конвенціями, спрямованими на забезпечення гідного ставлення до полонених військових будь-якої сторони конфлікту».

На думку правозахисників, *«ЗМІ мають утримуватися від трансляції чи повторної публікації матеріалів про військовополонених, які порушують закони війни».*

Під час висвітлення теми російських військовополонених українські ЗМІ порушували також Кодекс етики українського журналіста.

Зокрема, демонстрація обличчя, оприлюднення прізвища, імені, дати народження, місця проживання, даних про родичів є порушенням не лише Женевських конвенцій, а й пункту 3 Кодексу:

- «Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини. При цьому не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яка збирається і поширюється журналістом, є вищою, ніж приватні інтереси особи».

Багато журналістів ставлять знак рівності між поняттями «військовополонені» і «злочинці», називають військовополонених «колаборантами», «вбивцями» тощо, порушуючи відповідно пункт 4 Кодексу:

- «Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду».

Комісія з журналістської етики вважає, що, розміщуючи відео з логотипами «Воєнна розвідка», «Національна поліція» чи «Координаційний штаб поведження з військовополоненими», Володимир Золкін і Дмитро Карпенко зловживають статусом журналіста і порушують пункт 2 Кодексу етики українського журналіста:

- «Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста».

ЗМІ, які поширюють відеоматеріали, записані правоохоронними органами або спецслужбами, без вказівки на джерело і без відповідного редакційного коментаря, також порушують цей пункт Кодексу.

Рекомендації

Комісія з журналістської етики рекомендує журналістам і редакціям у висвітленні тем, пов'язаних із російськими військовополоненими, дотримуватися положень Женевських конвенцій та Кодексу етики українського журналіста.

- Хоча журналісти не несуть юридичної відповідальності у рамках міжнародного гуманітарного права, **медіа ніколи не повинні публікувати матеріали, які розглядають полонених як об'єкти «суспільної цікавості» або наражають їх і їхні сім'ї на більший ризик.** Варто уникати оприлюднення персональних даних, за якими можна ідентифікувати полоненого і його близьких.
- Рішення про те, чи погоджуватися на інтерв'ю, військовополонений робить в умовах неволі. Рішення може бути прийняте під тиском обставин, а сама розмова — проходити в присутності співробітників закладу, де утримується полонений. Тому і добровільність згоди, і щирість відповідей завжди піддаватимуться сумніву.
- Щоб інтерв'ю викликало довіру, журналістам **необхідно повідомляти аудиторії про обставини, в яких записувалася розмова**, про те, як обирали співрозмовників, та про інші важливі деталі. Наприклад, видання Deutsche Welle у своєму репортажі про російських військовополонених повідомило, що адміністрація закладу дозволила розмовляти лише з тими, кому не пред'явлені звинувачення у воєнних або інших кримінальних злочинах, — оскільки для іншої категорії потрібна згода слідчого. Викладаючи розмову з полоненими, журналісти зазначили, що вона відбувалася в присутності охоронця, психолога закладу та інших полонених. При цьому представники закладу не слухали розмову і трималися на відстані.

- ➔ **Обличчя військовополоненого не повинне показуватися, навіть за умови згоди на відеозапис інтерв'ю.** Для цього журналісти можуть знімати співрозмовника зі спини або накладати блюр. Кадри загального плану повинні бути такими, щоб обличчя людей неможливо було розпізнати. У кадр не повинні потрапляти таблички чи списки з прізвищами полонених.
- ➔ **Персональні дані, а також зображення можуть бути поширені лише в окремих ситуаціях** – приміром, коли родичі військовополоненого розповідають про нього і демонструють його фото.
- ➔ **Не можна називати місце знаходження закладу, де утримуються військовополонені, або включати інформацію, за якою таке місце можна розпізнати.**
- ➔ **Під час інтерв'ю уникати образ, тиску стосовно співрозмовника.**
- ➔ **Усвідомлювати, що інтерв'ю з військовополоненими, записані в інтересах правоохоронців або спецслужб, – це не журналістика.** Інтерв'ю, записані спецслужбами і поширені в медіа, – це не журналістика. Інтерв'ю, записані з полоненим, коли йому надається медична допомога або коли його очі зав'язані, – це не журналістика. Журналісти, які виконують таку роботу, зловживають статусом і порушують Кодекс етики.
- ➔ **Варто розробляти в редакціях правила висвітлення теми військовополонених.** Позитивним прикладом такої редакційної політики є правила Радіо Свобода щодо фото й відео з військовополоненими.



ЩОДО ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ УКРАЇНСЬКИМИ ПОЛОНЕНИМИ

Новини, пов'язані з українськими полоненими, привертають підвищену увагу суспільства та відповідно – медіа. Ці теми викликають гостру емоційну реакцію, активно обговорюються в соціальних мережах і не менш активно використовуються російською пропагандою.

У Міністерстві оборони України нещодавно закликали не поширювати інформацію про військовополонених і не розпочинати «публічні кампанії звільнення» без узгодження з державними органами, які займаються полоненими.

Редакційна практика висвітлення питань, пов'язаних із полоненими, відрізняється у різних ЗМІ. В одних використовують лише інформацію з офіційних джерел, в інших – шукають альтернативні джерела і та підходи до подання теми. Крім військовополонених, увагу журналістів привертають цивільні, яких російські окупанти незаконно утримують в місцях ув'язнення.

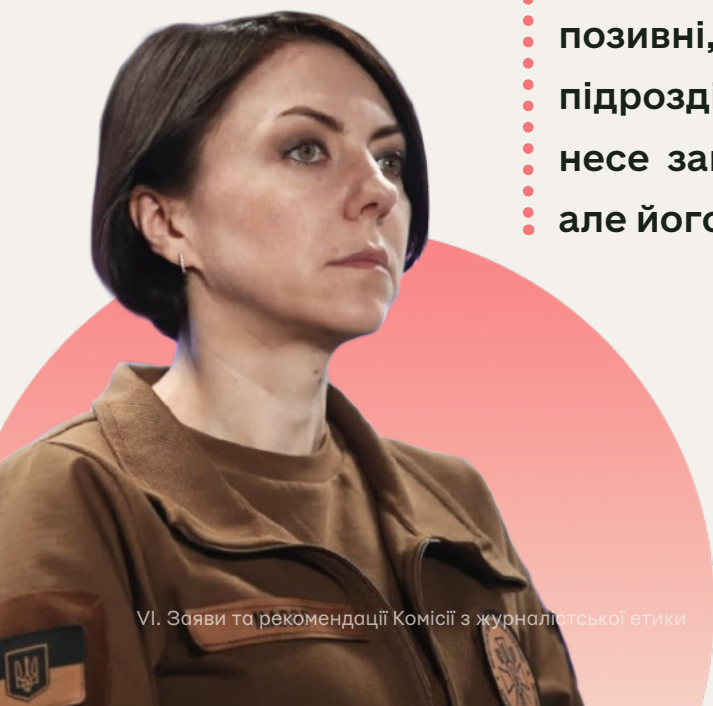
Зі слів журналістів, найбільші труднощі викликають питання, чи висвітлювати персональні історії військовополонених, чи оприлюднювати персональну інформацію про цивільних і військових полонених, використовуючи контент соціальних мереж, чи поширювати заклики про звільнення та інші.

“Питанням обміну полонених займаються професіонали. Будь-яка публічність конкретного полоненого зазвичай призводить до збільшення вимог ворога щодо обміну та збільшує особисту небезпеку для цієї людини

— наголосила заступниця міністра оборони Ганна Маляр.

Координаційний штаб з питань поводження з військовополоненими застерігає:

• «Інформація про значущість людини, її політичні погляди, місце служби, попередню роботу, рідних та близьких провокує прискіпливе ставлення ворога. В результаті вимоги до обміну конкретної особи можуть бути завищені, а сам процес максимально ускладнений <...> Розповсюдження інформації про позивні, військову частину, місце дислокації підрозділу, обставини потрапляння в полон несе загрозу не тільки самому полоненому, але його бойовим побратимам та підрозділу».



Комісія з журналістської етики підготувала рекомендації для журналістів і редакцій щодо висвітлення цих тем.

Комісія з журналістської етики рекомендує журналістам і редакціям у висвітленні тем, пов'язаних із російськими військовополоненими, дотримуватися положень Женевських конвенцій та Кодексу етики українського журналіста.

- Все, що пов'язане з полоненими, становить суспільний інтерес в умовах гострої фази широкомасштабної війни. Для того, щоб відповідати на цей запит суспільства, журналістам необхідно виконувати свою роботу. **Комісія не вважає правильним обмежувати медіа в пошуку джерел, зборі фактів, їхньому аналізі для об'єктивного інформування аудиторії.**
- Водночас журналістам варто враховувати чутливий характер теми, яка торкається інтересів українських військових, їхніх рідних і близьких людей, інших військовослужбовців, може впливати на настрої в суспільстві, на обороноздатність країни та моральний клімат в армії. Редакції мають зважено підходити до підготовки матеріалів про полонених і розуміти наслідки неналежного висвітлення.
- Перш ніж готувати матеріал про полонених, **журналісти мають сформулювати мету, якої прагнуть досягти, та оцінити, наскільки вона відповідає запитам суспільства.** Передрукувати допис у фейсбуці лише тому, що цей допис отримав багато реакцій, — не робота журналіста, а експлуатація теми. Медіа повинні давати аудиторії глибше розуміння проблеми.
- Використовуючи інформацію з різних джерел, у тому числі — з офіційних ресурсів, з інших ЗМІ або з соціальних мереж, — **журналісти мають посилатися на першоджерела.**

Відсутність таких посилань може виглядати як неповнота матеріалу. Користувачі зможуть самостійно оцінити, наскільки використані джерела варті довіри: наприклад, якщо резонансна інформація вперше з'явилася в анонімному телеграм-каналі.

- ➔ Відповідно до п. 3 Кодексу етики українського журналіста, **журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини**. При цьому не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яка збирається і поширюється журналістом, є вищою, ніж приватні інтереси особи. Оприлюднення прізвищ військових та цивільних полонених, обставин їхнього потрапляння до полону, демонстрація особистих фото й відео можуть відбуватися лише за їхньої персональної згоди або згоди рідних та з урахуванням обставин полону, про які говорять офіційні особи. Приміром, якщо тривають перемовини і представники української сторони просять дотримуватися «режиму тиші».

У випадках, коли суспільна значущість переважає приватний інтерес полоненого, інформація про нього може бути оприлюднена без згоди: наприклад, деталі перебування в місцях ув'язнення, жорстоке поводження з полоненими, незаконний процес над українськими полоненими та ін.

- ➔ **Журналісти мають уникати використання фото й відео із зображенням тіл або тортур** – за винятком випадків, коли новина супроводжується попередженням про контент для повнолітніх і відповідним коментарем про фіксацію воєнного злочину.

→ Всі публічні історії про полонених не повинні містити факти, які можуть зашкодити їм у неволі. До таких даних належать:

- адреса місця служби, номер військової частини, назва підрозділу тощо;
- переконання полонених (*«український патріот», «борець із рашизмом»*);
- відомості про стан здоров'я (*якщо така інформація виходить не від самого полоненого або його рідних*);
- наявність родичів на тимчасово окупованій території;
- деякі факти про рідних (*наприклад, служба рідних цивільного полоненого у Збройних Силах України, в українських правоохоронних органах та ін.*)

→ Не відмовляйтеся від спілкування з рідними і друзями, проте намагайтеся розпитувати не тільки про полоненого, а і про те, що відчувають і думають його близькі. В обставинах широкомасштабної війни полоненим важливо знати, що на них чекають, що їх люблять і що їм вдячні. Так само це потрібно суспільству.

→ Спілкуючись із визволеними з полону українцями, дотримуйтеся правил проведення інтерв'ю з людьми, які пережили травму.

- Для проведення інтерв'ю оберіть зручне, тихе місце без сторонніх людей. Не проводьте зустріч на вулиці, у людних місцях. Майте під рукою пляшку води, серветки.
- Перед початком розмови окресліть тему, на яку ви говоритимете, і чітко її дотримуйтеся. У ваших запитаннях не має бути «ефекту несподіванки».
- Залишайте за співрозмовником право не відповідати на деякі або на всі запитання. Надавайте перевагу відкритим, а не закритим запитанням, щоб розмова не виглядала як допит.

- Не розпитуйте співрозмовника про його травматичний досвід, якщо він сам про це не заговорить, — залиште цю частину професійним психологам. Зосередьтеся на тому, як герой вашого матеріалу подолав складні обставини, на його порадах іншим.
- Не давайте оцінок під час інтерв'ю, так само уникайте драматизації в матеріалі. Зосередьтеся на фактах, а не на їхньому тлумаченні («жах», «шок», «нелюдське звірство», «тварюки», «наша влада забула про полонених»).
- Після завершення розмови подякуйте людині за те, що поділилася пережитим досвідом.



- ➔ **Журналісти повинні обережно ставитись до інтерв'ю з українськими військовополоненими, зроблені або російськими журналістами, або російськими спецслужбами.** Варто пам'ятати, що людина, яка перебуває у полоні, може давати це інтерв'ю під тиском, тому інформація, озвучена нею, може не відповідати дійсності. Не варто відтворювати та поширювати зміст цих інтерв'ю. Краще звернути увагу своєї аудиторії, що сам факт цього інтерв'ю свідчить, що конкретний полонений живий.
- ➔ Робота над матеріалами про полонених ускладнюється тим, що в багатьох випадках інформацію неможливо отримати або перевірити. Та інформація, яка потрапляє до журналістів, є лише частиною загальної картини. **Уникайте узагальнень або оцінок, не підкріплених фактами.**

- ➔ **Використовуйте належну лексику:** «звільнення» або «взаємне звільнення» замість «обмін» полонених.
- ➔ **Інтерв'ю та інші матеріали про полонених — це не шлях до пошуку зниклих чи до визволення, цим займаються інші інституції.** Але такі матеріали, засновані на фактах і свідченнях, фіксують воєнні злочини, дають підстави для звернень до міжнародних організацій і створюють умови для моральної підтримки українців у полоні.

Консультативну допомогу в підготовці рекомендацій надала військова психологиня, тренерка з виживання та опору у ворожому середовищі, старший лейтенант ЗСУ Олена Сек.

ЗАЯВА КЖЕ ЩОДО ІНТЕРВ'Ю З ПОТЕРПІЛОЮ, ЯКА ВТРАТИЛА ДОНЬКУ Й ЗАЗНАЛА ТЯЖКИХ ПОРАНЕНЬ ПІД ЧАС РАКЕТНОГО УДАРУ ПО ВІННИЦІ 14 ЛИПНЯ 2022 РОКУ

16 липня 2022 року фіксер італійського телеканалу Rai News 24 Антон Кудінов виклав на своїй сторінці у фейсбук відео інтерв'ю з Іриною Дмитрієвою, яка під час ракетного удару по Вінниці 14 липня втратила доньку та сама зазнала тяжких поранень.

Інтерв'ю записувала кореспондентка Rai News 24 Лаура Танґерліні. Відео було знято в реанімаційному відділенні. Медіагрупа, яка вела зйомку, дала в руки постраждалої телефон з відео ще живої дівчинки і фіксувала на камеру реакцію жінки на це відео та на звістку про смерть власної дитини.

Згодом Кудінов написав, що метою цього інтерв'ю було привернення уваги світу до війни в Україні і що сама жінка виявила таке бажання. Проте родичі постраждалої заперечили факт надання згоди на це інтерв'ю.

- **Комісія з журналістської етики категорично засуджує такі**
- **підходи до висвітлення теми людей, що втратили рідних,**
- **самі зазнали поранень чи будь-яких інших травм, у тому**
- **числі психологічних.**

Комісія розуміє необхідність постійного фокусування уваги світової спільноти на терористичних атаках росії на цивільне населення України. Проте вважає, що таке висвітлення не повинно завдавати додаткового болю та страждань усім постраждалим внаслідок російської воєнної агресії,



ретравмувати їх. В таких випадках пріоритетом є не зацікавленість аудиторії, а психологічний стан постраждалої людини.

Комісія звертає увагу на Рекомендації щодо захисту приватності у роботі засобів масової інформації, підготовлені експертами Ради Європи, де міститься низка пунктів, які стосуються інтерв'ю з людьми, що перебувають у лікарнях.

Зокрема, у пункті 2.3 зазначено, що **«варто докладати особливих зусиль для захисту людей, які переживають страждання, скорботу чи шок як щодо самих себе, так і щодо членів родини та родичів»**. У цьому пункті сказано, що **«зазвичай журналістам не варто брати інтерв'ю у пацієнтів лікарень чи будь-яких інших подібних установ без дозволу адміністрації цих установ. Винятки можуть становити, зокрема, випадки розслідування лікарської халатності, недбалого ставлення до пацієнтів, хабарництва або будь-якої незалежної перевірки скарг пацієнтів на лікарів чи інший персонал медичних закладів або в інших випадках за ініціативою пацієнтів. ЗМІ повинні у будь-якому випадку уникати інтерв'ю з особами, які позбавлені належного розуміння або на яких серйозно вплинули обставини»**. Пункт 4.3 цих самих Рекомендацій посилює цю вимогу: **«У потенційно чутливих місцях, наприклад, у каретах швидкої допомоги, лікарнях, школах та в'язницях, потрібна також згода керівника. Незалежно від загальної згоди керівництва закладу, ЗМІ не повинні проводити фото- чи відеозйомку осіб, від яких не можна очікувати розумної вільної згоди, як, наприклад, коли вони перебувають у стані стресу у відділенні невідкладної допомоги»**.

Комісія вважає, що журналісти повинні зважати не лише на бажання людини дати інтерв'ю, але й на реальний стан людини, на який може впливати чимало факторів, у тому числі й той, скільки часу пройшло після реанімації та після прийому анестетиків, який психологічний стан людини тощо. Стан людини можуть оцінити лише лікарі та психологи, а тому їхня думка щодо запису такого інтерв'ю є важливою, якщо не визначальною, і має враховуватися.

Комісія з журналістської етики вже не раз звертала увагу на необхідність коректного висвітлення тем, які стосуються осіб, які постраждали внаслідок війни. Зокрема:

- ➔ у Заяві КЖЕ щодо меж оприлюднення приватних даних осіб, які постраждали від війни;
- ➔ у Рекомендаціях КЖЕ щодо висвітлення загибелі людей під час війни;
- ➔ у лекції Тетяни Трощинської, головної редакторки «Громадського радіо», на тему «Як повідомляти про травматичний досвід в медіа та чому не варто робити сенсацій з історій про ставі злочини», яку проводила Комісія з журналістської етики у партнерстві з ГО «Жінки в медіа» в квітні 2022 року.

Засуджуючи сам факт інтерв'ю з постраждалою Іриною Дмитрієвою, спосіб, в який воно було зроблено, та небажання Лаури Танґерліні та Антона Кудінова визнати власну неетичну поведінку та вибачитися, Комісія закликає:

- 1 адміністрацію лікарні, де перебуває Ірина Дмитрієва, – провести службове розслідування щодо тих, хто надавав дозвіл на допуск знімальної групи до постраждалої;
- 2 Міністерство охорони здоров'я України разом із журналістською спільнотою – виробити правила допуску журналістів у лікарні;
- 3 міжнародні журналістські організації – засудити неетичну поведінку італійського телеканалу RAI News 24 та його працівників;
- 4 українську журналістську спільноту – повернутися до теми надання прескарт для журналістів з метою чітко розмежувати професійних журналістів та блогерів.

ЗАЯВА КЖЕ ЩОДО МЕЖ ОПРИЛЮДНЕННЯ ПРИВАТНИХ ДАНИХ ОСІБ, ЯКІ ПОСТРАЖДАЛИ ВІД ВІЙНИ

Наприкінці червня 2022 року українські ЗМІ поширили інформацію про жінку, яка опинилася під завалами внаслідок російського ракетного обстрілу в Києві. Зокрема, чимало медіа зазначили, що потерпіла є громадянкою Росії, яка давно мешкає в Україні, і продемонстрували фото та відео із зображенням російського паспорта.

На зображенні чітко видно ім'я, прізвище, дату й місце народження потерпілої жінки. В деяких публікаціях згадується, що паспорт журналістам, які висвітлювали наслідки обстрілу житлового будинку, показав радник міністра внутрішніх справ України Антон Геращенко. Згодом радник розмістив фото паспорта в своєму телеграм-каналі.



Пункт 3 Кодексу етики українського журналіста наголошує на важливості балансу між суспільною значущістю інформації та приватними інтересами особи.

- «Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини. При цьому не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яка збирається і поширюється журналістом, є вищою, ніж приватні інтереси особи».

Увага журналістів до людей, які потерпіли внаслідок ракетного обстрілу Києва, виправдана суспільною значущістю теми. І такі матеріали, які демонструють наслідки російського вторгнення для звичайної київської родини, потрібні. Але оприлюднення персональних даних шляхом демонстрації російського паспорта потерпілої виглядає надмірним, порушує її право на приватне життя і Кодекс етики українського журналіста. В цьому випадку достатньо було згадки про російське громадянство жінки з посиланням на очільника Національної поліції.

- Комісія засуджує дії журналістів і медіа, які поширили фото та відео із зображенням паспорта потерпілої киянки. Комісія не знайшла підтверджень тому, що на оприлюднення паспорта з персональними даними журналісти отримали згоду потерпілої.

Той факт, що паспорт продемонстрував радник міністра внутрішніх справ України, не виправдовує журналістів, які розголосили персональні дані потерпілої.

Той факт, що радник міністра виклав в особистому телеграм-каналі фото й відео, не означає, що журналісти можуть використовувати ці матеріали без блюру або іншої обробки, яка зробить неможливою ідентифікацію особи.

Той факт, що інформація отримана із офіційних джерел, не знімає відповідальності з журналістів за порушення Кодексу етики.

- Комісія застерігає журналістів і медіа від оприлюднення таких персональних даних, як ім'я, прізвище, дата і місце народження, місце проживання, громадянство тощо, які дають можливість ідентифікувати особу.

Поширення персональних даних у медіа може відбуватися виключно за згоди людини. Проте згода не є єдиною умовою. Навіть за наявності згоди журналісти й редактори мають оцінювати наслідки, які людина може

не усвідомлювати: наприклад, ризики психологічного тиску, погроз, онлайн-цькування тощо.

Будь-яку персональну інформацію стосовно жертв війни, в тому числі отриману від офіційних джерел чи з соціальних мереж, журналістам варто оцінювати з урахуванням таких можливих наслідків. Поширена в медіа інформація матиме значно більше охоплення, ніж має сторінка людини в соціальній мережі.

Комісія з журналістської етики закликає журналістів і медіа з повагою ставитися до права на приватне життя людей, які не є публічними особами, та висвітлювати теми, пов'язані з жертвами війни, без поширення персональних даних та іншої чутливої інформації.

ЗАЯВА КЖЕ ЩОДО НЕПРИПУСТИМОСТІ ТИСКУ І ЗАСТОСУВАННЯ ПОДВІЙНИХ СТАНДАРТІВ ДО ЖУРНАЛІСТІВ, ЯКІ ВИСВІТЛЮЮТЬ ВІЙНУ

З початку широкомасштабної війни Росії проти України тисячі українських та іноземних журналістів висвітлюють події на передовій. Міністерство оборони України розробило правила акредитації для журналістів, а також порядок допуску представників засобів масової інформації на військові об'єкти у районі ведення бойових дій на період дії воєнного стану.

Водночас Комісія з журналістської етики стурбована фактами, коли до представників медіа пред'являють вимоги понад визначені правила або коли до журналістів застосовують заходи впливу, які можуть перешкоджати об'єктивному висвітленню подій.

Зокрема, представники медіа отримують усні заборони відвідувати військових на передовій, а деякі політики намагаються тиснути на журналістів, які висвітлюють війну.

- Комісія з журналістської етики закликає політиків, представників
- військових підрозділів і правоохоронних органів поважати права
- журналістів та дотримуватися ухвалених правил акредитації та
- порядку роботи в районах бойових дій.

Збройним силам і правоохоронним органам варто дотримуватися розумного балансу між заходами з безпеки й оборони та правом суспільства на отримання перевіреної інформації від професійних медіа.



Неприпустимо надавати перевагу певним медіа або журналістам перед іншими, одним забороняти роботу без пояснення причин, а іншим — дозволяти. Комісія заохочує журналістів використовувати не лише офіційну інформацію, а й шукати безпосередніх учасників подій, додавати факти і контекст.

Комісія засуджує практику онлайн-цькування журналістів, поширення безпідставних звинувачень на адресу представників медіа в нібито викритті позицій українських військових, адрес важливих цивільних об'єктів та в розголошенні інших даних, які допомагають ворогу. Усвідомлюючи важливість нерозголошення певних даних під час війни, вважаємо за необхідне наголосити: необґрунтовані звинувачення та заяви підривають довіру до всіх медіа, ускладнюють роботу журналістів на передовій. Такі звинувачення з боку політиків або посадовців виглядають як тиск на журналістів і провокують онлайн-булінг. Звинувачення в кримінальному правопорушенні мають бути доведені в суді; оприлюднення недоведених звинувачень є порушенням Кодексу етики українського журналіста.

Комісія нагадує, що будь-який громадянин або організація може звернутися із заявою про порушення журналістами Кодексу етики під час висвітлення тем, пов'язаних із війною.

Комісія засуджує зловживання статусом журналіста або зловживання доступом до районів бойових дій. Неприпустимо використовувати акредитацію для вирішення будь-яких питань, не пов'язаних із журналістською роботою, або для отримання особистих преференцій.



РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВЖИВАННЯ СТИЛІСТИЧНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ ПРО ВІЙНУ

До Комісії з журналістської етики звернулася Влада Дубик, студентка Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, із запитанням щодо деяких термінів, які широко вживаються в матеріалах про війну.

«Чи варто журналістам уникати лексики на кшталт «орки», «рашисти», «рашизм» тощо? Така лексика стала вже загальноновживаною, але все ж чи відповідає це професійним журналістським стандартам? Що з власними назвами «Росія / росія», «Путін / путін»? Існує тенденція писати ці власні назви з маленькою літери, але виходить, тепер постійно потрібно буде писати так навіть після завершення війни? Що ж все-таки є правильним у цій ситуації?» — запитує авторка звернення.

Стилістично забарвлена лексика є потужним журналістським інструментом, який увиразнює текст та посилює вплив на читача. Журналісти використовують різні стилістичні прийоми для висловлення оціночних суджень, які не підлягають спростуванню або доведенню їхньої правдивості.

Зазвичай такі слова і вирази вживаються в публіцистичних жанрах журналістики. В публіцистичних жанрах (*авторська колонка, фейлетон, нарис та ін.*) журналісти можуть вживати слова з негативним або позитивним відтінком, щоб висловити думку або ставлення до тих чи інших заяв, подій, явищ тощо. Тоді як в інформаційних жанрах переважає нейтральна лексика, а факти, судження і припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного.

Впродовж останніх трьох місяців в українських медіа стилістично забарвлені слова і вирази часто зустрічаються не лише в публіцистичних жанрах, а і в заголовках новин: «Рашисти обстрілюють Миколаїв», «Пригоди «орків» у Чорнобаївці». Правомірність використання цієї лексики викликає дискусію в журналістському середовищі.

Ще одним дискусійним моментом є написання власних назв, пов'язаних із країною-агресором, із маленької літери (Росія / росія», «Путін / путін). Частина українських медіа використовує цей прийом, у тому числі в інформаційних жанрах.

Комісія з журналістської етики проаналізувала практику вживання стилістично забарвленої лексики та підготувала відповідні рекомендації.

ЩОДО ТЕРМІНІВ «РАШИЗМ», «РАШИСТИ» ТА ПОХІДНИХ ВІД ЦИХ СЛІВ

В переважній більшості випадків ідеться про використання стилістично забарвлених синонімів до висловів «**російсько-окупаційні війська**», «**російські загарбники**», «**військові країни агресора**» тощо.

Використання таких слів у журналістському матеріалі жодним чином не дискримінує групу людей за національною ознакою. Йдеться не про приналежність до певної національності, а про приналежність до групи, яка є ворожою до українців, сповідує російсько-фашистську ідеологію та діє у відповідності з нею.

Водночас Комісія застерігає від використання цих термінів для означення всієї етнічної групи росіян.

ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ СЛОВА «ОРКИ» ЯК СИНОНІМА ДО СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ «РОСІЙСЬКІ ОКУПАНТИ», «РОСІЙСЬКІ ВІЙСЬКОВІ», «РОСІЙСЬКІ ВОЄННІ ЗЛОЧИНЦІ»

Комісія не рекомендує використовувати це слово в журналістських матеріалах інформаційних жанрів, а прямо називати російських воєнних злочинців — російськими воєнними злочинцями, без евфемізмів.

Якщо в тексті новини важливо зберегти юридичну точність термінів (*наприклад, у новинах про відповідальність за воєнні злочини*), журналістам варто дотримуватися нейтральної лексики, використовувати терміни, які містяться в українському законодавстві, та терміни міжнародного права.

ЩОДО НАПИСАННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ КРАЇНОЮ-АГРЕСОРОМ («Росія / росія», «Путін / путін»)

Тенденція писати власні назви з маленької літери поширилася з початком широкомасштабного російського вторгнення, її підхопили навіть сайти органів української влади. В ефірі загальнонаціонального телемарафону автор шкільних підручників з української мови та літератури, доцент Київського університету імені Бориса Грінченка Олександр Авраменко пояснив цю тенденцію так:



«Насправді правило таке є: прізвища людей та імена, які вживають зневажливо, пишуть з малої літери. І це правило давнє.

Наприклад, гітлери, путіни ми можемо спокійно писати з малої літери, це відповідає вимогам чинного правопису. А щодо назви країни, цього немає в правописі, але за аналогією, зважаючи на ситуацію в країні, я вважаю, можна застосувати це правило і до неї».

Комісія залишає на розсуд редакцій рішення про написання власних назв «Росія / росія» і «Путін / путін». Медіа може продовжувати дотримуватися правил про написання власних назв із великої літери, оскільки це забезпечує нейтральність тексту, особливо новин. Також медіа може використовувати написання з маленької літери як стилістичний прийом, якщо це є усвідомленим вибором редакції і продиктоване контекстом матеріалу. При цьому медіа варто пояснити для аудиторії такі зміни в редакційній політиці та причини рішення.

Ми розуміємо виклики, перед якими опинилися журналісти, які в умовах війни поділяють та прагнуть передати у своїх матеріалах почуття українців. Комісія з журналістської етики нагадує, що для цього можна використовувати не лише мову неформального спілкування, а й інші журналістські прийоми. Аргументований текст із повним набором фактів і коментарів часто не потребує додаткового стилістичного підсилення.

Висновки і рекомендації

- 1 **Зміни в мові, викликані широкомасштабним російським вторгненням до України, відбиваються і на мові медіа. При цьому вибір стилістично забарвленої лексики повинен враховувати жанр матеріалу, тему та аудиторію. Зловживання такою лексикою неприпустиме – наприклад, використання лише цих слів у заголовках новин.**
- 2 **Терміни «рашисти», «рашизм» тощо не є дискримінаційними, якщо вживаються для означення російських військових та носіїв російсько-фашистської ідеології. Водночас журналістам варто уникати дискримінації певних соціальних, релігійних або етнічних груп: наприклад, такою дискримінацією буде застосовування терміну «рашисти» до звичайних вірян певної конфесії. Щоб уникнути різночитань, в тексті варто використовувати нейтральні синоніми (*«російські військові», «російська влада»*), які дали би змогу зрозуміти, що йдеться не про всіх росіян як етнічну групу.**
- 3 **Комісія з журналістської етики засуджує вживання нецензурної лексики в журналістських матеріалах та в ефірі. Журналістам варто утримуватися від вживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдане контекстом, але і в цьому разі уникати частого вживання такої мови.**
- 4 **Редакціям варто повідомляти аудиторії про причини переходу до системного використання певних стилістичних прийомів (*як-то написання власних назв «росія» і «путін» із маленької літери*). Таке пояснення може бути, приміром, у вигляді редакційної колонки. Це продемонструє усвідомлений крок редакції.**

- 5** В матеріалах, присвячених відповідальності країни-агресора та її військових за воєнні злочини і порушення прав людини, **варто використовувати термінологію українського законодавства та міжнародного права.**

Окрема думка членів та членкинь Комісії: Тетяни Печончик, Сергія Гузя, Діани Дуцик, Сергія Томіленка та Світлани Остапи

Слова на кшталт «Путін», «Росія» є власними назвами, а тому мають писатися із великої літери. Велика літера – це не знак поваги чи визнання, це всього-на-всього ознака того, що слово є власною назвою, а назви та імена мають не тільки нейтральні чи позитивні персоналії, а й диктатори, злочинці, тоталітарні країни (як, наприклад, Гітлер, Північна Корея або Чикатило – нікому не спадає на думку писати ці слова з малої літери).

Український правопис передбачає два випадки, коли слова, які є власними назвами, можуть ставати загальними (а тому пишуться з малої літери):

- 1** Імена та прізвища людей, які втратили значення власних назв і стали загальними: донжуан, ловелас, ментор, меценат, робінзон, браунінг (пістолет), галіфе (штани), дизель (двигун), макінтош (плащ), максим (кулемет), рентген (апарат).
- 2** Якщо прізвища (імена) вживаються зневажливо, та в інших випадках: жалюгідні квіслінги (зрадники), ударив перун (грім).

Тому, звісно, якщо вживати слово «путін» у другому значенні, воно, згідно із правилами орфографії, може писатися з малої літери (наприклад, «пів Росії стали путіними і підтримують війну»).

Утім, якщо йдеться про назву країни-агресорки чи прізвище її президента, я б рекомендувала редакціям користуватися правилами правопису, писати Путін і Росія з великої літери (особливо коли йдеться про нейтральні жанри, наприклад, новини).

А якщо і допускати малу літеру, то як стилістичний прийом у авторських жанрах: наприклад, колонках, блогах або в підводках до дописів у соціальних мережах.

Зрозуміло, що йде війна і хочеться вихлюпнути емоції, але навіщо зганяти злість і безсилля на безневинних правилах орфографії? Маємо перемагати росіян, дотримуючись правил (правил ведення війни, правил правопису тощо). Це те, що робить нас сильнішими і наближає перемогу.



РЕКОМЕНДАЦІЇ КЖЕ ЩОДО ВИСВІТЛЕННЯ ЗАГИБЕЛІ ЛЮДЕЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Понад два місяці українські медіа висвітлюють події широкомасштабної російської агресії проти України. В тому числі – аспекти, пов’язані із загибеллю військових та цивільних. Такі повідомлення часто мають сенсаційні заголовки, супроводжуються фотографіями вбитих або містять відео, де зафіксовано момент убивства чи його наслідки. Журналістські матеріали поширюються соціальними мережами або іншими сайтами.

Все це призводить до того, що в медіапросторі переважає контент, який містить сцени насильства.

Комісія з журналістської етики отримує запити про те, як висвітлювати загибелі людей під час війни. Ми вітаємо той факт, що така дискусія розпочалася в журналістському середовищі, адже більшість працівників українських медіа не має досвіду роботи з такими темами. У підготовлених рекомендаціях врахована практика окремих українських медіа, редакційні кодекси відомих світових медіа, а також настанови міжнародних журналістських та експертних організацій.

- **Висвітлення подій війни з великими людськими жертвами неможливе без оприлюднення фактів загибелі людей.**

Перш ніж надавати своїй аудиторії таку інформацію, журналісти мають сформулювати мету такого матеріалу. Ви хочете проінформувати чи натиснути на емоції? Допомогти чи шокувати? Відео і фото можуть бути доказами скоєння російськими військовими воєнних злочинів і грубого порушення прав людини *(наприклад, відео з тілами вбитих мирних людей на вулицях міста)*. В такому разі використання зображень загиблих виправдане метою поширення інформації про такі злочини і притягнення винних до відповідальності.

- **Одну й ту саму інформацію можна повідомити в різний спосіб.** Розповідаючи про жертв війни, журналістам недостатньо просто констатувати факт — потрібно дати аудиторії ширший контекст. Наприклад, зазначити, чому це сталося, як можна покарати винних, що вже робиться в цьому напрямі, чим можна допомогти тощо. Так ви виявляєте турботу про свою аудиторію, а не експлуатуєте її емоції.

- **Неетично повідомляти про загибель людини раніше, ніж про це дізнаються її рідні.** Якщо ви не впевнені, що родичам загиблого вже повідомили трагічну звістку, не подавайте зображення загиблих великим планом. Не називайте прізвище та ім'я загиблої людини до моменту офіційного повідомлення рідним.

- **Використовуйте належну лексику: не «труп» і «мертві», а «тіла», «загиблі», «вбиті» люди.** В інформаційних матеріалах не вживайте емоційно забарвлені слова і вислови — зосередьтеся на поданні фактів і контексту. Не допомагайте російській пропаганді, мета якої — посіяти паніку, страх, тривогу серед українців.

- **Зважено підходьте до використання фото й відео, де зображені вбиті.** Не зловживайте ілюстраціями та відео, де великим планом зображені наслідки насильства: кров, тіла жертв, їхні останні хвилини життя. Одна з найвиразніших ілюстрацій жорстоких масових убивств у Бучі – фото жіночої руки з червоним манікюром. В багатьох випадках в онлайн-медіа доцільно приховувати фото зі сценами вбивства людей, аби користувачі самі зробили вибір, натиснувши посилання для перегляду.
- Багато українських медіа використовують контент із соціальних мереж. В тому числі – такий, який стосується загибелі людей. **Неприпустимо подавати фото й відео з соціальних мереж без будь-якої перевірки.** Журналісти мають звернутися за підтвердженням загибелі до офіційних чи інших джерел: поліції, місцевої влади, військової адміністрації, Міністерства оборони, родичів чи колег загиблого. В разі, коли перевірити інформацію в умовах війни неможливо, це повинне бути зазначене в матеріалі.
- **Краще менше.** Не подавайте одразу багато фото з різних ракурсів, які ілюструють одну й ту саму новину про загибель людини чи багатьох людей. В більшості випадків достатньо однієї ілюстрації.
- **Будь-яка людина заслуговує на повагу й гідність навіть після смерті.** Відсутність одягу, поранення й каліцтва великим планом, фізіологічні деталі – неприпустимо, щоб ці подробиці на фото й відео можна було пов'язати з конкретною людиною. Журналіст завжди має альтернативу, як показати трагедію і залишитися в межах професійної етики.

- Багато українців активно шукають, переглядають і поширюють фото й відео, де великим планом зображені вбиті російські військові. Проте такий контент може негативно впливати на частину аудиторії, зокрема на неповнолітніх, тож **журналістам варто шукати інші способи розповісти про масові втрати російської армії в Україні**. Неважливо, як саме виглядають окупанти після смерті, — важливо те, що вони вже не зможуть убивати українців.
- **Уникайте сенсаціоналізму і клікбейту в заголовках, як-от: «Вулиці вкриті трупами: найжахливіші кадри звірств окупантів, 18+».** Також потрібно уникати нагнітання негативу в бекграунді. В українських онлайн-медіа існує практика подавати посилання на схожі новини чи публікації. Наприклад, новина про поховання бійця ЗСУ може супроводжуватися посиланнями на повідомлення про похорон інших військових у цьому районі чи області або про резонансні смерті мирних мешканців. Це може знецінювати загибель людини, представляти її не як особистість із власною біографією, а як «одиницю статистики», створити враження про «конвеєр смерті», викликати безпорадність у аудиторії.
- **Не використовуйте архівні фото чи відео із зображенням загиблих, яких можна упізнати, для того щоб проілюструвати сьогоdnішню подію.** Поважайте почуття рідних, які знову і знову бачитимуть загиблу близьку людину.

Додаткову інформацію щодо висвітлення
загибелі людей можна знайти в таких джерелах:

- • • • • Пам'ятка для працівників ЗМІ щодо висвітлення бойових дій
(об'єднаний Центр допомоги журналістам НСЖУ та НМПУ)
- • • • • Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації
(Координатор проєктів ОБСЄ в Україні)
- • • • • Права людини та масмедіа в Україні
(Інститут журналістики Київського національного університету
імені Т. Шевченка)
- • • • • Редакційні настанови Бі-Бі-Сі



РЕКОМЕНДАЦІЇ КОМІСІЇ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ ЩОДО СЛОВНИКА ВОЄННОГО ЧАСУ (ОНОВЛЕНО)

Широкомасштабна війна Росії проти України поставила журналістів перед багатьма новими викликами. Значна кількість українських журналістів досі не мала досвіду висвітлення бойових дій та інших тем, пов'язаних із війною. Тому в редакціях виникає багато запитань щодо тих чи інших аспектів роботи журналістів в умовах воєнного стану. На особливу увагу заслуговує коректне використання термінології — адже і аудиторія по-різному сприймає новини, наприклад, щодо «взяття під контроль» певних територій.

Комісія з журналістської етики аналізує матеріали та надає практичні рекомендації, допомагаючи працівникам медіа відповідально висвітлювати нову для них тематику. Зокрема, Комісія вже поширила рекомендації щодо інформації, яку не можна розголошувати в медіа під час воєнного стану. Важливими видаються також Рекомендації для журналістів від Управління зв'язків з громадськістю ЗСУ.

Якісна професійна журналістика прагне насамперед до точного інформування аудиторії і відкидає кліше деструктивної російської пропаганди. В умовах війни ключового значення набуває вибір лексики та правильне використання термінів.

Виходячи з цього, Комісія з журналістської етики підготувала рекомендації з використання **«СЛОВНИКА ВІЙНИ»**. Такі рекомендації допоможуть колегам правдиво висвітлювати події і водночас — роз'яснювати аудиторії те, що стоїть за рядками офіційних зведень та заяв.

[війна]

[збройна агресія]

[вторгнення]

Збройна агресія з боку РФ, інших держав або коаліції держав — широкомасштабне застосування воєнної сили проти України шляхом ведення бойових дій, блокади її портів, узбережжя, повітряного простору тощо, що супроводжуються інформаційно-психологічними та кібернетичними операціями проти України.

Відповідно до закону «Про оборону України» збройною агресією проти України вважається будь-яка з таких дій:

- 1 вторгнення або напад збройних сил іншої держави або групи держав на територію України, а також окупація або анексія частини території України;
- 2 блокада портів, узбережжя або повітряного простору, порушення комунікацій України збройними силами іншої держави або групи держав;
- 3 засилання іншою державою або від її імені озброєних груп регулярних або нерегулярних сил, що вчиняють акти застосування збройної сили проти України, які мають настільки

серйозний характер, що це рівнозначно переліченим вищедіям, у тому числі значна участь третьої держави у таких діях;

- 4 дії іншої держави (держав), яка дозволяє, щоб її територія, яку вона надала в розпорядження третьої держави, використовувалася цією третьою державою (державами) для вчинення вищезазначених дій;
- 5 застосування підрозділів збройних сил іншої держави або групи держав, які перебувають на території України відповідно до укладених з Україною міжнародних договорів, проти третьої держави або групи держав, інше порушення умов, передбачених такими договорами, або продовження перебування цих підрозділів на території України після припинення дії зазначених договорів.

Поняття «вторгнення» є вужчим і використовується для опису нападу збройних сил РФ на територію України. Тоді як поняття «збройна агресія» включає як вторгнення, так і дії, не пов'язані безпосередньо з перетином збройними силами державного кордону.

Важливо пам'ятати, що **війна** Російської Федерації проти України триває з 2014 року. А 24 лютого 2022 року розпочався новий етап цієї війни — широкомасштабне вторгнення. Тому, якщо в журналістському матеріалі не згадуються часові рамки, можна використовувати терміни «війна», «збройна агресія». Якщо в тексті важливо зазначити, що йдеться про події після 24 лютого 2022 р., — тоді краще застосовувати термін «широкомасштабне вторгнення».

[воєнний]

[військовий]

Військовий — який стосується війська як силової структури або ж **військовослужбовців**: аташе, бюджет, шпиталь, дух, ешелон, завод, ко-
рабель, моряк, об'єкт, обов'язок, оркестр, парад, призов, радник, рапорт,
статут, академія, база, виставка, дисципліна, медицина, могутність, ор-
ганізація, перевага, підготовка, присутність, служба, справа, таємниця,
техніка, форма, хитрість, частина, виробництво, відомство, звання, пла-
нування, правило, співробітництво, спорядження, можливості, традиції.

Воєнний — який стосується війни, пов'язаний з нею: закон, конфлікт,
напад, переворот, період, потенціал, режим, стан, час, авантюра, бороть-
ба, доктрина, загроза, здобич, інтервенція, історія, катастрофа, небез-
пека, обстановка, операція, підтримка, політика, проблема, провокація,
ситуація, випробування, вторгнення, втручання, питання, приготування,
дії, події, зусилля, інтереси, плани.

**Можливе паралельне вживання «військовий» і «воєнний» з такими
словами:** блок, союз, суд, трибунал, диктатура, допомога, історія, ма-
шина, наука, промисловість, стратегія, тактика, теорія, зіткнення, мисте-
цтво, витрати, потреби, умови, цілі.

• **Військовий журналіст** — це військовослужбовець або пра-
цівник, який перебуває в штаті інформаційно-медійних струк-
тур Міністерства оборони і Збройних Сил України та готує
журналістські матеріали в рамках посадових обов'язків.

• **Воєнний журналіст** — це цивільна особа; журналіст, який
висвітлює події на війні.

• **Злочини та злочинці** можуть бути як військовими, так і во-
єнними.

- **Воєнний злочин** — свідоме грубе порушення законів та звичаїв війни. Збірне поняття у міжнародному праві, що об'єднує групу серйозних порушень правил ведення бойових дій («*закону війни*») та норм і принципів міжнародного гуманітарного права, що вчиняється умисно або через грубу необережність.
- **Військовими злочинами** визнаються передбачені розділом XIX Кримінального кодексу України злочини проти встановленого законодавством порядку несення або проходження військової служби, вчинені військовослужбовцями, а також військовозобов'язаними під час проходження ними зборів.
- *Обстріли російськими окупантами мирних українських міст, насильство над цивільним населенням — це **воєнні злочини**. А дезертирство, умисне пошкодження військового майна чи невиконання наказу — **військові злочини**.*

[окупанти]

[загарбники]

[терористи]

Офіційне формулювання — «російські окупаційні війська». Водночас обидва терміни — «окупанти» і «загарбники» — є правильними. А до терміну «терористи» під час опису дій, які мають ознаки терористичних, варто додавати прикметник «російські»: «*Російські терористи захопили в заручники цивільних мешканців і не дозволяють їм залишити будинок*».

Комісія з журналістської етики рекомендує працівникам медіа утримуватися від вживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдане контекстом, але і в цьому разі варто уникати частого вживання такої мови.

[тимчасово окуповані території]

[тимчасово захоплені території]

Тимчасово окуповані території України — це територія України, що контролюється Російською Федерацією внаслідок спроби анексії АР Крим, а також війни на сході України (Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України»). Крим та окремі райони Донецької й Луганської областей є тимчасово окупованими територіями.

Якщо в журналістському матеріалі йдеться про широкомасштабне вторгнення РФ 24 лютого 2022 р., доцільно використовувати терміни «**тимчасове захоплення території російськими військами**», «**тимчасово захоплені території**», «**територія, яка тимчасово контролюється російськими військами**».

[бойові дії]

[воєнні дії]

Бойові дії — форма застосування з'єднань, військових частин, підрозділів, інших сил і засобів для вирішення бойових (*спеціальних*) завдань в операціях або самотійно. Наприклад, використання підрозділів Збройних Сил України під час відсічі збройної агресії проти України. Також про бойові дії можемо говорити, коли йдеться про виконання інших завдань із застосуванням будь-яких видів зброї (*озброєння*).

Воєнні дії — організоване застосування військ, сил і засобів для воєнних операцій на суші, на морі, в повітрі, в космосі — в стратегічному і оперативному масштабах. Приклад: «*Міжнародний суд ООН у Гаазі зобов'язав Росію зупинити воєнні дії в Україні*».

Воєнні дії можуть вестися у формі кампаній, операцій, битв, ударів, боїв, систематичних бойових дій. Тобто бойові дії можуть бути частиною воєнних дій. В контексті широкомасштабної війни Росії проти України термін **«бойові дії»** доречно вживати, подаючи інформацію про ситуацію в конкретних регіонах, а **«воєнні дії»** – говорячи про війну загалом.

[бомбардування]

[обстріл]

[авіанальот]

Бомбардування – здійснюється ворогом за допомогою авіації шляхом скидання бомб та інших боєприпасів. **Синонімами «бомбардування» можуть бути слова «авіанальот» чи «авіаудар».**

Термін **«обстріл»** вживаємо, коли противник веде вогонь із артилерії, мінометів, реактивних систем залпового вогню, а також за допомогою ракетних комплексів. Також цей термін доречний, коли йдеться про вогонь, який веде противник зі стрілецької зброї та гранатометів.

Авіація завдає удар, а артилерія веде вогонь.

[крадіжка]

[мародерство]

[трофеї]

Крадіжка – це таємне вилучення майна, непомітне для потерпілого: наприклад, крадіжка телефона з кишені. Коли йдеться про привласнення окупантами майна цивільних громадян, правильно вживати термін **«мародерство»**, а не **«крадіжка»**. Важливою ознакою мародерства є скоєння злочину шляхом насильства – а не шляхом обману, як крадіжка.

Мародерство розглядається не тільки як військовий злочин на рівні Кримінального кодексу України, але й визнається міжнародним правом як воєнний злочин міжнародного характеру.

Цей злочин полягає в таємному або відкритому викраденні чи пограбуванні речей осіб, які зазнали тяжких поранень або померли на полі бою (*враховуючи місцевість, що зазнала бомбардування або обстрілів*). Також під мародерством можна розуміти розкрадання майна під час евакуації. Міжнародне право розглядає мародерство більш широко та включає в себе випадки використання безпорадного стану мешканців певних територій під час бойових дій для пограбування та розбою.

Слово «**трофеї**» традиційно означає військову техніку, спорядження, зброю супротивника, здобуту в бою. Оскільки цей термін має позитивне забарвлення, його доречно використовувати під час опису успішних дій українських військових: *«Українські бійці звільнили від окупантів село на Миколаївщині і захопили трофеї»*.

Водночас Комісія вважає неприйнятним вживання цього слова стосовно майна цивільних осіб, награваного російськими військовими або нечесними людьми, які грабують залишені квартири, будинки чи магазини.



[злочини проти людяності]

[злочини проти людства]

Обидва терміни вживаються як український переклад поняття міжнародного права *crimes against humanity*. Сьогодні більшість правників схиляються до думки, що словосполучення «**злочини проти людства**» є точнішим відповідником цього поняття. До злочинів проти людства належать низка злочинів, скоєних умисно і спрямованих проти цивільного населення, як-от вбивства, винищення, поневолення, депортація, ув'язнення, тортури, зґвалтування, сексуальне рабство, примусова проституція та інші.

Вживання журналістами понять міжнародного права та пов'язаних із цим термінів Комісія з журналістської етики планує докладніше висвітлити в окремих рекомендаціях.



РЕКОМЕНДАЦІЇ КОМІСІЇ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ ЩОДО ІНФОРМАЦІЇ, ЯКУ НЕ МОЖНА РОЗГОЛОШУВАТИ В МЕДІА ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Вранці 24 лютого 2022 року Росія розпочала широкомасштабне воєнне вторгнення в Україну. Важливу роль у спротиві ворогу відіграє своєчасне, достовірне та незаангажоване інформування громадян та світу про перебіг війни. У цьому контексті внесок українських медіа стає ще потужнішим, як ніколи.

З одного боку, журналістські стандарти під час війни нічим не відрізняються від стандартів часів миру. З другого боку, саме через війну журналісти і редакції мають посилювати свою пильність до стандарту достовірності і точності, подаючи матеріали в ефірі телеканалів, радіо чи онлайн.

Правила роботи журналістів та журналісток затверджені 3 березня 2022 року Головнокомандувачем ЗСУ Валерієм Залужним і стосуються періоду воєнного стану в Україні.

Він видав наказ №73, який регулює порядок акредитації представників ЗМІ під час воєнного стану, визначає перелік інформації, яку не можна розголошувати, встановлює порядок роботи журналістів в зоні ведення бойових дій.

Важливими видаються також Рекомендації для журналістів від Управління зв'язків з громадськістю ЗСУ.

Одне із протиріч в журналістській спільноті наразі викликає використання фотоматеріалів та зображень з українських міст, які тримають оборону. Журналісти прагнуть передати атмосферу, але побоюються, що будь-яка інформація може завдати шкоди військовим і цивільним.

У цьому контексті рекомендуємо керуватися такими підставами для роботи журналістів:

- ➔ У вищезгаданому наказі Головнокомандувача ЗСУ вказано, що до переліку інформації, розголошення якої може призвести до обізнаності противника та негативно вплинути на виконання завдань належить: інформація щодо системи охорони та оборони системи військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються. Водночас уточнюється, що **не йдеться про ті об'єкти, які видимі або очевидно виражені**.
- ➔ Варто показувати лише крупний план руйнувань чи уламків, де не видно географічних подробиць. Наприклад, це може бути зображення уламків чи воронки, за яким неможливо встановити, де точно воно було зроблене.
- ➔ Варто показувати лише ті ракурси, де видно, що все зруйновано, аби ворог не прилітав добивати, і ви не стали випадковими коригувальниками вогню.

- ➔ Якщо ви використовуєте контент із мережі, то обов'язково перевірте достовірність джерела та переконайтесь що фото і відео взяті саме із того місця, про яке йдеться.
- ➔ Недопустимо називати точну адресу, куди поцілили під час обстрілу окупаційні війська.
- ➔ Допустимо передавати інформацію, якщо окупанти завдають руйнувань важливим об'єктам цивільної інфраструктури — дитсадкам, лікарням, школам, телевежам, пологовим будинкам тощо. Така інформація є надзвичайно важливим доказом злочинів Росії проти України. Також такі інформаційні повідомлення будуть потрібні для майбутнього процесу над РФ в Міжнародному кримінальному суді в Гаазі.

Закон України «Про правовий режим воєнного стану» передбачає тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень. У тому числі обмеження можуть стосуватися свободи слова. Ці обмеження пов'язані з тим, що оприлюднення деякої інформації може становити ризик для цивільних та військових.

Нагадаємо, що в Наказі Головнокомандувача ЗСУ йдеться про такий перелік інформації, яку не можна розголошувати в медіа:

- 1 Найменування військових частин та інших військових об'єктів в районах виконання бойових завдань, географічні координати місць їх розташування.
- 2 Чисельність особового складу військових частин і підрозділів.
- 3 Кількість озброєння та бойової техніки, матеріально-технічних засобів, їх стан та місця зберігання.

- 4 Описи, зображення та умовні позначки, які ідентифікують або можуть ідентифікувати військові об'єкти.
- 5 Інформація щодо бойових дій чи операцій, які проводяться або плануються.
- 6 Інформація щодо системи охорони та оборони військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються *(крім тих, які видимі або очевидно виражені)*.
- 7 Порядок залучення сил та засобів до виконання бойових завдань.
- 8 Інформація про збір розвідувальних даних *(способи, методи, сили та засоби, що залучаються)*.
- 9 Інформація про переміщення та розгортання своїх військ *(найменування, кількість, місця, райони, маршрути руху)*.
- 10 Інформація про військові частини, методика або тактику їх дій.
- 11 Інформація про проведення унікальних операцій із зазначенням прийомів та способів, що використовувались.
- 12 Інформація про ефективність сил і засобів радіоелектронної боротьби противника.
- 13 Інформація про відкладені або скасовані операції.
- 14 Інформація про зниклий або збитий літак або зникле судно та пошуково-рятувальні операції, які плануються або проводяться.

- 15 Інформація про планування та проведення заходів забезпечення безпеки застосування військ (*дезінформація, імітація, демонстративні дії, маскування, протидія технічним розвідкам та захист інформації*).
- 16 Фото- і відеозйомка та інша наочна інформація з представниками незаконних збройних формувань.



Помічними також можуть стати рекомендації Інституту масової інформації (ІМІ) щодо **Правил для журналістів щодо поведінки з військовими**. Зокрема, там наголошується, що не варто робити записи і діставати мікрофон, не запитавши попередньо співрозмовника. А також не треба знімати обличчя бійців, їх позиції та озброєння. Розпитувати бійців краще про те, що відбувається на тому місці, де вони дислокуються.

Важливо пам'ятати, що **бійці не зобов'язані давати інформацію журналістам – це ваша робота її отримати**. Будьте доброзичливими, залишайтеся спокійними всередині, навіть якщо бійці будуть поводитися загрозливо. Обережно використовуйте камери – об'єктиви можуть давати відблиски як оптичний приціл, а значить, стати потенційною мішенню. Ніколи не беріть в руки зброю.

Пам'ятайте, якщо журналіст виконує свій журналістський обов'язок, то не носить зброю та не стріляє. Уникайте журналістів, які носять зброю, стріляють. Не беріть із собою додому кулі, навіть якщо вам бійці пропонують їх як сувеніри. Не вдягайте захисного спорядження або іншого одягу, призначеного для військових. Використовуйте бронежилети й каски лише немілітарного кольору і з написом PRESS.

Ще кілька важливих порад ми можемо взяти з редакційних настанов БІ-БІ-СІ. Зокрема, до висвітлення конфлікту (в нашому випадку до війни) застосовуються такі редакційні принципи:

- ➔ Тон наших повідомлень має таке ж важливе значення, як і їх надійність.
- ➔ Ми повинні поважати людську гідність, не пом'якшуючи при цьому реалій війни. Має бути чітке редакційне обґрунтування для використання дуже виразних зображень війни або сцен жорстокості.
- ➔ Наскільки можливо, ми зробимо так, щоб найближчі родичі не довідувалися про смерть чи поранення свого родича з наших випусків новин, сайтів або програм.

Комісія з журналістської етики нагадує, що журналісти повинні завжди забезпечувати баланс між суспільним інтересом щодо повної і точної інформації та потребою бути співчутливими. Завжди варто поважати недоторканність приватного життя і гідність мертвих. Варто також уникати необґрунтованого показу крупним планом облич і серйозних травм або інших матеріалів, пов'язаних з насиллям.

VII. Кодекс етики українського журналіста



У своїй діяльності Комісія базується на єдиному стандарті роботи — Кодексі етики українського журналіста — документі, що визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків.

Кодекс ухвалений 24 квітня 2004 року на з'їзді журналістів — підписантів документу, а в останній редакції зі змінами — 4 жовтня 2013 року на з'їзді підписантів Кодексу.

Документ затверджено 12 грудня 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України (НСЖУ) та раніше — рішенням Комітету Незалежної медіа-профспілки України (НМПУ).

Кодекс містить 19 статей. Вони написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства.

01

Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста

02

Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста

03

Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини

Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини. При цьому не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яка збирається і поширюється журналістом, є вищою, ніж приватні інтереси особи.

04

Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених

Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду.

05

Журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України

06

Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста

Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста. Журналісти і редактори повинні здійснювати кроки для перевірки автентичності усіх повідомлень, відео- та аудіоматеріалів, отриманих від представників загалу, фрилансерів, пресслужб та інших джерел.

07

Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією

08

Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст

Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст. Необхідно повідомляти аудиторію про подання відрепетируваних та реконструйованих новин.

09

Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного

Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного. Неприпустимим є розповсюдження інформації, що містить упередженість чи необґрунтовані звинувачення.

10

Точки зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано

Точки зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів.

11

Не допускається таке вибіркове цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту

Не допускається таке вибіркове цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту. Журналістські опитування громадян не повинні фабрикуватися з метою отримання наперед визначеного результату.

12

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

13

Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації

Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при збиранні інформації діє в правовому полі України і може вдаватися до будь-яких законних, у тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в збиранні інформації. Використання негласних прийомів збирання новин допускається лише тоді, коли це необхідно для забезпечення достовірності або точності матеріалу. Такі прийоми можуть бути виправдані лише у разі, коли іншими способами зібрати інформацію неможливо.

14

Плагіат несумісний із званням журналіста

15

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

Ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) варто лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу. Необхідно утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики.

16

Журналіста не можна в службовому порядку зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам

Журналіста не можна в службовому порядку зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам. Необхідно протистояти проявам зовнішнього втручання в контент — як безпосередньому тиску, так і діям, що мають непрямі ознаки такого втручання.

17

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

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

Журналіст не повинен використовувати службове становище в особистих цілях, з метою наживи, самореклами, у кар'єристських цілях та керуючись прагненням догодити певним силам чи особам. Журналіст не має права використовувати фінансову інформацію до її оприлюднення з метою власного збагачення.

18

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

Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми. Журналіст та редактор повинні мати обґрунтовані підстави для висвітлення приватного життя неповнолітньої особи (осіб) та дозвіл на це від її батьків чи опікунів. Неприпустимим є розкриття імен неповнолітніх (або вказування ознак, за якими їх можна розпізнати), які мали відношення до протизаконних дій, стали учасниками подій, пов'язаних із насильством.

19

Свідоме порушення норм журналістської етики є абсолютно несумісним з професійною журналістикою

Свідоме порушення норм журналістської етики є абсолютно несумісним з професійною журналістикою, піддається громадському осуду, може бути підставою для позбавлення прескарти чи членства в професійних спілках та НСЖУ. Розгляд конфліктних ситуацій етичного та професійного характеру здійснює Комісія з журналістської етики.

