

КОМІСІЯ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

ПРАКТИКУМ ІЗ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

Під редакцією проф. В.Ф.Іванова

Рекомендовано Міністерством освіти і науки,
молоді та спорту України як навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів

Київ
видавець
О.ЗЕНЬ
2012

УДК 179.1 (075.8)
ББК 76.12я 73
П-69

Гриф надано Міністерством освіти
і науки, молоді та спорту України
(лист № 1/11-1605 від 6 лютого 2012 р.)

Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту журналістики КНУ ім. Т.Шевченка
(протокол № 4 від 28 листопада 2011 року)

Рецензенти

В. Д. Демченко, професор, доктор філологічних наук
О. В. Тріщук, професор, доктор наук із соціальних комунікацій
О. М. Холод, професор, доктор філологічних наук

Комісія з журналістської етики висловлює щиро
вдячність усім меценатам, завдяки підтримці яких
стало можливим видання Практикуму

Опублікування данного підручника здійснено за підтримки
міжнародної організації International Media Support (IMS)
у рамках Програми IMS Медіа та Демократія
для Східної Європи та Кавказу

П-69 Практикум із журналістської етики [Текст]: Навчальний по-
сібник / Передм. В. П. Мостового. – В. Ф. Іванов, С. В. Штур-
хецький. – Під ред. проф. В. Ф. Іванова. – К. : видавець О.Зень,
2012. – 320 с.

ISBN 978-617-601-038-8

У навчальному посібнику, побудованому у формі практикуму, міститься опис практичних занять для вивчення дисципліни «Журналістська етика». У посібнику розглянуто дванадцять практичних аспектів професійної діяльності журналіста, об'єднаних у два змістовні модулі. Практикум має довідковий розділ, завдання для самостійної роботи і контролю знань.

Для студентів і викладачів вищих навчальних закладів. Навчальний посібник може бути використаний і журналістами-практиками під час підвищення кваліфікації та перепідготовки.

УДК 179.1 (075.8)
ББК 76.12я 73

© Комісія з журналістської етики, 2012

© В. Іванов, С. Штурхецький, 2012

ISBN 978-617-601-038-8

© О. Кордонець, макет обкладинки, 2012

ЗМІСТ

Замість передмови. У журналістських помилок немає строку давності... (В.Мостовий)	8
Етичний кодекс українського журналіста	11
Вступ	13
Використані скорочення	14

ЧАСТИНА ПЕРША

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ЖУРНАЛІСТА

Заняття 1. Зміст професійної етики журналіста	16
Рішення КЖЕ «Про відповідальність журналіста за наслідки його професійної діяльності»	19
Рішення КЖЕ «Щодо порушення норм журналістської етики тижневиком «Ясиноватская газета»	21
Володимир Мостовий: «Якщо в журналіста є совість, він не потребуватиме ніяких кодексів...»	22
Заняття 2. Регулювання у сфері журналістської етики	27
Рішення КЖЕ «Про об'єктивність журналіста»	30
Вікторія Сьюмар. І знову про хвороби української журналістики 33	
Заняття 3. Журналістські стандарти (етика контенту)	38
Рішення КЖЕ «Про конфлікт інтересів»	41
Юрій Опока. Як запровадити в українських медіа професійні стандарти?	43
Світлана Кабачинська. Кляп у фонтані	46
Заняття 4. Журналіст у колективі (етика відносин з колегами)	53
Висновок КЖЕ за заявою Л.Гейдар	56
Сергій Тихий. Не бути дурнем нині стало легше	58
Заняття 5. Етика підготовки журналістського матеріалу	61
Заява КЖЕ «Щодо висвітлення акцій протесту 16 вересня 2002 року»	65

Сергій Гузь. Конфлікт інтересів. Історії власних помилок	67
Заняття 6. Журналіст у суспільстві (етика співпраці)	73
Заява КЖЕ «Щодо відмови в акредитації»	76
Заява КЖЕ «Щодо діяльності детективних агентств під виглядом агентств із журналістських розслідувань»	78
Володимир Павлів. Між етикою та естетикою	80
Андрій Куликов: «За теперішньої влади легше працювати – якщо повністю пристати на пропоновані правила гри» (Тетяна Ковтунович)	84

ЧАСТИНА ДРУГА

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

Заняття 7. Робота журналіста з джерелами	91
Рішення КЖЕ «Про повагу до авторських прав»	95
Діана Дуцик: «Свобода слова – це справа суспільства» (Тетяна Ковтунович)	99
Тетяна Вергелес. Два уроки	107
Заняття 8. Етика при роботі з матеріалами різних жанрів	113
Заява КЖЕ «Щодо висвітлення студентських акцій протесту» .	116
Володимир Павлів. Медіа і мораль: дилеми публіциста	118
Сергій Штурхецький. Три уклінні прохання до колег	121
Заняття 9. Етика роботи з різними групами осіб та в екстремальних ситуаціях	126
Заява КЖЕ «Щодо публікації в журналі МАУП 'Персонал' статті Г.Щокіна 'Сионизм: идеология ubermenschen'»	129
Заява КЖЕ «Щодо газет 'Крымская правда' та 'Крымское время'»	131
Сергій Рахманін: «Розчарування минають, а журналістика й Україна залишаються» (Олена Коркодим)	134
Леонід Капелюшний. Історія з «данаїцями»	140

Заняття 10. Етика реклами	147
Принципи реклами (з Коментарю до Закону України «Про рекламу»)	150
Як зробити професійну етику стрижнем журналістської освіти?	156
Михайло Батіг. Текіла – напій «небезпечний»	161
Заняття 11. Етика політичної журналістики	165
Заява КЖЕ «Щодо висвітлення виборчого процесу»	168
Заява КЖЕ «Щодо розмежування статусів професійного журналіста і спостерігача»	170
Яна Дубинянська. Журналістська етика: вічна чи поствиборна?	171
Заняття 12. Мережева етика	180
Регламент спільноти професійних електронних медіа	183
Роман Головенко. Хто регулюватиме Інтернет в Україні?	188

ДОВІДКОВИЙ РОЗДІЛ

МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	193
До Заняття 2. Повноваження (Статут) Комісії з журналістської етики	194
До Заняття 5. Редакційний Статут телерадіокомпанії	200
Сім орієнтирів телебачення: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші	215
До Заняття 6. Принципи поведінки преси, радіо, телебачення та поліції для уникнення перешкод при виконанні завдань поліції та вільного поширення повідомлень (Німеччина)	219
Зразок інформаційного запиту від редакції газети	221
До Заняття 10. Кодекс професійної етики Української асоціації зі зв'язків із громадськістю (UAPR)	224
ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ	229
Колоквіум «Журналістська етика»	229
Цитата для роздумів	229
Типологія журналістів	231

Зберігаючи джерело	232
Заради чого гинуть журналісти?	233
Перед написанням матеріалу	234
СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ	236
Розділ перший. З практики Комісії з журналістської етики (Україна)	236
Завдання 1. «Оскар» чи осуд?	236
Завдання 2. Нічого особистого, це – бізнес!	236
Завдання 3. Всі хочуть бути журналістами...	237
Розділ другий. З практики Громадської колегії з комунікацій, інформаційної політики і свободи слова у ЗМІ (Російська Федерація)	237
Справа «І. Ясавеев проти телепрограми «Перехват»	237
Справа «О. Харенко проти телеканалу «НТВ»	238
Справа «С. Мітіна і С. Штаркова проти газети «СПИД-ИНФО»	241
Розділ третій. З практики Пресової Ради (Німеччина)	245
Ситуація 1. Фотоапарат під білим халатом	245
Ситуація 2. Як депутати «доліталися»...	245
Ситуація 3. «Нічийне» інтерв'ю	247
Ключі до вирішення ситуаційних задач	250
До розділу першого (Україна)	250
Завдання 1. Рішення КЖЕ «Про незаконні методи отримання інформації»	250
Завдання 2. Рішення КЖЕ «Про необхідність перевірки інформації». Пояснення до Рішення	252
Завдання 3. Рішення КЖЕ «Про масове надання журналістських посвідчень»	259
До розділу другого (Російська Федерація)	260
Справа 1. Рішення Громадської колегії РФ з комунікацій, інформаційної політики і свободи слова у ЗМІ у справі «І. Ясавеев проти телепрограми «Перехват»	260

Справа 2. Рішення Громадської колегії РФ з комунікацій, інформаційної політики і свободи слова у ЗМІ у справі «О. Харенко проти телеканалу «НТВ»	266
Справа 3. Рішення Громадської колегії РФ з комунікацій, інформаційної політики і свободи слова у ЗМІ у справі «С. Мітіна і С. Штаркова проти газети «СПИД-ИНФО»	271
До розділу третього (Німеччина)	275
Ситуація 1. Фотоапарат під білим халатом	275
Ситуація 2. Як депутати «доліталися».....	277
Ситуація 3. «Нічийне» інтерв'ю.....	279
НОРМАТИВИ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ	280
Декларація принципів поведінки журналістів	280
Кодекс професійної етики українського журналіста	281
Публіцистичні засади (Пресовий кодекс, Німеччина)	284
Кодекс журналістської етики Швеції (уривки)	287
Редакційні цінності Бі-Бі-Сі	289
Резолюція 1003 (1993) Ради Європи. Про етичні принципи журналістики	292
Рада Європи. Комітет міністрів. Рекомендація № R (2000) 7. Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації	298
Додаток до Рекомендації № R (2000) 7. Принципи, що стосуються права журналістів не розкривати свої джерела інформації	300
СЛОВНИК ТЕРМІНІВ	304
ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ	309
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	310
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА	312
ПРО АВТОРІВ	316
ПОДЯКИ	317

ЗАМІСТЬ ПЕРЕДМОВИ

У журналістських помилок немає строку давності...

Коли я був студентом, в Україні було три журналістських факультети – київський, львівський та Вищої партійної школи. Наш декан, професор Дмитро Прилюк, на ознайомчій лекції першого семестру сказав: якщо ви вважаєте, що факультет журналістики навчить вас писати, то ви помиляєтесь. Бо ті, хто вміє писати, працюють у редакціях, а хто не вміє, той викладає на факультеті журналістики.

Нині уже не три, а 71 вищий навчальний заклад України має ліцензію на випуск журналістів. За інформацією ОБСЄ, щороку в нашій країні за спеціальністю «Журналістика» випускають 10?300 осіб. Це, військовою термінологією, - десять полків! Якщо тоді не вистачало кваліфікованого викладацького персоналу, то чи вистачає його зараз? Ні. Тому досить часто випускають не-підготовлених людей. Це не стосується Київського інституту журналістики, львівського факультету, де сформовано свої школи, але ж зараз і при авіаційному, і при інженерному, і при майже будь-якому виші є свій журфак.

Здавалося б, це має компенсуватися на порядок більшою кількістю засобів масової інформації у порівнянні з тими часами. Але це не зовсім так. Наказали довго жити багатотиражні газети, чимало районів укрупнились – з двох-трьох залишилась одна. Натомість з'явилося багато ЗМІ, в яких працюють непрофесіонали, хай навіть із дипломом. Той-таки професор Прилюк казав нам: не думайте, що університет зробить вас розумними, він лише дасть вам диплом. А хто контролює ці ЗМІ? Також переважно непрофесіонали, які можуть торгувати меблями, металом, курми або чим завгодно, а ЗМІ розглядають переважно як засіб впливу. Чи варто після цього дивуватися сучасному рівню професійної етики журналістів?

Я ж вважаю, що професійна етика – це як підстраховочна сітка. Ви працюєте під куполом, можете зірватися, але якщо ви не порушуєте професійних вимог, це вас врятує. Якщо ні – розіб'ється: наразитися на судовий позов, звільнення, ще щось. А ще я вважаю, що професійна етика для журналіста – це як вестибулярний апарат: дозволяє орієнтуватися в просторі, стояти на ногах, рухатися, не згинаючи спину.

Тому, як на мене, етика – головний предмет при підготовці журналіста. Все одно філологи краще за журналістів володіють словом. Тим більше, що журналістика все далі відходить від літературної творчості. У Бозі спочили такі жанри, як нарис, фейлетон, та й репортаж – а вони ж були найвищим пілотажем журналістики! Про судовий нарис я мовчу. За шістнадцять із гаком років роботи в «Дзеркалі», а до того – за чотири в «Хрещатику», мені не вдалося знайти людину, яка взялася б за судовий нарис. А це те, що дає ім'я і газеті, й автору!

Звичайно, за ці десять років найважливішим було розробити Етичний кодекс українського журналіста та ухвалити його на з'їзді. Потім він доповнився кількома статтями – 2-ю, 18-ю... Особливо напруженою була дискусія щодо статті 2, згідно з якою служіння не суспільству, а владі є порушенням професійної етики. Чимало колег виступали проти цього – особливо ті, хто працює в комунальних і державних виданнях.

Комісія багато їздила регіонами, ми зустрічались із журналістами, виступали на факультетах, пропонуючи підписатися під кодексом. Та часто стикалися з тим, що відкрито погоджувалися підписати дуже мало людей, а інші потім, після засідання, підходили й казали: підпишуся з радістю, хай тільки вибори пройдуть...

І в такому «прагматичному», а я б сказав – споживацькому, ставленні до професії, на жаль, змін на краще з роками дуже мало. Ми, як Комісія з журналістської етики, намагалися внести свою лепту в реформування журналістської освіти, наполягаючи на збільшенні кількості годин викладання професійної етики. Із попереднім міністром освіти ми свого часу зустрічались і домовилися, що процес викладання етики буде наскрізним, і не

36 академічних годин, як раніше, а набагато більше. Ми оголошили конкурс, було створено підручник із журналістської етики, який одержав гриф МОН і вже витримав три видання накладом кожне дві тисячі і більше. Та навіть цього замало, з огляду на кількість випускників. До того ж, цей підручник корисно було б мати тим, хто журналістську етику не вивчав взагалі або прослухав лише оті 36 годин.

Тепер виникла ще одна нагальна потреба – Практикум до підручника, в якому було б розглянуто приклади застосування етичних норм і принципів, наведено справжні ситуації й вирішено невігдані професійні проблеми. Спілкуючись із викладачами вітчизняних вишів, журналістами-практиками, експертами з інших країн, ми змогли вийти на обриси такого Практикуму, який тепер, завдяки меценатам, ви маєте змогу, шановний читачу, тримати в руках.

Безумовно, цей навчальний посібник у подальшому буде вдосконалюватися і перероблюватися, нові автори додадуть нові ідеї, а бурхливе інформаційне море підкидатиме нам нові етичні дилеми, на які не завжди можна буде дати однозначні відповіді. І це добре, бо так і має бути.

Але і навряд чи хтось, незважаючи на свій досвід і вміння, зможе впевнено сказати, що він усе знає в етичній царині. У журналістських помилок, які кожен з нас колись допускав, немає строку давності...

Щиро ваш
Володимир Мостовий,
*засновник тижневика «Дзеркало тижня»,
голова Комісії з журналістської етики*

Етичний кодекс українського журналіста

1. Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста.

2. Служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста.

3. Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини.

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

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

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

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

8. Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстивки, заголовки, відповідність відеоряду і текстового супроводу тощо не повинні фальсифікувати зміст.

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

10. 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. 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 при зборі інформації діє в правову полі України і може вдатися до будь-яких законних,

в тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації.

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. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) слід лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу.

16. Журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам.

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

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

Вступ

Метою викладання дисципліни «Журналістська етика» є формування професійної моральної культури журналіста, який зобов'язаний дотримуватися вимог журналістської етики, свідомо формувати моральну культуру соціуму через ЗМІ й робити правильний моральний вибір у професійній діяльності.

Завдання викладання дисципліни полягає в тому, щоб дати системні знання професійних ціннісно-етичних орієнтирів, етичних вимог, закріплених у міжнародних, національних, корпоративних нормативних документах з журналістської етики, сформувати моральну свідомість журналістів, виробити навички дотримання професійних етичних вимог і вміння врегульовувати моральні проблеми у професійній діяльності, а також підвищити моральну культуру майбутніх журналістів.

Після вивчення курсу «Журналістської етики» студенти повинні знати основні поняття журналістської етики; етичні вимоги міжнародних і національних документів із журналістської етики; державні й недержавні системи регулювання порушень етичних вимог у пресі, на радіо, телебаченні, в Інтернет-ЗМІ в Україні та світі. Студенти мають вміти: дотримуватися професійних етичних вимог: етичних принципів, етичних норм, прав та обов'язків журналіста, журналістського етикету; врегульовувати моральні проблеми в професійній діяльності на всіх етапах; своїми матеріалами підвищувати моральну культуру аудиторії ЗМІ; вміти виявляти порушення етичних вимог у ЗМІ; враховувати науково обґрунтовані підходи дотримання етичних вимог у журналістській практиці, в опублікованих матеріалах; дотримуватися журналістського етикету офіційного й неформального спілкування у професійній діяльності.

Практикум складається з 12 тематичних занять, об'єднаних у два змістовних модулі. Структура кожного заняття однотипна, однак вона може піддаватися корекції з боку викладача. Під час кожного заняття студенти аналізують одне-два положення з Етичного кодексу журналіста, закріплюють отримані теоретичні знання під час лекційного курсу дискусією у форматі семі-

нарського заняття, діловою грою. Для самостійного вивчення і напрацювання практичних навичок студенти виконують практичні заняття, ознайомлюються з актуальними текстами, які стосуються етичних проблем вітчизняної журналістики.

Важливим елементом вивчення дисципліни повинно стати постійне вирішення етичних задач, розгляд ситуацій із журналістської діяльності.

Комісія з журналістської етики

ВИКОРИСТАНІ СКОРОЧЕННЯ

ОБСЄ – Організація з безпеки і співробітництва в Європі

КЖЕ – Комісія з журналістської етики

ЕКУЖ – Етичний кодекс українського журналіста

НМПУ – Незалежна медіа-профспілка України

НСЖУ – Національна спілка журналістів України

ЧАСТИНА ПЕРША

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ЖУРНАЛІСТА

**ЗАНЯТТЯ 1. ЗМІСТ ПРОФЕСІЙНОЇ
ЕТИКИ ЖУРНАЛІСТА**

**ЗАНЯТТЯ 2. РЕГУЛЮВАННЯ У
СФЕРІ ЖУРНАЛІСТСЬ-
КОЇ ЕТИКИ**

**ЗАНЯТТЯ 3. ЖУРНАЛІСТСЬКІ
СТАНДАРТИ (ЕТИКА
КОНТЕНТУ)**

**ЗАНЯТТЯ 4. ЖУРНАЛІСТ У КОЛЕК-
ТИВІ (ЕТИКА ВІДНОСИН
З КОЛЕГАМИ)**

**ЗАНЯТТЯ 5. ЕТИКА ПІДГОТОВКИ
ЖУРНАЛІСТСЬКОГО
МАТЕРІАЛУ**

**ЗАНЯТТЯ 6. ЖУРНАЛІСТ У
СУСПІЛЬСТВІ (ЕТИКА
СПІВПРАЦІ)**



ЗАНЯТТЯ 1. ЗМІСТ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ЖУРНАЛІСТА

• Журналістська етика як основа діяльності журналіста. Етичні принципи журналіста. Особливості відповідальності журналіста: перед аудиторією, колегами, самим собою, роботодавцем. Складові індивідуальної моральної культури журналіста. Складові моральної культури газет, журналів, теле-, радіопередач.

• ЦИТАТА ДНЯ

Якщо функції перших трьох гілок влади тримаються на силі закону, то преса спирається на силу моралі (Віталій Карпенко).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Свобода слова та висловлювань є невід'ємною складовою діяльності журналіста (п.1).

Служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста (п.2).

Зпитання для аналізу:

А. Що таке свобода слова? У чому полягає зміст діяльності журналіста?

Б. Яка відмінність між складовими таких понятійних тандемів: «держава-суспільство», «влада-держава», «чиновник-влада», «журналіст-суспільство», «журналіст-влада»?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Яким, на вашу думку, має бути «ідеальний журналіст»?

Що заважає сучасним журналістам повністю відповідати вимогам до «ідеального портрету»? Що заважає особисто вам?

Успіх журналіста – у чому він відображається (гроші, слава, внутрішнє задоволення)?

Чи заважають етичні принципи досягти журналісту успіху? Чи, навпаки, допомагають?

• ДІЛОВА ГРА «Портрет ідеального журналіста»

Студенти розділяються на дві групи. Перша група – підбирає 10 слів, які, на їхню думку, найповніше характеризують образ «ідеального журналіста».

Друга група – підбирає 10 слів, які, на їхню думку, найповніше характеризують образ «сучасного журналіста».

Групи презентують свій «портрет», даючи коротке пояснення кожному слову у характеристиці. Визначають «окремі думки», які виникли під час роботи в групах, спільні для двох «портретів» слова, детально аналізують відмінності. Яких характеристик можна було б відносно безболісно позбутися? Які би харак-

теристики хотіли запозичити із «портрета» іншої групи?

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть есе (до 1000 знаків) – «Ключові характеристики журналіста», в якому проаналізуйте п'ять «основних» слів.

2. Знайдіть і законспектуйте один матеріал у вітчизняній періодиці, присвячений проблемі журналістської етики.

• ДОКУМЕНТ

Рішення КЖЕ «Про відповідальність журналіста за наслідки його професійної діяльності».

Рішення КЖЕ «Щодо порушення норм журналістської етики тижневиком «Ясиноватская газета».

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Володимир Мостовий: «Якщо в журналіста є совість, він не потребуватиме ніяких кодексів...»

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Етика, журналістська етика, мораль, соціальна відповідальність журналіста, деонтологія

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Що таке журналістська етика?

Які є складові професійного портрета журналіста?

Які є загальні принципи етики журналіста?

Чи завжди інтереси влади відповідають інтересам суспільства? Наведіть приклади із історії журналістики.

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 10-29.

Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: учебник / Д.С. Авраамов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 272 с. - С. 3-18.

Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загальн. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. –

- 262с. – С.217-220 (розділ «Відповідальність медіа»).
- Дэ́ннис Э., Мэри́лл Д. Беседы о масс-медиа. М.: Российско-американский информационный пресс-центр. Изд-во Вагриус, 1997. (Глава «Профессиональная этика журналиста»).
- Дуцик Д. Політична журналістика. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 138 с. – С. 8-30 (розділ «Свобода слова в контексті політичних прав і свобод»).
- Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – (Серия «Медиаобразование»). – С. 264-268, 286-290.
- Кузнецова О.Д. Професійна етика журналіста: посібник / О.Д.Кузнецова. – Львів: ПАІС, 2007. – 246 с.
- Моисеев В.А. Журналистика и журналисты. – К.: Дакор., 2002. – 400с. – С. 76-80, 110-113.
- Розкошний А.П. Демократія в журналістській творчості. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 112 с. – С. 81-88.
- Шаповал Ю.Г. Феномен журналістики: проблеми теорії : Монографія. – Рівне: РВП «РОСА», 2005. – 248 с. – С. 209-230 (розділ «Особистість журналіста»).

• ДОКУМЕНТ

Рішення Комісії з журналістської етики «Про відповідальність журналіста за наслідки його професійної діяльності»

До Комісії з журналістської етики звернувся колишній журналіст телеканалу ICTV О.Кутєпов з проханням дати оцінку ситуації, яка склалася після підготовки ним сюжету для каналу про незаконний видобуток піску з кар'єра на Жуковому острові. Комісія провела зустрічі з О.Кутєповим, керівником відділу публіцистичних програм ICTV О. Соколовою, шеф-редактором «Телекритики» Н.Лігачовою. Крім того, Комісія ознайомила з робочими відеозаписами підготовки сюжету О.Кутєпова та аудіозаписом інтерв'ю Н.Данькової з О.Соколовою.

Було встановлено, що до О.Кутєпова, як до кореспондента каналу, звернувся громадянин О.Гончаров з повідомленням про незаконний видобуток піску, що ставить під загрозу екологічний стан Жукового острова. О.Кутєпов провів відеозйомку та викликав правоохоронців, які зафіксували порушення. Наступ-

ного дня після зйомок О.Гончарова було вбито. За три дні з'явилося повідомлення на сайті «Телекритика», підготовлене журналісткою Н.Даньковою, в якому О.Соколова пов'язувала загибель О.Гончарова з непрофесійними діями О.Кутєпова.

Як видно з робочого відеозапису, зробленого О.Кутєповим, О.Гончаров добровільно виступив як джерело інформації, просив оприлюднення інформації про незаконний видобуток піску та погрози фізичної розправи над ним і його родиною. Також він повідомив про те, що його звернення до правоохоронних органів з цього приводу не отримували належної реакції. Під час запису інтерв'ю з О.Гончаровим журналіст самостійно викликав міліцію, яка припинила незаконний видобуток. Після вбивства О.Гончарова з'явилася публікація, в ліді якої говорилося про те, що «Оксана Соколова пов'язує загибель пенсіонера – героя сюжету «Максимуму в Україні» – з непрофесійними діями журналіста Олексія Кутєпова». Тобто в лід було винесено не фактичні слова О.Соколової, а й те, як журналістка їх зрозуміла.

З огляду на вищесказане, Комісія з журналістської етики:

– не вбачає в діях О.Кутєпова ознак непрофесійності. Комісія вважає, що журналіст не несе відповідальності за наслідки своєї професійної діяльності, якщо він робить її за стандартами професії. Джерело, якщо воно дієздатне, само в змозі передбачити наслідки своїх дій, і якщо воно не заперечує проти оприлюднення своїх ідентифікаційних даних, журналіст зобов'язаний їх вказувати. У даному випадку журналіст не просто висвітлював подію, але й ініціював її розвиток (викликав міліцію, яка припинила видобуток). Але журналіст мав це зробити для перевірки слів джерела, для всебічного розслідування ситуації та для припинення злочину.

Без сумніву, трагічна загибель людини – джерела інформації при проведенні журналістського розслідування є резонансною подією. Комісія рекомендує журналістам при обговоренні подій, що мають особливу гостроту, подавати точні цитати, уникаючи їхньої довільної інтерпретації.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

Рішення Комісії з журналістської етики «Щодо порушення норм журналістської етики тижневиком «Ясиноватская газета»

Комісія з журналістської етики отримала заяву І.Степанченка щодо порушення норм журналістської етики тижневиком «Ясиноватская газета». Вивчивши надані примірники газет, Комісія заявляє:

1. «Ясиноватская газета» порушує право громадян на об'єктивне та неупереджене висвітлення подій, оскільки постійно звертається лише до одного джерела інформації, тобто органів міської влади, не представляючи на своїх сторінках точки зору опонентів або незалежних експертів.

2. У передвиборчий період 2002 року газета, по суті, стала рекламним агітаційним листком кандидата на посаду мера - нині діючого мера міста Ясиновата О.Русаченка, що є порушенням права громадян на отримання необхідної для усвідомленого вибору інформації.

Враховуючи той факт, що «Ясиноватская газета» є єдиною загальноміською газетою, Комісія з журналістської етики кваліфікує наведені дані як істотні порушення норм журналістської етики і звертається до редактора газети з пропозицією вжити необхідних заходів для виправлення ситуації.

Водночас Комісія змушена зазначити, що необ'єктивність подачі матеріалу притаманна багатьом українським бюджетним ЗМІ. Відтак звертає увагу редакторів та колективів цих ЗМІ на їхню відповідальність перед платниками податків, за рахунок яких вони фінансуються.

Комісія звертається також до органів місцевого самоврядування і наголошує на тому, що дотаційні ЗМІ не є власністю цих органів і тиск на редакційні колективи є неприпустимим в умовах демократичного суспільства.

Рішення надсилається редактору тижневика «Ясиноватская газета» п. Сайніді, міському голові м. Ясиновата п. Русаченку та заявнику п. Степанченку.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Володимир Мостовий: «ЯКЩО В ЖУРНАЛІСТА Є СОВІСТЬ, ВІН НЕ ПОТРЕБУВАТИМЕ НІЯКИХ КОДЕКСІВ...»

«...а якщо немає – ніякий кодекс не допоможе». Голова Комісії з журналістської етики – про те, чим живе комісія, і чому етика є найголовнішим предметом для студентів журналістики.

– Володимире Павловичу, 2011 року Комісії з журналістської етики, яку ви очолюєте, виповнюється десять років. Якби Етичний кодекс українського журналіста укладався зараз, чи мав би він такий самий вигляд? Чи до нього довелось би додати якісь нові пункти?

- Не в кодексі ж проблема. На сайті комісії є кілька кодексів: німецький, британський, французький, шведський та інші. Наш – не найгірший. Хоча тут ще як подивитися: наприклад, французький займає всього півсторінки і затверджений на початку ХХ століття. І змін до нього не було. Що, в суспільстві змін не було? Були. Просто він так виписаний.

Кодекс сприймається нормально, він – як десять заповідей. Але десять заповідей існують дві тисячі років, і уявіть, що творилося б, якби їх не існувало. Когось вони стримують, когось – ні. А в нашому випадку найскладніше повірити в те, що дотримання цих правил принесе тобі користь як професіоналу. Бо навколишнє життя вчить журналістів: сидітимеш на самій «джинсі» – житимеш краще.

– В чому ви зараз убачаєте головні проблеми в роботі комісії?

– У механізмах впливу. Ті механізми, які були закладені в статут – дружні попередження, громадський осуд, рішення і заяви. Тоді як у деяких країнах існує прес-карта, якої журналіста можуть позбавити, якщо він порушив етичні норми. А це вже вовчий квиток: у жодній редакції із таким журналістом не схочуть працювати. У нас теж є прес-карти – Національної спілки журналістів, Незалежної медіа-профспілки України... А на-

справді прес-карта має бути одна і використовуватися замість журналістського посвідчення.

Або ще один варіант. У Данії, якщо суд загальної юрисдикції розглядає скаргу на засіб масової інформації або журналіста, він звертається до етичної комісії. Вона дає свій авторитетний експертний висновок щодо наявності чи відсутності порушень професійних стандартів, і суд ураховує його при винесенні рішення. В нас немає ні того, ні іншого. Покоління, навчене радянським досвідом, звикло думати: якщо за це не розстрілюють, то це нормально. Громадський осуд? Теж мені! В умовах відсутності журналістської солідарності одні не подаватимуть руки людині, якій оголошено громадський осуд, а інші побіжать пити з нею чарку. Забере в такого журналіста прес-карту профспілка – буде карта НСЖУ, забере НСЖУ – отримає в профспілці.

– *У багатьох країнах подібні комісії створюються не журналістами, а видавцями. Чи може в Україні з'явитися така практика?*

– Є кілька варіантів, і наш серед них найдемократичніший. Наша комісія – член Європейського альянсу рад із преси, і в більшості країн діють саме presscouncils (ради з преси). У Великій Британії із дванадцятьох членів такої ради шестеро – головні редактори, ще шестеро – визначні діячі: аристократи, науковці, режисери абощо. Вони мають у штаті сімнадцять службовців, які перевіряють скарги, виїжджають на місця, готують проекти постанов чи рішень ради і доповідають на засіданні, а потім уже члени ухвалюють рішення. І, до речі, їхній бюджет 1,3 мільйона фунтів стерлінгів на рік. А наша комісія ніколи не мала ні фінансування, ні членських внесків...

– *Ви маєте на увазі державне фінансування?*

– Ні, державне, наскільки я знаю, має лише німецька прес-рада, і то лише на третину. Дві третини фінансування – за рахунок спілки журналістів, засновників ЗМІ, профспілки та внесків фрилансерів. Нам держава пропонувала фінансування, але ми сказали: вибачте, ні. Самі розумієте, з яких причин. У Росії була така собі Палата з інформаційних спорів при президентові Російської Федерації, фінансована з бюджету. То там не було вза-

галі жодного журналіста, лише юристи та громадські діячі. Потім, уже за Путіна, цей орган закрили, бо це не інститут громадянського суспільства. Я, до речі, здивувався, дізнавшись, що на другому місці за обсягами фінансування португальська пресрада. Здавалося б, скільки там тієї Португалії... А комісія, що зветься як у нас, є лише в Литві.

Словом, ми не маємо нічого – ні членських внесків, ні інших надходжень. Надія тільки на гранти. Що й дало підставу Володимиру Скачку казати (не лише про комісію, а взагалі про різні журналістські проекти), що ми «грантососи». На що я відповів: краще бути грантососом, ніж гарантососом.

Певною мірою ми в ситуації, що склалася, винні самі. Ми абсолютно не займалися промоцією комісії. Журналісти могли би робити це у своїх ЗМІ, але вони кажуть: це нам цікаво, а читачеві – не дуже... Брак коштів нас дуже стримує. Засідання відбуваються в столиці, а більшість членів комісії – люди із провінції, їм треба оплатити дорогу до Києва й назад. Сайт маємо, а розвивати, модерувати його нікому. Навіть не говоритиму, скільки я вклав у це все із власної кишені.

Знов-таки, поїздки Україною, виступи в університетах, проведення семінарів для викладачів факультетів журналістики, різні зустрічі. В нас був такий сценарій: приїхавши, ми спочатку зустрічались із передовою групою з чотирьох-п'яти місцевих журналістів, що вводили нас у курс проблем, із якими стикаються в регіоні. Після цього ми зустрічались із губернатором, мером обласного центру, десь – із головою суду, десь – із обласним прокурором чи головним міліціонером, залежно від того, до кого є претензії. І запитували їх: що ж ви робите?

– *Яким чином відбувається розгляд скарг?*

– Ми формуємо робочу групу з двох-трьох членів комісії, які виїжджають на місце події, зустрічаються з обома сторонами конфлікту, роблять свої висновки та готують проект рішення. Зазвичай проекти не проходять гладко – були випадки, коли ми сперечалися кілька годин. Запізнювалися на автобуси, на поїзди, але сиділи, поки не ухвалимо рішення. В деяких випадках відмовляємо у розгляді, зокрема, якщо питання розглядається в суді.

– *Хто звертається до комісії найчастіше?*

– Буває, звертаються журналісти, але найчастіше – герої їхніх матеріалів. Прокурори, міліція, релігійні організації. Бізнесмени – перш ніж позиватись щодо захисту честі, гідності і ділової репутації. Просто приватні особи. На жаль, усе це не досить активно відбувається.

Коли ми заснували комісію, у деяких ЗМІ можна було прочитати: Мостовий зробив собі іграшку й бавиться в неї. Інші писали: ага, ясно, Мостовий піде в політику, балотуватиметься до Верховної Ради, ось і зробив собі таку приступочку. Все це нісенітниця. Ці люди просто не знають мене – я ніколи не рвався в політику, крий Боже туди потрапити. Для політики я занадто м'яка людина. Тому мене й запросили очолити комісію – для цього була потрібна людина, по-перше, авторитетна, по-друге, все-таки схильна до компромісів. Якби когось упертого поставили, діла не було б – вийшов би конфлікт, помножений на конфлікт.

– *Що можна було б змінити чи вдосконалити, аби підвищити ефективність комісії?*

– Наприклад, запровадити спільну прес-карту. Нехай її видають НСЖУ та НМПУ, тільки спільно, а не окремо. І вони ж нехай цю прес-карту забирають, якщо людина порушила професійні стандарти, але тільки за висновком Комісії з журналістської етики.

Можливо, не варто обмежуватись виключно журналістами. Було б непогано, якби до неї запросили моральних авторитетів, знакових для суспільства людей. Не знаю, чи пішли б Ліна Костенко або Іван Дзюба цим займатися, але є й інші. Задля ефективності не зайвою була б і участь у комісії засновників ЗМІ. Я не маю на увазі Пінчука, Гайдука, Ахметова, Коломойського, нехай це будуть люди, які відповідають за медіа-бізнес у їхніх корпораціях. Вони мають зрозуміти, що це їм потрібно, бо захистить їх самих та їхніх роботодавців від медіа-кілерства.

Тут потрібен життєвий досвід. Зараз в 71 українському вишій журналістську етику викладають аспіранти, які ніколи не працювали в редакції. Вони не уявляють усіх колізій, усіх тонкощів

не тільки ситуацій, до яких потрапляють журналісти, але й взаємин у редакційних колективах. У підручнику, про який я говорив, мені бракує розділу щодо професійних відносин у редакції, у журналістському цехові загалом, щодо конкуренції ЗМІ при висвітленні певних подій.

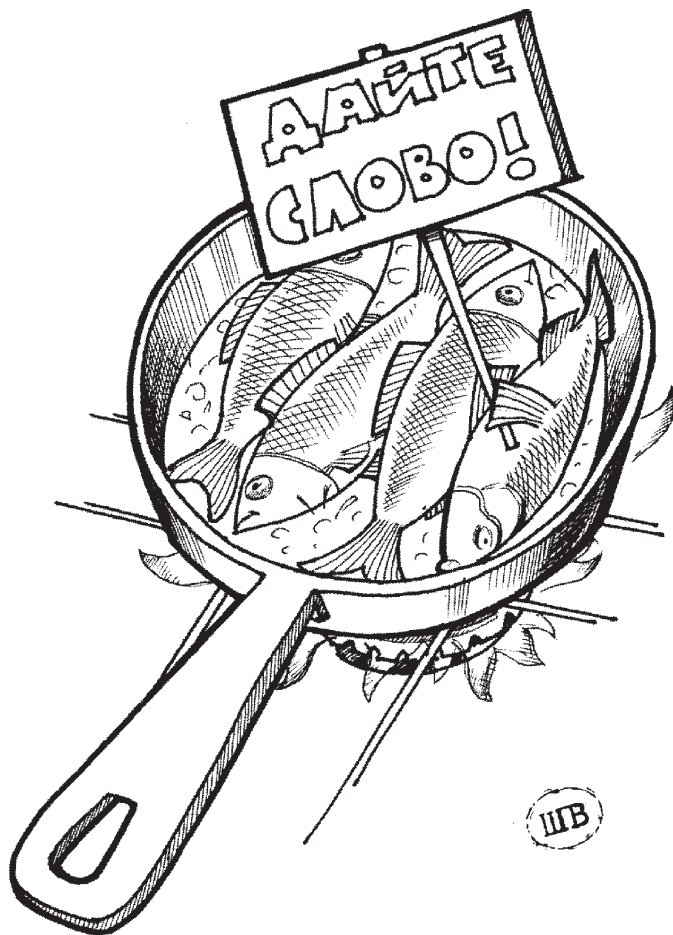
– *Але ж людина, яка трактує кодекс і, спираючись на нього, розглядає певну конфліктну ситуацію, значною мірою керується своїм власним сумлінням. Наскільки це важливо для членів комісії?*

– А що таке етика? Не в буквальному перекладі, а в умовному – це совість, от і все. Професійна совість. Можна написати цілий том вимог, а можна викласти їх стисло, тоді до переліку не ввійде багато положень. Але якщо в журналіста є совість, він не потребуватиме ніяких кодексів, а якщо немає – ніякий кодекс не допоможе. Це, знов-таки, як із десятьма заповідями. Легко сказати: «Не чини перелюбу», а якщо дуже кортить?..

– *Наскільки, на вашу думку, проблема свободи слова пов'язана із журналістською етикою? Чи є протистояння тискові, цензури, втручання в редакційну політику також етичним питанням?*

– У кодексі є стаття про тиск на журналіста з боку редакторів або власників. Журналіст не повинен виконувати розпорядження своїх керівників, якщо вони суперечать його поглядам та принципам професійної етики. Якщо ж тиск іде з боку політиків і бандюганів, то це просто кримінал – до чого тут етика?

*Тетяна Ковтунович,
«Медіаетика»*



ЗАНЯТТЯ 2. РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

• Зміст і сутність регулювання у сфері журналістської етики. Види регулювання – нормативне, професійне, моральне. Правове регулювання – законодавство; професійне саморегулювання – редакційний статут, профспілка, НСЖУ, КЖЕ, громадські організації і рухи; особисті моральні принципи журналіста.

• ЦИТАТА ДНЯ

За умовами своєї праці журналіст перебуває в таких обставинах, коли ледь не на кожному кроці він мусить, хоче того чи ні, робити вибір, зокрема й моральний (Галина Лазутіна).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста (п.6).

Затитання для аналізу:

А. У чому полягає повнота та об'єктивність інформації? Як визначити ці якісні показники?

Б. Як використовує громадськість своє право на повну й об'єктивну інформацію про факти та події?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Чи потрібне, на вашу думку, регулювання у сфері журналістської етики?

В чому різниця між правом і етикою?

Якому виду регулювання ви віддаєте перевагу - правовому чи моральному?

Як різні види регулювання доповнюють одне одного у сфері журналістської етики?

Коли можна не виконувати редакційний статут або вказівки редактора? І чи допомагає (заважає) статут у журналістській роботі?

Як сприяє роботі журналіста Закон України «Про доступ до публічної інформації»?

Для чого журналісти об'єднуються у творчі і професійні спілки?

• ДІЛОВА ГРА «Редакційний статут»

Студенти розподіляються на дві групи – «Профспілка» і «Топ-менеджмент ЗМІ».

Викладач (або підготовлений завчасно студент) виконує роль Власника. На початку гри Власник оголошує, що «Профспілка» і «Топ-менеджмент ЗМІ» ініціювали прийняття в новоствореній

газеті його медіа-холдингу Редакційного статуту. Власник пропонує групам розробити структуру (перелік розділів) Статуту із коротким описом змісту розділів.

Групи презентують свій проект Редакційного статуту, обґрунтовуючи необхідність та змістовне наповнення розділів. Визначають спільні особливості та відмінності двох проектів. Власник намагається своїм авторитетом «проштовхнути» вигідні для нього розділи і позбутися «незручних» розділів. Наприкінці гри студенти діляться враженнями, викладач резюмує заняття.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Напишіть есе (до 1500 знаків) – «Якби я був головою Комісії з журналістської етики», в якому опишіть Ваші кроки, спрямовані на впровадження у вітчизняних ЗМІ Кодексу з журналістської етики. При написанні есе ознайомтесь із Статутом (Повноваженнями) Комісії з журналістської етики.

• ДОКУМЕНТ

Рішення КЖЕ «Про об'єктивність журналіста».

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Вікторія Сюмар. І знову про хвороби української журналістики.

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

Саморегулювання мас-медіа, Етичний кодекс українського журналіста, профспілка, редакційний статут

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

У чому полягає сутність регулювання у сфері журналістської етики?

Які види регулювання застосовуються у вітчизняній журналістиці?

Які завдання повинен вирішувати Редакційний статут?

Назвіть основні законодавчі акти, які регулюють правовідносини у сфері інформації в Україні?

Які професійні, творчі спілки та громадські організації здійснюють професійне регулювання у сфері журналістської етики?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

- Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 10-29.
- Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики: Навчальний посібник / За заг. ред. В.Ф.Іванова та А.Коль. – К.: Академія Української Преси, 2005. – 229 с. – С. 158-162 - розділ «Публіцистичні принципи (Кодекс преси)».
- Моисеев В.А. Журналистика и журналисты. – К.: Дакор., 2002. – 400 с. – С. 107-110.
- Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 26-37 (розділ «Обмеження в журналістиці»).
- Розкошний А.П. Демократія в журналістській творчості. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 112 с. – С. 52-60.
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгорова. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 387-407.
- Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с. – С. 266-275.

• ДОКУМЕНТ

Рішення Комісії з журналістської етики «Про об'єктивність журналіста»

Комісія з журналістської етики, розглянувши питання відповідності дій журналіста Олега Афоніна під час підготовки статті (матеріалу) «Будет так, как я хочу», опублікованої у газеті «Київський вісник» за 10 квітня 2008 року, Етичному кодексові українського журналіста, констатує порушення журналістом пунктів 6 та 10 Кодексу:

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

10. Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені зба-

лансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів.

Комісія вважає, що за обсягом, викладом та важливістю теми публікацію можна вважати спробою журналістського розслідування.

Але професійне журналістське розслідування потребує передусім об'єктивності журналіста під час його проведення. При зіткненні конфліктних точок зору журналіст не може виступати на боці одного з опонентів. Завдання журналіста полягає в іншому – повідомити громадськість про конфлікт, подаючи збалансовано різні думки.

У розумінні Комісії, об'єктивність – це безсторонність журналіста під час збирання інформації, це дієвий пошук ним різних думок, порівняння конфліктних точок зору для того, щоб громадськість могла отримати повну та об'єктивну інформацію про події.

Розглядаючи питання, Комісія не мала на меті перевірку достовірності наведених у публікації фактів. Керуючись Етичним кодексом, Комісія встановлювала, чи було представлено погляди сторін збалансовано, чи була вислухана кожна зі сторін.

У ході розгляду скарги головного лікаря В.Кравченка члени Комісії відвідали центральну районну лікарню у м. Боярка та зустрілися із заявником, з автором публікації О.Афоніним та директором «Київського вісника» В.Корчаком, а також з основними героями публікації - лікарем В.Матвійчуком та його братом, який фігурує у статті як адвокат потерпілого.

Незважаючи на серйозність звинувачень, висловлених у публікації щодо дій головного лікаря ЦРЛ В.Кравченка, автор публікації О.Афонін не зустрічався з ним як зі стороною, яку критикує. Більше того, він вважає, що в цьому не було жодної потреби, оскільки матеріал готувався на підставі офіційних документів, зокрема, судових рішень. Керівник видання В.Корчак також вважає, що в зустрічі із В.Кравченком не було потреби, оскільки документи, передані в редакцію В.Матвійчуком, переконливо свідчать про невідповідність головного лікаря В.Кравченка займаній посаді. Під час зустрічі із членами Комісії

В.Корчак підтвердив цю позицію і заявив, що редакція послідовно домагатиметься звільнення В.Кравченка як такого, що не відповідає займаній посаді.

Журналіст також обґрунтував своє небажання зустрічатися із протилежною стороною конфлікту практикою Гільдії судових репортерів, які мають, за його словами, право не зустрічатися з особою (стороною), яка може негативно вплинути на думки чи переконання журналіста. Проте насправді таке розуміння не відповідає ні меті цієї Декларації, ні її положенням.

У преамбулі Декларації Гільдії судових репортерів зазначено, що вона приймається журналістами, оскільки: «Нас тривожить насамперед питання престижу професії журналіста. Останнім часом жанр «чорнухи» або поверхового, низькопробного кримінального репортажу витісняє з газетних шпальт і з ефіру кваліфіковані матеріали, зорієнтовані на ідеї правосуддя, що аналізують соціальні та інші причини злочинів. Це становище не відповідає інтересам демократії...».

А пункт 5 цієї Декларації наголошує на вимозі зустрічі з особою, яка критикується: «Будь-яка особа, яка стає об'єктом нашої критики, має право викласти свою точку зору, як правило, до передачі матеріалу до друку чи в ефір. У випадках особливої політичної значущості, коли витікання інформації про майбутню публікацію може загрожувати її долі, ми вважаємо, що маємо право ще раз перевірити відомі нам факти з допомогою непрямих джерел інформації».

Комісія зауважує журналісту Олегу Афоніну, редактору та директору видання «Київський вісник» свідоме порушення етичних норм, передбачених як міжнародним, так і українським законодавством та етичними принципами.

З огляду на вищесказане, Комісія:

– засуджує дії журналіста Олега Афоніна, керівництва видання «Київський вісник»;

– пропонує редактору газети «Київський вісник» провести для співробітників навчання принципів журналістської етики. Комісія готова сприяти цьому, надавши підручник «Журналістська етика» та забезпечивши участь у такому тренінгу членів Комісії.

Комісія з журналістської етики пропонує редакції газети «Київський вісник» оприлюднити відповідне рішення на шпальтах своєї газети протягом двох тижнів. Якщо редакція з певних причин не опублікує цього рішення, то Комісія звернеться до інших ЗМІ з проханням його оприлюднити.

*Голова Комісії з журналістської етики
В. Мостовий*

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

І знову про хвороби української журналістики

Часом нагода поглянути на себе збоку? – це не найгірша можливість для нового розвитку та зростання. Саме для цього ми робимо моніторинг преси

Українську журналістику критикували завжди. І часто? – цілком справедливо.

Українська журналістика переживала не один етап свободи та її втрати. Так, на початках української незалежності вона отримала імпульс до розвитку. Було засновано нові незалежні газети, потім телеканали. Все це базувалося не стільки на рекламних ринках, скільки на вірі у власну країну та надії на неї.

Але що краще розвивалися незалежні медіа, то більшим було бажання влади їх регулювати. Це бажання сягнуло апогею у 2000-2004 роках, коли країна добре усвідомила, що таке цензура, темники та відверта пропаганда з блакитних екранів. Коли інструментом цензури ставали санепідеміологи та пожежники. Коли газету можна було закрити одним рішенням суду.

Все це – не остання причина подій кінця 2004-го. Ті події ми голосно назвали Журналістською революцією, але вже за декілька місяців зрозуміли, що то лише назва, що жодних суттєвих змін не відбулося.

Здобувши свободу слова, українська журналістика так і не навчилася говорити зі своїм читачем, слухачем та глядачем. Зате швидко спромоглася на розмови з політиками та рекламодавця-

ми, які забезпечували швидкі та великі гроші за «замовні матеріали».

Так само швидко спромоглася запозичити всі хвороби, притаманні і західній журналістиці? – пожовтіння, орієнтацію на скандал та суцільне шоу. Тільки якщо на Заході це відверто навчилися називати недугами, то в Україні? – «ринковими правилами виживання».

Ставка на правило «5С – Скандал, Секс, Страх, Сльози, Сміх» у багатьох ЗМІ переважила те, що називається місією журналістики. «5С» забезпечувало швидкі гроші, але не могло дати довіри.

ЗМІ не стали реальними медіаторами між владою та суспільством, бо розказували суспільству про скандали у владі, але не ускладнювали собі життя зворотним зв'язком, не демонстрували тій же владі реальних проблем суспільства, не відштовхувалися від базових інтересів аудиторії. Вони стали засобами масової розваги, але не зосереджувалися на інформації, яка була реально суспільно важливою.

Швидкі гроші без кредиту довгої довіри закінчилися у 2008-му разом зі світовою економічною кризою. І якщо сьогодні авторитетні західні видання досі стабільно існують за рахунок своїх багаторічних передплатників, які потребують мати свою газету, то в Україні стабільно не чувається ніхто. А в багатьох випадках швидкі гроші призвели до швидкого кінця.

Українські ЗМІ так і не стали четвертою владою, бо гілкою влади можна стати тільки забезпечивши собі реальну незалежність. А цього не сталося.

Незалежність та свобода передбачають відповідальність, в першу чергу перед власною аудиторією. Відповідальність? – це жорстке дотримання журналістських стандартів та етичних принципів. Тільки на цьому базується якісна журналістика, і тільки якісна журналістика спроможна викликати довіру.

ЗМІ, отримавши шанс на свободу, все ж залишалися інструментом у руках власників та політиків. Тільки якщо в попередні роки ними керували пряником або, точніше кажучи, «джинсовими» грішми, то тепер знову взялися до батога, тоб-

то реальної цензури.

Тепер ми знову всі разом боремося за свободу. Але мусимо зробити висновки, чому самі ж її не втримали, чому не стали авторитетними та незалежними, чому не забезпечили перспектив професії...

Свобода – це не те, що дається раз і назавжди. За свободу треба вміти боротися щодня, відстоюючи свої позиції, спираючись на стандарти журналістики, свобода означає солідарність із колегами, коли на них тиснуть, свобода означає щоденне доведення довіри своєї аудиторії. Свобода – це в першу чергу відповідальність.

Сьогодні ми здійснюємо моніторинг друкованої преси. Мусимо зазначити, що на ринку залишилося чимало видань, рівень яких відверто низький, із великою кількістю «джинси». До таких можна віднести газету «Факти», яка вже давно стала жовтою газетою, хоч і позиціонується як суспільно-політичне видання.

Є й видання, які вже мають добрі стандарти журналістики, дотримуються правил редакційної політики. Серед таких – «Комментарии», «Экономические известия». Завдання моніторингу – показати деякі прогалини, допомогти в чіткому розумінні, що таке стандарти і як забезпечувати їх дотримання.

Часом це викликає незадоволення колег-журналістів, які важко сприймають зауваження. Поза тим, дискусія – це завжди добре. Дискусія дозволяє рухатися вперед і розвиватися, суцільний «одобрямс» – це шлях у нікуди. Ми дуже мало дискутуємо про внутрішні журналістські справи, а потім мусимо апелювати до ширшого загалу, коли потерпаємо від тиску. Ми не можемо критикувати когось, не маючи змоги критикувати та знаходити вади в самих себе.

Часом нагода поглянути на себе збоку – це не найгірша можливість для нового розвитку та зростання.

Країні потрібна незалежна та якісна журналістика. Але такою вона стане, коли буде професійною та відповідальною. І це спільне завдання всіх – і громадян, які мають підтримувати саме якісні видання, і експертів, і самих журналістів.

Журналістські стандарти: довідка

Основними журналістськими стандартами, якими керується журналіст у своїй професійній діяльності, є баланс думок і точок зору, оперативність, достовірність (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота представлення фактів та інформації з проблеми.

Головними нормативними джерелами, у яких відображено ці стандарти, є Кодекс професійної етики українського журналіста, Етичний кодекс українського журналіста, Декларація принципів поведінки журналістів і міжнародні стандарти та принципи журналістської етики.

Баланс думок і точок зору

Відповідно до п.10 Етичного кодексу українського журналіста, точки зору опонентів, у тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, має бути представлено збалансовано. Так само має бути подано оцінки незалежних експертів.

Оперативність

Пункт 1 Кодексу професійної етики українського журналіста визначає, що головний обов'язок журналіста?– сприяти забезпеченню права громадян на одержання оперативної інформації.

Достовірність (посилання на джерела)

Згідно з п. 1 Кодексу професійної етики українського журналіста, журналіст поширює і коментує лише ту інформацію, в правдивості якої впевнений. Він уникає неповноти або неточностей чи викривлень інформації, які могли б завдати моральної шкоди честі та гідності людини, неприпустимих з його боку недостовірних повідомлень. Журналіст відповідальний перед читачем, слухачем та глядачем.

Пункт 6 Етичного кодексу українського журналіста визначає, що найпершим обов'язком журналіста є повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події. Будь-яка тема потребує максимально повного набору фактів і думок. Тому завдання журналіста – все це знайти в компетентних джерелах.

Міжнародна декларація принципів поведінки журналістів закріплює, що журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посиляючись на факти, походження яких він/вона знає.

Відокремлення фактів від коментарів

Пункт 9 Етичного кодексу українського журналіста встановлює, що факти, судження та припущення має бути чітко відокремлено одне від одного.

Точність

Пункт 1 Кодексу професійної етики українського журналіста встановлює, що журналіст поширює і коментує лише ту інформацію, в правдивості якої впевнений. Він уникає неповноти або неточностей чи викривлень інформації, які могли б завдати моральної шкоди честі та гідності людини, неприпустимих з його боку недостовірних повідомлень.

Міжнародна декларація принципів поведінки журналістів закріплює, що повага до істини та права громадськості на правду?— перший обов'язок журналіста.

Повнота представлення фактів та інформації з проблеми

Згідно з п. 6 Етичного кодексу українського журналіста, найпершим обов'язком журналіста є повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події. Будь-яка тема потребує максимально повного набору фактів і думок. Тому завдання журналіста – все це знайти в компетентних джеделах.

*Вікторія Сюмар,
виконавчий директор ІМІ, «Медіаосвіта»*



ЗАНЯТТЯ 3. ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ (ЕТИКА КОНТЕНТУ)

• Актуальні етичні проблеми вітчизняних ЗМІ. Загальні принципи етики журналіста (збалансованість, посилання на джерела інформації, повнота викладу, точність, неупередженість, перевірка інформації, мовна культура, розмежування фактів і коментарів). Методи досягнення точності та повноти інформації. Збалансованість журналістського матеріалу. Суспільна значимість. Методи оцінки матеріалів на предмет дотримання журналістських стандартів.

- **ЦИТАТА ДНЯ**

«Приберіть геть усі п'ятаки мідних правд. Залиште тільки чисте золото правди» (Олександр Довженко).

- **ВИВЧАЄМО КОДЕКС**

Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного (п. 9).

Зпитання для аналізу:

А. Що таке факти? Що таке судження та припущення?

Б. Чи має право журналіст на висловлення власної думки? Яким чином при висловленні своїх припущень журналісту не допустити порушення Етичного кодексу?

- **СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:**

Якими, на вашу думку, є сучасні етичні проблеми вітчизняних ЗМІ?

Які етичні проблеми доводилося вирішувати вам (вашим знайомим) під час підготовки журналістських матеріалів?

Чи існує вичерпний перелік журналістських стандартів?

Яким чином досягнути збалансованості журналістського матеріалу?

- **ДІЛОВА ГРА «Експертна група з журналістських стандартів»**

Студенти розподіляються на дві (три) групи експертів.

Викладач, після ознайомлення студентів із методологією оцінювання журналістських матеріалів, дає кожній групі одну і ту ж газетну статтю для аналізу. Завдання експертних груп – визначити відповідність наданої статті журналістським стандартам шляхом виставлення оцінок від 0 (повне ігнорування стандартів) до 6 (абсолютне дотримання стандартів) балів.

Групи презентують свій експертний висновок, даючи коротке пояснення кожній виставленій оцінці. Викладач вносить оцінки у загальну таблицю. Визначають «окремі думки», які виникли під час роботи в групах, спільні для висновків оцінки, детально аналізують відмінності. Викладач при необхідності задає додаткові

запитання експертам для коригування оцінок. Після коригування визначають середньозважену експертну оцінку. Аналізують, яка з експертних груп була «ліберальною» до дотримання журналістських стандартів (найвищі бали), а яка зайняла жорстку позицію (найнижчі бали). Вислуховують враження студентів. Викладач резюмує заняття.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

1. Підберіть 6-7 найвлучніших, на вашу думку, афоризмів, присвячених правдивості журналіста.

2. Проведіть методом експертних оцінок аналіз однієї аналітичної публікації вітчизняного Інтернет-ЗМІ (або Інтернет-дзеркала видання) та публікації одного закордонного видання (в оригіналі або в перекладі). Які висновки можна зробити?

• ДОКУМЕНТ

Рішення КЖЕ «Про конфлікт інтересів».

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Юрій Опока. Як запровадити в українських медіа професійні стандарти?

Я б так вдруге не вчинив...

Світлана Кабачинська. Кляп у фонтані.

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Суспільна значимість, коментар, збалансованість, неупередженість

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Що таке суспільна значимість матеріалу?

Які є загальні принципи етики журналіста?

Які є основні журналістські стандарти?

Яким чином оцінити медіа-текст на предмет дотримання журналістських стандартів?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

- Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 22-27, 30-35, 188-202.
- Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За заг. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. – С.131-160 (розділ «Стандарти інформаційних повідомлень»).
- Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. – С. 15-99.
- Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с. – С. 26-37, 74-83.
- Ла Рош, фон. В. Вступ до практичної журналістики: Навчальний посібник / За заг. ред. В.Ф.Іванова та А.Коль. – К.: Академія Української Преси, 2005. – 229 с. – С. 108-122 (розділ «Об'єктивність»).
- Стахів М. Український комунікативний етикет: Навч.-метод. посіб. – К.: Знання, 2008. – 245 с. – С. 42-82.
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 54-68.
- Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с. – С. 276-280.

• ДОКУМЕНТ

Рішення Комісії з журналістської етики «Про конфлікт інтересів»

До Комісії звернулися вчителі СШ №9 м. Дніпропетровська С. Петьков та І. Петькова зі скаргою на порушення норм моралі, наклеп та неетичну поведінку головного редактора газети «Популярная» Андрія Богатирьова у серії публікацій, що стосуються викладацької діяльності цих вчителів.

Представники Комісії зустрілися із заявником С.Петьковим, головним редактором А.Богатирьовим, ознайомилися з публікаціями, які оскаржуються, та наданими сторонами матеріалами.

Комісія встановила, що А.Богатирьов не заперечує конфлікту інтересів під час підготовки публікацій. Більше того, прямо вказує, що описаний конфлікт, однією стороною якого є заявники, стосується його дружини – директора СШ № 9. Головний

редактор газети «Популярная» підтвердив, що має особисту неприязнь до С.Петькова та домагається його звільнення зі школи, як це вже зроблено щодо І.Петькової.

Надані А.Богатирьовим документи частково підтверджують факти, викладені ним у своїх публікаціях. Одночасно Комісія встановила, що при підготовці публікацій журналіст свідомо ігнорував документи, якими обґрунтовує свою позицію родина Петькових, тенденційно ставився до свідчень на їхню користь.

Таким чином, журналіст не дотримав головної вимоги – неупередженості - при підготовці публікації. Замість збалансованого представлення аргументів сторін для того, щоб читач міг зробити власний об'єктивний висновок, А.Богатирьов нав'язує свій суб'єктивний погляд, викликаний власною зацікавленістю.

Комісія також зауважує редакторам інших ЗМІ, які розмістили публікації А.Богатирьова, не надавши одночасно можливості викласти свою позицію іншій стороні. Неупереджений редактор мав можливість запобігти використанню свого видання в інтересах однієї зі сторін конфлікту.

Комісія зауважує, що характер публікацій та систематичність їхньої появи у дніпропетровських ЗМІ створюють атмосферу цькування заявників.

Комісія звертає увагу, що зазначення автором у публікаціях наявного конфлікту інтересів є недостатньою мірою, аби гарантувати аудиторії повну, об'єктивну та збалансовану інформацію. У разі очевидного конфлікту інтересів редакція має призначити для підготовки публікацій чи теле-, радіосюжетів незаангажовану особу. Тональність публікацій за будь-яких обставин не може мати брутального характеру щодо осіб, навіть якщо йдеться про критику їхньої діяльності. ЗМІ в жодному разі не повинні перетворюватись на засоби цькування та розправи над громадянами чи організаціями.

З огляду на вищесказане, Комісія з журналістської етики засуджує дії головного редактора газети «Популярная» А.Богатирьова за порушення п. 4 Етичного кодексу українського журналіста «Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду»; п. 6 «Повага до права громадськості

на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста»; п. 10 «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. Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста».

Комісія з журналістської етики оголошує журналісту А.Бога-тирьову громадський осуд.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Як запровадити в українських медіа професійні стандарти?

Мартін Лютер колись казав: «Я на цьому стою, й інакше я не можу!». Ця теза повинна стати гаслом справжнього журналіста...

Останнім часом про професійні стандарти в журналістиці говорять стандартно. Без новацій і креативних заяв. Загалом обговорення цієї теми лежить у рамках чотирьох широких понять: чесності, об'єктивності, відповідальності й доцільності поданого матеріалу. Саме ці поняття можуть послужити критеріями вимірювання якості журналістських матеріалів. Рідко хтось задає собі клопоту обговорити детальніше такі складні й неоднозначні поняття. Рідко хтось сумнівається в істинності цих критеріїв. Усі розуміють, що вони означають, для чого вони, як формуються, а головне?— що ці критерії універсальні.

Важко, звісно, сперечатися з тим, що українським медіа все ж потрібно впроваджувати професійні стандарти, проте поки доцільніше, видається, впроваджувати внутрішньо професійні стандарти саме журналістам. Медіа, як складніше утворення, стандартизується після якісної перебудови його структурних елементів?— журналістів. Тобто на сучасному етапі розвитку українських ЗМІ реформу цього сектора людської думки слід розпо-

чинати з окремого носія цієї думки. Журналіст має доносити думки до суспільства, спонукаючи його мислити і відповідно діяти (саме в такому, широкому контексті тут ітиметься про професію журналіста, на відміну від поширених характеристик на кшталт «журналіст?– звичайний статист інформації»). Можна також говорити про політику редакції, її сформовану позицію, що накладатиме рамки і задаватиме вектори, контролюватиме роботу власних журналістів. Варто говорити про необхідність підписання редакційних угод між власниками медіа і редакцією, визначаючи заздалегідь можливість вільно розвиватися і працювати. Про редакційні статuti. Необхідно обговорювати і невпинно шукати способи фінансової незалежності ЗМІ, створення медіа як прибуткових бізнес-проектів, що своєю незалежністю і репутацією забезпечать власний розвиток і дохід.

Проте за відсутності безкомпромісної позиції окремого журналіста, без усвідомлення власної ролі й завдань названі вище умовно зовнішні чинники журналістської діяльності не зможуть забезпечити постійного професіоналізму, тобто роботи в рамках визначених на початку статті критеріїв якості справжньої журналістики. Так профспілки, моніторингові групи чи окремих редактор матимуть змогу контролювати поточну роботу журналіста, проте якщо сам журналіст не матиме власного принципового «стрижня», якщо в нього на підсвідомому рівні не буде вибудовано морального бар'єра, через який він не переступить, завжди буде ризик зійти зі шляху професіоналізму, піддатися спокусі влади, грошей чи слави.

Концепція запровадження професійних стандартів української журналістики може мати вигляд постійного впливу двох чинників: зовнішнього та внутрішнього. Зовнішні чинники вже згадувалися. Це насамперед належне матеріальне забезпечення журналістів. Звісно, таке забезпечення на сучасному етапі передбачає повну залежність від власника, проте поступово на українському медіа-ринку все ж з'являються ЗМІ, які можна назвати незалежними і які можуть утримувати журналістський склад. Ці ЗМІ не зводяться виключно до феномена «Української правди». Чимало ЗМІ, особливо тих, що працюють або починали

роботу грантовим коштом чи коштом закордонних інвесторів, уже спроможні, хоча і з великими труднощами, забезпечити власних журналістів. Варто також зазначити вагу незалежної, а головне авторитетної профспілки, яка могла б контролювати, моніторити і характеризувати роботу ЗМІ чи окремого журналіста і до думки якої дослухалися б. Корисно було б, щоб головні редактори, маневруючи в переговорах із власниками, переконували їх, що незалежне видання з хорошою репутацією набагато престижніше і впливовіше за те, що на ручному керуванні. Також слід зазначити потребу в укладенні угод між власниками і редакціями. Всі ці чинники важливі, та якщо тверезо оцінити теперішню ситуацію в державі, стане очевидно: реалізувати це на практиці доволі складно.

Як наслідок, для формування професійної журналістики, котра сьогодні описується окремими виданнями і персонами, крім усього іншого, потрібно впроваджувати й плекати моральні застави окремого журналіста. Звісно, що грамотність, комунікабельність, інтуїція, стиль подання матеріалу?— все це теж професійні стандарти, але вони напрацьовуються переважно індивідуально. А сучасній українській журналістиці необхідно закріпити (вони є, проте ще не стійкі й крихкі) стандарти, котрі лежать на кілька щаблів вище в ієрархії професійних стандартів. Саме це усталення і розуміння професійної специфіки забезпечить підготовку нових особистостей у журналістиці. А посприяти цьому повинні вже сформовані професіонали, ті, хто вже відбувся. Лише вони можуть кинути те зерно власної позиції на ґрунт професійних вагань окремого журналіста, котре проросте стійким розумінням і переконанням у необхідності сумлінно виконувати обов'язок, покладений званням журналіста. Ця позиція буде характеризуватися як об'єктивністю, так і відповідальністю за власну роботу й ті наслідки, які вона може спричинити. Власне, коли молодь зрозуміє, що лише відповідна репутація забезпечить успіх, коли репутація стане постійною призмою, крізь яку будуть оцінювати все решта, тоді і сам журналіст працюватиме над її побудовою. Ось тоді й кристалізується той внутрішній стрижень, що змусить триматися

професійних стандартів при спокусі від них дещо відступити.

Людам, котрі працюють у журналістиці, потрібно чітко розуміти, що їхня робота суспільно важлива і чи не найбільш суспільно відповідальна. Вони значною мірою формують це суспільство, задаючи дискурс, розвиваючи його, кристалізуючи висновки, що потім перетворюються на розуміння і діяльність окремих людей. Мартін Лютер колись казав: «Я на цьому стою, й інакше я не можу!». Ця теза повинна стати гаслом справжнього журналіста, котрий вбачає у своїй роботі не лише професію, але й покликання.

Юрій Опока, «Медіаосвіта»

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Кляп у фонтані

Коли український журналіст береться за дражливу тему з вітчизняної історії, він завжди наражає себе на небезпеку. Не дискусії, ні – бо дискусія передбачає толерантне ставлення до опонента і спростування його тез документами, результатами досліджень, аргументованою точкою зору загально визнаних авторитетів у резонансній проблемі тощо – і такої дискусії журналіст зазвичай не лише не уникає, а й очікує. Проте найчастіше слід бути готовим до іншого: що заперечуватимуть написане чи сказане ним, опльовуючи та принижуючи його самого, і обов'язково підозрюватимуть у намірі заробити дешевий авторитет «розвінчуванням» великих. А замість наукових аргументів звучатимуть переважно емоції та ляскатимуть, як постріли, приклеєні ярлики. І що вдієш? Сумлінно конструйовані радянською владою доктрини національних історій, надто ж їхні героїчні сторінки, донині переважно залишаються зоною поза критикою, - тому й стають для дослідника мінним полем, на яке краще не потикатися, коли хочеш спокійного життя.

Звісно, мені все це було відомо. Та от - не врозумило і не зупинило, коли 2007 року трапилася на очі публікація хмельницького краєзнавця Сергія Єсюніна про життя та діяльність подо-

лянина Устима Кармалюка, який у радянській історіографії був раз і назавжди визначений як народний месник – борець проти польських панів і російського самодержавства. Викладені в статті факти настільки відрізнялися від традиційного погляду на цю постать, що, природно, захотілося дізнатися про нього більше. Далеко не довелося шукати – адже матеріали про Кармалюка є в місцевих архівах. А яких тут не було, знайшлися в дисертації доцента Хмельницького національного університету Валерія Дячка.

В.Дячок зацікавився темою селянських рухів в Україні ще першокурсником і з середини 80-х років минулого століття почав вивчати її за архівними матеріалами. За його словами, образ Кармалюка бачився йому цілком у рамках існуючих міфологем – аж поки він не заглибився в документи. Працюючи згодом над дисертацією «Джерела про Устима Кармалюка та опришківство на Поділлі (1813-1835)», науковець об'їздив архіви Санкт-Петербурга, Тобольська, Києва, Львова, Вінницької, Київської та Хмельницької областей, виявивши, крім відомих на той час, ще 14 архівних справ з інформацією про Кармалюка. Втім, і відомі справи таїли в собі абсолютно нову інформацію, бо нерідко цитувалися попередніми дослідниками лише в певних – дозволених – межах.

Матеріали, чесно викладені в дисертації без прийнятих раніше купюр і скорочень, явили відмінний від офіційно прийнятого образ народного героя. Настільки інший, що в Дніпропетровську, де навчався молодий аспірант, старші колеги поставилися до пошукувача наукового ступеня з пересторогою: «Ви б усе-таки в традиційне русло спрямували тему...». Словом, захистився В. Дячок аж 2000 року в Київському інституті археографії та джерелознавства імені М.Грушевського НАН України. Тему розробляє і досі – й досі, як і інші сумлінні дослідники життєдіяльності Кармалюка, чи не щоразу після нової публікації наражається на обурення «кармалюкознавців»: «Та як ви посміли?».

Те ж чекало й мене після публікації в «Дзеркалі тижня» у березні 2007 року нарису «Раб волі». Адже у ньому, відповідно до архівних матеріалів і неупереджених досліджень учених, Карма-

люк поставав без ореолу борця за народні ідеали. Непокірний кріпак, що через свою волелюбність і зятятість опинився поза законом, вів життя, як сьогодні б сказали, «кримінального авторитета»: його заняттям були злодійство й розбій. Причому «класова складова», котра згодом стала основою міфу про «народного месника», практично була відсутня в реальному житті – найчастіше Кармалюк грабував саме селян. Історик Сергій Якимович, досліджуючи у 20-х роках ХХ століття життя Кармалюка і спілкуючись із мешканцями села Коричинці Шляхові, де той провів останні роки свого життя і загинув, був вражений майже ненавистю до нього селян: таку пам'ять про Кармалюка залишили їм батьки, що були безпосередніми свідками «подвигів» або й самі зазнали наруги чи грабунку від «лісових братчиків».

Та, попри все, навіть із безпристрасних документів випирали такий могутній непокірний характер, така залізна воля і така невтримна жага до свободи на своїй, рідній, землі (інша річ, що шлях з неволі був кривим та кривавим і до волі так і не привів), що це справляло магнетичне враження і вимагало неоднозначного ставлення до постаті Кармалюка. Вкрай лаконічною його характеристикою може стати визначення українського класика: «пропаща сила». Тому, працюючи над матеріалом, я намагалася максимально залучати документальну базу. Прагнення історичної об'єктивності водило моєю рукою, а не бажання «викриття» і «розвінчування» народного героя.

Проте це не вберегло мене від зливи звинувачень – у непатріотизмі насамперед. Ніхто не хотів знати правди. Всі прагнули залишити все, як було досі. І тому автор, який розповів, як було насправді, був нещадно засуджений більшістю тих, що вважають себе патріотами.

Зізнаюсь: я й сама довго думала, етично чи ні писати про те, що й мене саму потрясло й перетрясло. Адже Україна так пізно і в таких муках стає державою, що найменший сумнів щодо її героїчного минулого чи видатних постатей може їй шкодити на цьому шляху. І може, й справді найкраще вести себе, як у музеї, - нічого в минулому «руками не чіпати»? І не дізнаватися більше анічогісінько про видатних співвітчизників, перетворивши їхні

портрети на ікони, а їх самих – на ідолів? Або якщо дізнаватися, то тільки хороше, а все, що хороше не дуже – знову заховати під гриф «Секретно»?

Але ж дослідник тільки тоді об'єктивний, коли – чесний. І дослідження лише тоді справжнє, коли не йде проти істини. Якщо ж і нечесне, і проти істини – тоді це не дослідження, а тенденційне замовлення: класове, соціальне чи національне – немає значення. І тоді історія перестає бути наукою, а перетворюється на історичні міфи. Природно, що міфи красивіші й живучіші, ніж реальні історичні факти, і краще підходять для запліднення фантазії письменників, кіносценаристів і для приваблювання туристів. Тому й не дивно, що й літературні, вигадані герої інших народів – Робін Гуд, Шерлок Холмс чи, скажімо, Ромео та Джульєтта – отримують «прописку», пам'ятники і навіть музеї за місцем свого літературного мешкання. Проте – не в підручниках з історії. А якщо в когось із таких героїв і справді існував прототип, то про нього (якщо він – реальний - на те заслужив) пишеться в цих підручниках відповідно до документальних джерел, а не літературних фантазій. Словом, мухи окремо від котлет.

Та основне, що це нікого не лякає. Бо сильний не боїться – боїться слабкий. Авторитету Франції, самоповазі французів та французькій історії аніскільки не зашкодила правда про Жанну д'Арк і навіть пародійно-сатирична «Орлеанська діва» знаменитого Вольтера, написана ще в середині XVIII (!) століття, що руйнувала офіційний міф про Жанну як посланого небесами рятівника Франції: в історії залишились і Жанна, і Вольтер, а реальні факти з їхнього життя все одно не можуть переважити історичних легенд, котрі не сходять і з сучасних кіноекранів. І все це мирно співіснує. Хоч, по правді, після виходу «Орлеанської діви» захисники офіційної версії мало перуку не рвали на голові Вольтера.

Ясна річ, навіть подумки не міряючись із Вольтером і усвідомлюючи різницю між тодішньою Францією і сучасною Україною, я все одно не бачила незаперечних причин мовчати про очевидне тільки тому, що так прийнято. Бо хіба будь-які дослідження

про особисте життя відомих можуть применшити їхнє значення для рідного народу? Невже вони знизять колосальну потужність Шевченкової поезії? Чи Лесин геній? Чи, може, дізнавшись про певні особливості уподобань пов'язаного з Україною Чайковського, ми перестанемо слухати його музику? Або оголосимо бойкот фільмам Параджанова?

Адже саме творчість зробила їх великими. Як Мазепу чи Хмельницького – прагнення бачити Україну самостійною. А Кармалюка перетворила на символ волелюбності українського народу його вперта нескореність, що найяскравіше проявилась аж у трьох (!) втечах з Сибіру: неймовірне свідчення безмежних можливостей людини, котра прагне до волі. Словом, те основне, що робило цих людей уособленням народу.

А те, що саме зараз частішали «розвінчування» їхніх біографій, тобто оприлюднення фактів, які раніше упускалися, замовчувалися чи просто були невідомі – то справа зовсім не в підступах лютих ворогів української нації, а в тому, що нація, нарешті, здобула право знати про себе все, а не лише кимсь дозволене (до речі, в Росії відбулися такі ж процеси, але росіяни – люди самодостатні й не дуже комплексують з цього приводу). Прагнення знову все заборонити просто смішне. Бо ці зусилля – що кляп у фонтані: вода все одно прорветься.

Руйнування стереотипів – процес украй болісний і часто небезпечний. Зокрема, тому, що нова інформація, котра аж надто відрізняється від давно внесеної в свідомість, – це завжди шок: емоційний, естетичний, психологічний і, буває, навіть фізичний. І це болить, ще як болить! – бо ж хочеться, справді, щоби хоч хтось був ідеальним, досконалим, лицарем без страху і докору. І лише з часом розумієш, що й великі у житті були звичайними людьми – та це не применшує їхньої значущості, бо основне – не якими вони були, а що вони зробили і що їх зробило видатними, відомими чи просто – гідними увійти в історію рідного народу. Чи в його легенди.

Навряд чи вони потребують сліпого обожнювання. Швидше – неупередженого і вдумливого ставлення. Як і всі інші постаті національної історії та культури, котрі часто, ставши об'єктом

формального поклоніння, залишаються відомим невідомим: імена їхні знають, а створене ними – ні. Та й – знати не хочуть!

Великий син України Олександр Довженко називав свою Вітчизну єдиною в світі країною, де історію рідного народу не вивчають ні в школах, ні в університетах. Та й те, що сьогодні є в підручниках, лише почасти наука – впереміш із міфами, історичними оповіданнями, а іноді навіть українськими народними казками. Справжня історія України – як заштукатурені малярми-халтурниками унікальні фрески на намолених стінах собору: їх ще належить реставрувати – уважно, бережно, професійно і з любов'ю, – щоб явити людям справжніми.

Ми отримаємо тоді стільки захопливих – реальних – сюжетів, що можна буде зняти сотні бойовиків. Ми дізнаємося про події, варті стати національною сагою. Ми побачимо героїв справжніх – таких, скажімо, як Юрій Немирич, український родовитий шляхтич з освітою Оксфорда, Кембриджа, Сорбонни, що під час Хмельниччини був генерал-полковником польського війська, потім – генералом кавалерії на службі у шведського короля Карла X, а 1657 року перейшов на українську службу – полковником – і став щирим прихильником планів Богдана Хмельницького, а після його смерті підтримував гетьмана Івана Виговського. Блискучий дипломат, автор проекту найвигіднішого для України Гадяцького договору 1658 року, Немирич загинув через рік у бою гетьманського війська з вояками московського воеводи Шереметьєва. Може, саме тому, що – багатий, з аристократії, складно йшов до служіння рідному народу і помер від російської зброї – нам практично невідомий цей визначний український державний діяч?

А їх таких – сотні. З усіх століть. Навіть із останнього – он яку цілину про 20-і роки ХХ століття підняв Василь Шкляр у своєму «Залишенці». З усієї України – і з поза її меж також. Їх потрібно знайти. Їх необхідно знати. Бо спільні для всієї країни герої та історичні події надійніше від усіх сучасних політиків єднають народ. І від жодного, хто вже увійшов до пантеону знаменитих, відмовлятися не можна: якщо він там – то чимось заслужив. Однак чим – знати варто. І говорити про це чесно, не

перетворюючи їх на рабів своїх примх, комплексів чи надуманих концепцій. Бо тільки так пишеться правдива історія народу.

Я в цьому переконана. Проте коли бачу постійні намагання таких діячів, як чинний міністр освіти Табачник, викреслити з підручників історії України героїчні її сторінки, що не вписуються в любу його серцю концепцію «українсько-російського братерства», то ні-ні та й запитую себе: може, таки не треба було мазками історичної правди порушувати усталений міфічний образ? Нехай історики сперечаються про істину – а масовій свідомості залишимо стереотипи? Чи просто – знати правду ще не час?

Але хто ж його наблизатиме, якщо в минулому комфортніше вже тільки тому, що ми до нього звикли?

Світлана Кабачинська (Хмельницький)



ЗАНЯТТЯ 4. ЖУРНАЛІСТ У КОЛЕКТИВІ (ЕТИКА ВІДНОСИН З КОЛЕГАМИ)

• Етика професійної журналістської спільноти – редакційний, регіональний, національний, глобальний рівні. Міжособистісна журналістська етика – особиста і ділова взаємодія з колегами (журналіст і журналіст, журналіст і колектив, журналіст і редактор). Етика соціальних ролей – взаємовідносини під час творчого навчання (стажування, практики), взаємовідносини з керівниками (редактор, власник), взаємовідносини з підлеглими.

• ЦИТАТА ДНЯ

Журналісти – це сторожові пси демократії, а не ланцюгові пси своїх господарів (редакційна стаття «Львівської газети»).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності (п. 12).

Зпитання для аналізу:

А. Що таке журналістська помилка? Які причини її виникнення?

Б. Як можна виправити журналістську помилку? І коли її виправити неможливо?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

У чому виявляються спільні риси професійної етики на різних (редакційний, національний) рівнях?

Чи повинен журналіст по-різному ставитися до членів колективу, залежно від їхньої посади?

Що насамперед повинен навчитися журналіст-початківець під час стажування (навчання)?

Яких знань, на вашу думку, не вистачає і досвідченим журналістам?

• ДІЛОВА ГРА «День журналістської солідарності».

Підготуйте план проведення акції журналістської солідарності у вашому місті (області). На яку проблему буде звернута ваша увага? Яким чином ви зможете залучити до акції ваших колег? Якими засобами ви зробите вашу акцію 1) бюджетною, 2) істотною, 3) яскравою і пам'ятною, 4) результативною?

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ «Календар журналіста»

З допомогою відкритих джерел, літератури, а також ваших старших колег сформууйте свій «Календар журналіста» – список важливих дат із коротким поясненням. При цьому в «Календарі» знайдіть місце як для найважливіших міжнародних та національних дат (8 вересня – Міжнародний день солідарності жур-

налістів, 3 травня – Всесвітній день свободи преси, 6 червня – День журналіста), так і для місцевих, важливих для вашого колективу (день заснування газети, в якій ви працюєте).

☺ *Про те, що ваш Календар буде неповним без дати дня народження вашого головного редактора, ми навіть і не беремося вам говорити.*

• ДОКУМЕНТ

Висновок КЖЕ за заявою Л. Гейдар

• МАЙСТЕР-КЛАС

Я б так вдруге не вчинив...

Сергій Тихий: «Не бути дурнем нині стало легше»

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Журналіст, журналістська солідарність, колега, колектив, конфлікт інтересів, незалежність журналіста

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Що таке журналістська солідарність?

Якими є вияви міжособистісної журналістської етики?

На яких принципах базуються професійні відносини журналіста з колегами?

Якими є особливості етики взаємовідносин журналістів під час творчого навчання?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 46-49, 52-64, 107-112.

Стахів М. Український комунікативний етикет: Навч.-метод. посіб. – К.: Знання, 2008. – 245 с. – С. 10-41, 88-122.

Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 364-374.

Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с. – С. 255-258.

• ДОКУМЕНТ

Висновок Комісії з журналістської етики за заявою А.Гейдар

1. Стаття 5 Закону України «Про інформацію» визначає принципи інформаційних відносин, зокрема: а) об'єктивності, вірогідності; б) повноти і точності інформації; в) законності одержання, використання, поширення та збереження інформації.

2. Очевидно, що в цілому при написанні статті «Нужно ли журналистам просвещение... геев?» авторка дотрималась названих вище принципів. Стаття написана в поміркованому тоні, ілюстрована цитатами, що (принаймні на перший погляд) свідчить про об'єктивний підхід до викладення матеріалу. Тому звинувачення заявниці у нерозумінні журналісткою проблематики, якій вона присвятила статтю, або міжнародних зобов'язань України є проявом надзвичайно емоційного сприйняття, забарвленого особистими зацікавленістю (очевидно) та образом.

3. У тому ж таки зверненні А.Гейдар міститься звинувачення в упередженості позиції авторки при подачі матеріалу. Звертаємо увагу, що А.Гейдар висловлено власне бачення статті, тобто висловлена її оцінка. Таке саме право на оцінку певної, законно і відкрито отриманої інформації має журналістка, оскільки: 1) таке її право передбачено міжнародними і внутрішніми нормативно-правовими актами; 2) ніхто не може бути примушений думати так чи інакше, свобода думки передбачає свободу висновків і свободу позиції, в тому числі і позиції журналіста.

4. Разом із тим, існує принаймні декілька правил, яких слід дотримуватись будь-якому учаснику інформаційних відносин. Перше: поширюючи інформацію, особа, що її поширила, має завчасно мати докази того, що таке твердження відповідає дійсності. Якщо мова йде про висловлення оціночного судження, особа має вказати на факти (певні події), які стали підставою для такого оціночного судження. Тільки за таких умов дії поширювача інформації або оціночних суджень будуть визнаватись добросовісними.

Крім того, ні за яких умов не допускається особиста образа особи, щодо якої подається інформація або судження (образу слід відрізнити від критики).

В даному разі застосування слова «лесбійка» не може розцінюватись інакше як твердження. Правдивість твердження, за загальним правилом, слід доводити (тобто подавати докази того, що воно відповідає дійсності). Крім того, слід зауважити, що зазначене слово вказує на сексуальну орієнтацію людини, тобто відноситься до відомостей приватного життя, таємниця якого охороняється законодавством України. Тому навіть якщо є докази правдивості твердження щодо орієнтації заявниці, повинна бути підстава висвітлення відомостей з її приватного життя. Зазвичай такою підставою є суспільний інтерес, але в даному разі його наявність довести, навіть теоретично, майже нереально. Інша справа, якби ця пані прилюдно виголосила про себе певні відомості, які б давали підставу: а) говорити, що вона сама оприлюднила своє приватне життя; б) робити висновок щодо своєї орієнтації.

До цього слід додати таке. Наше суспільство неоднозначно сприймає людей з нетрадиційною сексуальною орієнтацією, тому твердження щодо такої орієнтації, привселюдно висловлене відносно конкретної особи, реально може сприйматись як образа. А тоді слід доводити, що воно застосовувалося за наявності суспільного інтересу і без такого образливого вислову просто не можна було обійтись для формування негативного образу. Одне слово, як видно, застосування слова «лесбійка» в даному разі було абсолютно недоречним, якщо не виконані всі ті умови, про які зазначено вище.

Можна припустити, що висновок про сексуальну орієнтацію заявниці журналіст зробила з самих фактів присутності Л.Гейдар на «круглому столі» та її виступу там з викладенням своєї позиції. Але (якщо це так) це ніяк не виправдовує застосування вислову «лесбійка» і, навпаки, може свідчити про певну професійну недобросовісність журналіста.

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Не бути дурнем нині стало легше

«Хвилі перекочувались через мол і падали донизу стрімким домкратом», - у Музеї газетних ляпів, якби його колись побудувало невдячне людство, ця перлина Ляпіса-Трубецького з роману Ільфа і Петрова зайняла б почесне місце, але лише одне з місць. Це хрестоматійний зразок того, як журналіст, який не звик підключати власний розумовий апарат до того, що він пише, лише спокушається на «фінтіфлюшки», на красоти «штилю». Тепер подібні милі дрібнички, мабуть, також трапляються, але не так часто. Нині журналістське невігластво набуло більш агресивних форм: не знаю, не хочу знати, не зобов'язаний знати, не буду перевіряти, читач розумний - сам розбереться.

Відносно свіжий випадок з практики «Газеты по-киевски» - зранку телефонує знайомий, визнаний спеціаліст-кардіолог, і ледве не кричить у слухавку: там у тебе в газеті ТАКІ дурниці понаписувані! Привезли в лікарню людину (це був відомий політик К.) з гострим інфарктом міокарда, і лікарі нібито одразу поклали хворого на операційний стіл і зробили йому шунтування. Це повна маячня! Та до хірурга, який би щось подібне зробив, одразу прийшли б навіть не з прокуратури, а колеги з психіатричного відділення! Цей твій писака – вижени його! - уявляє собі, що таке шунтування? Це складна і травматична операція, жодний «свіжий» інфарктник її в принципі не перенесе!

Напередодні, при підготовці того матеріалу, я теж перечепився об те «шунтування», бо так по життю склалося, що певний «кардіологічний» досвід я маю. Було ясно, що насправді йшлося про стентування, відносно легку процедуру, коли під місцевим наркозом хворому зондом через стегнову артерію підводять до місця закупорки коронарної судини таку маленьку «пружинку» - стент, з допомогою якого відновлюється кровопостачання серцевого м'яза. Але журналіст уперто стояв на своєму: шунтування! Мовляв, він навіть телефонував дамі-політику Г., яка за кілька місяців раніше мала таку саму проблему, і та нібито по-

вторила те ж слово на «ш». Редактор був, як кажуть, «в замоті» і відступився: хто його знає, може, в нашій блатній Феофанії, рятуючи слуг народу, уже застосовують якусь новітню технологію шунтування? Тепер-от перевірено остаточно: не застосовують. Було соромно...

А тепер давайте узагальнювати: у вас же немає знайомого фахівця у кожній зі сфер, яких торкається ваше видання; і вам, відповідно, з приводу абсолютної більшості публікацій ніхто не дзвонить з ранку, і ви просто не чуєте, як з вас і вашої газети «коні сміються»!

Зауважте, що певна поверховість – є однією з обов'язкових складових таланту і фаховості журналіста. Навіть якщо ви працюєте в надвідповідальному жанрі журналістського розслідування, треба шкірою відчувати, що якась подробиця вже є зайвою, вона нічого не додає до принципово важливого, а лише обтяжує текст, робить його нечитабельним. Зрештою, люди, які закопуються глибоко, пишуть дисертації, а класний журналіст з потоку інформації вихопить головне, узагальнить – і переходить до наступної теми. Сьогодні ти пишеш про енергозберігаючі технології, завтра про генну інженерію, післязавтра – про соціологічні дослідження. Газеті щодня потрібний матеріал, а на кожний напрямок по спеціалізованому журналісту не поставиш. Звичайно, ваш журналіст не може все знати, всюди бути фахівцем, але він може компенсувати брак знань зобов'язанням сумніватися і перевіряти. Даруйте, але цензура, тиск держави на ЗМІ не є єдиною і головною проблемою вітчизняної журналістики. Як на мене, вона в невмінні сумніватися, у відсутності автоматичної навички до перевірки інформації, в низькому рівні ерудиції. Здатність всотувати різноманітну інформацію і доречно її використовувати – це так само Божий дар, але його можна розвивати і вдосконалювати, тим більше, що умови для цього склалися ідеальні: не треба університетських професорів, не треба столиць і «тиші бібліотек», достатньо комп'ютера у вашій рідній Хацапетівці і, звісно, бажання не виглядати лінєвим дурнем.

Нині у нашому цеху час особливий, в журналістику приходять перше покоління молодих людей, які виростили без книжок. Зате

вони з дитинства звикли «серфити» по Інтернету, «гуглити» і «вікіпедіти». Вони володіють унікальним інструментом, якого не мали попередні покоління журналістів. Так що кількість газетних ляпів можна було б принципово зменшити саме зараз. І вимогливості редактора для цього було б достатньо.

Сергій Тихий (Київ)



ЗАНЯТТЯ 5. ЕТИКА ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО МАТЕРІАЛУ

• Виробництво новин – технологія, учасники процесу. Структура редакції і посадові обов'язки журналіста. Організація робочого місця і робочого часу журналіста. Редакційне обговорення – постановка і уточнення редакційного завдання. Відмова від редакційного доручення. Підготовка матеріалу – етика збирання інформації, участі в заходах, телефонне спілкування. Редакційне втручання у підготовлений матеріал. Відмова від підпису матеріалу. Як відрізнити цензуру від редагування? Авторське право і позиція журналіста під час підготовки матеріалу. Технічні помилки. Оприлюднення матеріалу.

- ЦИТАТА ДНЯ

Якщо інформаційна програма перетвориться на трибуну одного автора, це вже не новини (Ігор Слісаренко).

- ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду і текстового супроводу тощо не повинні фальсифікувати зміст (п. 8).

Журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам (п.16).

Запитання для аналізу:

А. Коли виправдане втручання редактора в матеріал? Чим воно регламентується?

Б. За яких обставин журналіст має право відмовитися від редакційного завдання?

- СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

У яких документах визначаються посадові обов'язки журналіста?

Які права має журналіст?

Чи виправдані неетичні методи збору інформації, коли журналіст працює над суспільно значущою проблемою? Що є критерієм? Що робити у разі сумнівів?

Чи повинен журналіст повний робочий день перебувати у редакції?

За яких обставин журналіст має право відмовитися від підпису під матеріалом?

- ДІЛОВА ГРА «Редакційна нарада»

Студенти обирають головного редактора і двох його заступників. І «керівництво», і «журналісти» отримують для ознайомлення номер тижневика-«конкурента». За декілька хвилин розпочинається редакційна нарада, яку проводить «головний редактор», завдання якого – запланувати «у відповідь конкуренту» наступний номер власного тижневика. «Журналісти» пропонують те-

ми, кути подачі подій, глибину опрацювання, своє бажання (небажання) братися за ту чи іншу тему. Завдання «редактора» – на кінець наради отримати для себе і колективу чітке уявлення про наступний номер, правильно розподілити навантаження серед журналістів.

Викладач «втручається» у нараду, передаючи «редактору» та «журналістам» записки з «форс-мажорними» обставинами. Записки не оголошують, але учасники ділової гри коригують свою поведінку.

Перед початком наради: дві картки «журналістам» – «Ви запізнилися на нараду».

Під час наради. Картки «редактору»: «Вказана тема не сподобається рекламодавцю нашої газети», «Фірму, діяльність якої обговорюється, контролює син міського голови», «Журналіст, який (яка) ініціює написання даної статті, вже не раз був (була) помічений у місті з головним лобістом цього питання», «У журналіста, який взявся за написання матеріалу – наступного тижня весілля».

Картки «журналістам»: «Ваша дружина (ваш чоловік) вирушила у відрядження і на весь наступний тиждень ви самі будете господарювати у квартирі, водити і забирати дітей у школу і дитсадок». «Ви отримали підтвердження про участь у п'ятиденному семінарі на тему гендерної рівності в Євпаторії, виїзд – завтра». «Головний герой публікації є вашим родичем». «Друзі запропонували вам довгоочікуваний похід в Карпати, вирушають за три години». «Редактор є близьким товаришем героя критичної публікації».

Після закінчення наради учасники ділової гри діляться враженнями, розкриваючи нарешті зміст записок і аргументуючи свою поведінку. Викладач ставить уточнювальні запитання, підбиває підсумки ділової гри.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

«Калюжа розбрату». Ви отримали редакційне доручення розповісти про недбалість комунальників, внаслідок якої на центральній вулиці міста постійно утворюється калюжа. Ви почали

збирати матеріал, провели кілька інтерв'ю, отримали копії документів і з'ясували, що підрядником виконання робіт свого часу був ваш добрий товариш-однокурсник, з яким ви щотижня граєте у футбол. Яким буде ваше вирішення даної проблеми? Підготуйте службову записку редактору з цього приводу, в якій аргументовано, з посиланням на етичні та правові норми, викладіть ситуацію та ваші подальші дії.

- **ДОКУМЕНТ**

Заява КЖЕ «Щодо висвітлення акцій протесту 16 вересня 2002 року».

- **МАЙСТЕР-КЛАС**

Я б так вдруге не вчинив...

Сергій Гузь. Конфлікт інтересів. Історії власних помилок.

- **ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ**

Інструкція посадова, обов'язки журналіста посадові, доручення редакційне (завдання редакційне)

- **ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

Яким є технологічний цикл підготовки журналістського матеріалу (від задуму до оприлюднення)?

На яких принципах повинен організовувати свій робочий час журналіст?

За яких умов можлива відмова від редакційного доручення?

За яких умов журналіст може відкликати свій підпис з-під матеріалу?

Що таке цензура?

- **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 46-49, 52-64.

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. - С. 89-99.

Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 80-89, 117-132.

- Коллективні переговори у засобах масової інформації (профспілковий посібник для тих, хто хоче працювати у кращих умовах) / Гузь С.І., Ворон І.А. – К.: СПД Жорін Р.В., 2007. – 168 с. – С. 62-92.
- Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 64-78 (розділ «Розслідування»).
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 168-185, 393-394.
- Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с. – С. 270-276.
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с. – С. 39-52.

• ДОКУМЕНТ

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо висвітлення акцій протесту 16 вересня 2002 року»

Комісія вимушена констатувати значні порушення норм журналістської етики засобами масової інформації, перш за все центральними телевізійними каналами, під час висвітлення політичних подій в Україні, що передували акціям протесту 16 вересня 2002 року та під час висвітлення самих акцій.

До зафіксованих Комісією порушень належать:

Замовчування діяльності опозиційних сил, ненадання слова опозиції для пояснення своїх вимог, відверта блокада публічних заяв лідерів партій та блоків, яка триває з першої прес-конференції опозиційних сил. Це стосується як комерційних каналів, так і державного, який фінансується з податків усіх громадян України, в тому числі й тих, хто підтримує дії опозиції. Варто нагадати, що за політичні сили, які брали участь в акції, в березні 2002 року віддали свої голоси понад 55% громадян. Безпрецедентним для історії журналістики незалежної України є факт виходу в ефір семи найпопулярніших каналів абсолютно ідентичних сюжетів про позицію виконавчої влади щодо маніфестацій. Заниження кількості учасників акцій у Києві як шляхом озвучення неправильного числа маніфестантів, так і завдяки

використанню спеціально відібраного відеоряду. Деякі телеканали все ж показували кадри, з яких глядач міг уявити реальну кількість учасників акції, а деякі канали підбирали кадри, відзняті на Європейській площі до підходу основних колон маніфестантів, або кадри, які показували лише один із секторів мітингуючих, без загального плану всього зібрання.

Вирвані з контексту частини виступів лідерів акції не дали глядачам жодного уявлення про справжні наміри учасників акції, їхні цілі і засоби їхнього досягнення.

Тенденційність у висвітленні політичного складу учасників мітингів, наголос виключно на ліві сили, в той час як активну участь у заходах, окрім Олександра Мороза та Петра Симоненка, брали Віктор Ющенко та Юлія Тимошенко.

Майже повна відсутність інтерв'ю з рядовими учасниками маніфестацій. Це видається тим більш тенденційним на тлі інформаційних випусків попередніх днів, переповнених бліц-інтерв'ю з киянами, які нібито виступали проти проведення акцій протесту. Складається враження, що канали намагаються таким чином переконати глядача, що рядові громадяни просто не мають свого ставлення до політичних подій, якщо вони проходять під антипрезидентськими гаслами.

Наведення в ефірі заяв керівників силових відомств про акції протесту та їхні можливі наслідки без спроби перевірити ці заяви або збалансувати їх позицією організаторів акцій. Наголос на професійності і коректності правоохоронних органів під час проведення маніфестацій при повній відсутності інформації про перешкоджання цими ж органами рухові маніфестантів до Києва з інших регіонів України.

Комісія з журналістської етики вважає, що цим порушено такі статті Етичного кодексу українського журналіста:

- повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста (п. 5);
- редакційна обробка матеріалів, включаючи знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду і текстового супроводу, тощо не повинні фальсифікувати зміст (п. 7).

Також Комісія змушена констатувати, що наведені вище факти можуть свідчити про редакційний тиск на журналістів, що суперечить пункту 15 Етичного кодексу: «Журналіста не можна службовим порядком зобов'язати писати чи виконувати будь-що, якщо це суперечить його власним переконанням чи принципам».

Комісія закликає керівників українських телеканалів вжити заходів для виправлення ситуації, що склалася. Поглиблення недовіри до ЗМІ, яскравою демонстрацією якої стали результати парламентських виборів 2002 року, може призвести до смерті української журналістики як професії, її перетворення на інструмент пропаганди лише однієї точки зору.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Конфлікт інтересів. Історії власних помилок

За час роботи журналістом та редактором доводилось безліч разів стикатись з випадками порушення етичних норм. Як тих, що вписані в Етичному кодексі українського журналіста, так і неписаних, але існуючих в кожній редакції. Завжди пам'ятати-му щонайменше три історії, які трапились зі мною особисто та вплинули на подальшу журналістську роботу. Всі вони сталися дуже давно, ще на початку журналістської кар'єри, коли я працював у місцевих виданнях Дніпродзержинська.

Уявіть собі провінційну комунальну газету середини 90-х років минулого століття: бюджетного фінансування, а значить і грошей, у редакції не було, жалюгідні зарплати, малесенький штат працівників. Соромно сказати, та в перерахунку на долари США (цей всесвітній еквівалент вартості) наша зарплата ледь дотягувала до 12 баксів на місяць.

Мені було 25 років, а кар'єра журналіста тільки починалась. Наш тодішній редактор вирішила поставити експеримент і найняла працювати репортерами людей, які ніколи не вивчали журналістику. За офіційною версією, таким чином вона хотіла

позбутися впливу радянської пропагандистської школи, яка в ті часи все ще давалася взнаки у нашій професії. Ось за цих обставин я і потрапив у газету. Та в цьому експерименті був і великий недолік – нам, репортерам з вулиці, нічого не було відомо про журналістську етику в сучасному розумінні.

Щоб ми могли якось вижити на маленьку зарплату і взагалі не втратили інтересу до професії (бо в цьому віці вже не кожен може сидіти на шії у батьків), редактор придумала нам підробіток. Майже кожному вона знайшла «доброго» директора підприємства, який доплачував невеликий гонорар за публікації про роботу цього заводу чи фірми. Достатньо було написати кілька новин на місяць. Мені випало писати про колись надсекретний радянський завод, на якому виробляли ядерну зброю.

Звісно, зараз таке і уявити важко, але тоді я з радістю погодився на таку пропозицію. По-перше, цей завод почали будувати полонені німці, а керував будівництвом сам Лаврентій Берія. По-друге, будь-якому журналістові, на мій погляд, було б цікаво першим розкрити якісь таємниці, особливо коли над ними десятиліттями стояв гриф «особливо секретно». По-третє, на мій погляд, робота не вимагала, щоб ми вигадували новини, перекручували факти чи видавали «чорне» за «біле». Поняття «джинси» в ті часи ще не набуло широкого вжитку, як сьогодні.

Все було добре до певного часу, після чого вислів «конфлікт інтересів» став для мене не теоретичним, а практичним поняттям.

Перший дзвоник, як кажуть, пролунав, коли на заводі поцупили спеціальний прилад, яким у трубопроводах контролюють проходження сировини. Раніше з його допомогою на цьому підприємстві вимірювали обсяги уранової руди, яка поступала на переробку. Прилад був радіоактивний (містив ізотопи), тож рятувальникам та правоохоронцям не важко було відстежити і його шлях, і знайти злочинців. А так як в газеті я відповідав за кримінальну хроніку, то стаття на цю тему з'явилась на шпальтах за моїм підписом.

І хоча всі факти було абсолютно правдиві, зрозуміло, що керівництво заводу воліло, аби цій та схожим історіям не надава-

ли надто широкого резонансу. Про що мене чемно попросили.

Та невдовзі сталась трагедія, яка набула національного розголосу. Не обійшлося без постраждалих і створення слідчої комісії, яка розбирала цей випадок.

Як буває в таких ситуаціях, окрім правоохоронців, цієї справою на підприємстві займалися ще й члени комісії з розслідування нещасних випадків на виробництві, куди входили і представники місцевої профспілки. Мені вдалось з'ясувати, що кілька членів цієї комісії не погодились з офіційною версією трагедії і мали на те вагомні аргументи.

Що робити? Вже тоді було зрозуміло, якщо надрукувати альтернативну версію подій, то з моїм додатковим підробітком доведеться розпрощатись. А якщо приховати цю версію, то тоді суспільство не дізнається про факти, які встановила комісія з розслідування нещасного випадку і які не були взяті до уваги під час ухвалення офіційної точки зору.

На щастя, головний редактор не дуже переймалась питанням мого підробітку і в газеті були надруковані усі версії розслідування. Як тільки вийшла газета, керівництво підприємства повідомило, що розриває нашу угоду. Після цього випадку я вже ніколи не погоджувався на подібну співпрацю, і потім, на редакторських посадах, не радив такого журналістам.

Здавалося, що висновки зроблені. Та через кілька років сталися події, що показали усю багатогранність ситуацій, які можна назвати «конфліктом інтересів».

На той час я перейшов працювати у перспективну комерційну газету з найкращою журналістською зарплатою у місті. Це було приблизно за рік до першої економічної кризи кінця дев'яностих (так званого «дефолту»). На багатьох промислових підприємствах роками затримували платню, страйки спалахували один за одним. У Дніпродзержинську вони перетворились на певний ритуал. Люди виходили на центральну площу міста, створювали наметове містечко і вимагали від місцевої влади вплинути на власників підприємства, щоб їм заплатили гроші. Мітинги не припинялись, допоки борги із зарплат не гасили.

В основному страйкували представники комунальних та дер-

жавних підприємств. Та одного разу страйк оголосили працівники вже приватизованого заводу. Точніше, це були працівники дочірнього підприємства акціонерної компанії. Місцева влада відразу заявила страйкуючим, що раз ви самі акціонери, тобто власники цього підприємства, — то самі і розбирайтесь з боргами із зарплат.

Нічого сказати: від несподіванки з таким поворотом сюжету страйкарі ледь не розгубились. Та дуже швидко ми з'ясували, що представники міської влади лукавили, бо більшість страйкуючих ніколи не були акціонерами свого заводу. Довелось тоді чиновникам таки докладати зусиль для того, щоб вплинути на справжніх акціонерів та змусити їх знайти гроші на зарплати.

Так сталося, що я висвітлював усі ці страйки, а в епіцентрі того протистояння опинився один із заступників мера Дніпродзержинська. Спочатку він з великою недовірою ставився до журналістів і до мене особисто, та з часом його ставлення стало більш доброзичливим. І якось у скрутну хвилину він дуже допоміг близькій мені людині. Зробив це абсолютно безкорисливо і безкоштовно, так, що я не відчував жодних зобов'язань перед ним. Проте певний слід така добродія дія залишила і в моїй душі.

Минув якийсь час і за кілька місяців у місті розпочались депутатські вибори. Згаданий чиновник висунувся в депутати обласного рівня. Шанси у нього були, проте у фаворитах він не ходив, якщо не брати до уваги адмінресурс.

Вибори в нашій країні традиційно відбуваються у неділю, підрахунок голосів у понеділок, якісь рішення виборчої комісії з'являються у вівторок. Це був останній день перед виходом нашого тижневика, тож ми розраховували дати читачам найсвіжішу і найточнішу інформацію, порівняно з конкурентами. І бажано, щоб був якийсь ексклюзив (а хто з журналістів цього не бажає?).

І ось вже в кінці робочого дня вівторка я зустрічаю цього чиновника на порозі місцевої ради, де знаходився штаб виборчої комісії. Результати виборів мені були відомі, тому я лише поцікавився його думкою про те, як він оцінює результати. Та почув сенсаційну історію: виявляється, у виборчих бюлетенях до об-

ласної ради навмисно були переставлені місцями прізвища кількох кандидатів. Замість того, щоб бути на першій шпальті виборчого бюлетеня, їх, начебто навмисно, перенесли на зворотний бік. І через це кандидати програли вибори, хоча мали шанси перемогти. Чиновник запевнив мене, що і він, і інші кандидати будуть оскаржувати результати голосування.

Я прибіг в редакцію із справжньою сенсацією, яка потім ледь не перетворилась на велику халепу. Здогадайтесь чому?

Що роблять журналісти провінційних видань у день виборів: бігають по дільницях, збираючи фактаж, цікаві історії та думки виборців. Буває, що за цією роботою сам не встигаєш проголосувати. Так трапилось і того разу. На підготовку матеріалу у нас була усього година, робочий день закінчився, тож офіційно перевірити інформацію вже не було можливості. З'ясувалося, що ніхто з ще присутніх в редакції працівників сам на виборах або не голосував, або не звернув увагу на те, в якому порядку стояли прізвища на виборчому бюлетені в обласну раду. Бо виборцям і тоді, й зараз дають цілі стоси цих бюлетенів. Це по-перше.

По-друге, наша розмова з чиновником сталась випадково, тож ні свідків, ні запису на диктофон цієї розмови не було.

По-третє, як я вже казав, в мене виникло якесь особисте відчуття довіри до цієї людини.

Тож зваживши все з головним редактором, ми вирішили надрукувати історію з бюлетенями на першій шпальті.

Трапилось те, що й мало трапитись: ніяких махінацій з прізвищами в зазначених бюлетенях не було. Це з'ясувалось наступного ж дня, правда, вже після того, як наш тижневик потрапив у продаж.

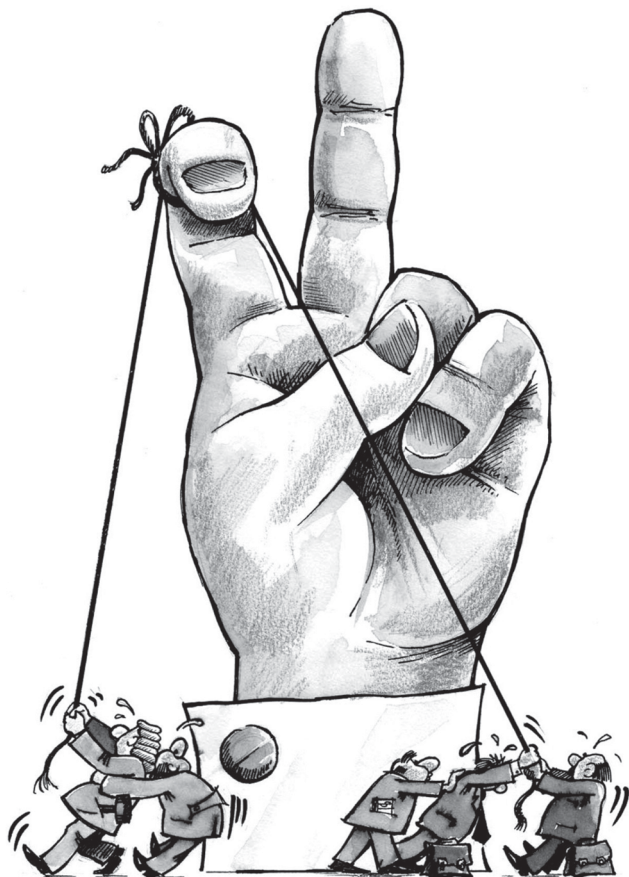
Звісно, і мені, й газеті довелось вибачатись перед читачами і тими кандидатами, які чесно перемогли на виборах. На наше щастя, згаданий чиновник не став заперечувати своїх слів, тож на газету до суду ніхто не подавав.

Ця історія навчила, що в будь-яких ситуаціях треба перевіряти усю інформацію, яка до нас потрапляє. І ніколи не покладатись на те, що джерелом інформації стала знайома людина, а тим більше та, з якою склались особливі стосунки. І найретельніше

треба перевіряти інформацію, яка надходить від людей, що працюють в органах влади. Вони теж можуть помиляться. Тож ніколи не завадить пам'ятати про конфлікт інтересів.

Хоча у цій історії не названо жодне прізвище, усі відображені факти достовірні. Перевірити їх не забере багато зусиль у жодного бажуючого. Та я думаю, що ми, журналісти, більше за інших розуміємо ціну кожного слова, тож маємо довіряти один одному. Чи не так?

Сергій Гузь (Дніпродзержинськ)



ЗАНЯТТЯ 6. ЖУРНАЛІСТ У СУСПІЛЬСТВІ (ЕТИКА СПІВПРАЦІ)



Ділові зв'язки журналіста. Взаємовідносини журналіста з працівниками прес-служби, піар-агенцій. Робота з посадовими особами (чиновники, депутати). Відносини з представниками бізнесу. Особливості взаємодії з посадовими особами правоохоронних органів, суддями. Робота із спецслужбами. Про що потрібно знати, працюючи з релігійними та громадськими організаціями, політичними партіями.

• ЦИТАТА ДНЯ

Журналістика – професія дуже кастова і, в принципі, в ній треба починати молодим, проходити через усі сходинки, мати знайомства і всілякі первісні контакти (Савік Шустер).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Незаконне отримання журналістом матеріальної винагороди чи будь-яких пільг за виконаний чи невиконаний журналістський матеріал є несумісним із званням журналіста (п. 17).

Запитання для аналізу:

А. Що таке «незаконне отримання матеріальної винагороди»?

Б. У чому полягає небезпека підкупу журналіста (для самого творчого працівника, редакції, професії в цілому, суспільства)?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Чи вважатиметься підкупом, якщо людина, яка запросила вас на зустріч в ресторан, оплатить рахунок?

Чи варто залишатися на фуршет після прес-конференції?

Де, на вашу думку, пролягає межа між добросовісним журналістським висвітленням принад чи переваг продукту (бізнесу) і прихованою рекламою? Якими журналістськими «маркерами» можна позначити цю межу?

Чи потрібно журналісту розповідати по власні переконання при контакті з представниками політичних чи релігійних організацій?

Можлива у парі «журналіст - прес-секретар» не лише ділова співпраця, а й справжня дружба?

• ДІЛОВА ГРА «Взаємодія з правоохоронцями»

Завчасно, на попередньому занятті, визначають студентів на ролі «головного міліціонера області», «прес-секретаря УМВС», «прокурора області», «прес-секретаря прокуратури». Ці студенти мають повторити для себе правове підґрунтя взаємодії правоохоронців і ЗМІ, їхнє завдання – посилаючись на норми Закону, всіляко унеможливити «безконтрольний доступ» до інформації з боку журналістів.

Безпосередньо сама ділова гра відбувається у формі засідання круглого столу за участі правоохоронців, прес-секретарів силових відомств і журналістів. На основі німецьких «Принципів поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції» учасники засідання круглого столу намагатимуться створити свій, актуальний для даного міста (області) документ.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ «Атака клонів»

Таку практику застосовує у своїй діяльності Незалежна медіа-профспілка України. У випадку, якщо одному журналісту (виданню) відмовляють в інформації, ігнорують їхні вимоги тощо – колеги з інших видань надсилають листи-запити, телефонують, надсилають факси з усіх куточків України. Розробіть план дій та сформуйте текст інформаційного запиту (листа-вимоги, запиту щодо надання коментарю) у випадку, якщо завод «Дніпротяжмашбрухт» відмовив вашому колезі з м. Дніпропетровськ у наданні інформації про наслідки екологічного моніторингу підприємства та кількість шкідливих викидів, якими завод забруднює атмосферу та водоюми.

• ДОКУМЕНТ

Заява КЖЕ «Щодо відмови в акредитації»

Заява КЖЕ «Щодо діяльності детективних агентств під виглядом агентств із журналістських розслідувань»

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Володимир Павлів. Між етикою та естетикою

Андрій Куликов: «За теперішньої влади легше працювати – якщо повністю пристати на пропоновані правила гри».

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Нейтральність інформації, точність інформації, акредитація, прихована реклама

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Яким чином журналіст формує і підтримує свої ділові зв'язки?

Якими є особливості взаємодії журналіста з прес-службами силових відомств?

Які функціональні обов'язки мають працівники прес-служб органів влади?

Наскільки важливою є верифікація інформації, отриманої від прес-служб організацій (установ)?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 66-94, 153-158.

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. - С. 115 -125.
Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 163-179, 215-216.

Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 144-159 (розділ «Як описувати великі пригоди»).

Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгорова. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. - 407 с. – С. 400-404.

Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с. - С. 132-158.

• ДОКУМЕНТ

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо відмови в акредитації»

Комісія з журналістської етики розцінює повідомлення прес-служби Харківської міської ради про позбавлення акредитації кореспондента газети «Комерсант-Україна» як факт переслідування журналіста за критику, перешкоджання професійній діяльності журналістів, перевищення посадовими особами цього органу місцевого самоврядування повноважень, передбачених Конституцією та законами України. Конституція України до повноважень місцевого самоврядування відносить вирішення питань місцевого значення, перелік яких чітко визначено. До цього вичерпного переліку питання професійної етики журналістів, безумовно, не віднесено. Натомість Конституція і за-

кони України встановлюють невичерпний перелік обов'язків органів місцевого самоврядування із забезпечення прав громадян на інформацію:

- надавати повну, достовірну інформацію про свою діяльність і прийняті рішення;
- забезпечувати журналістам вільний доступ до інформації;
- створити спеціальні інформаційні служби, що забезпечували б доступ до інформації;
- не чинити на журналістів будь-якого тиску і не втручатися в їхній виробничий процес;
- здійснити акредитацію журналістів і технічних працівників засобів масової інформації та організаційно сприяти виконанню ними професійних обов'язків.

Порядок акредитації та її припинення також врегульовано законом, який називає єдину причину припинення акредитації – порушення порядку допуску журналістів до приміщення, інформації та технічних засобів органу влади або місцевого самоврядування. Додатковою гарантією від свавілля чиновників також є те, що рішення про припинення акредитації приймається органом влади чи місцевого самоврядування, при якому журналіст акредитований.

Тож замість виконання своїх безпосередніх обов'язків із забезпечення журналістів інформацією про діяльність та прийняті рішення Харківської міської ради, замість виконання своїх функцій щодо організаційного сприяння роботі журналістів (інформування про важливі заходи та плани міської ради, надання копій документів, повної інформації про підготовку та прийняті рішення цього органу, забезпечення доступу журналістів до засобів комунікації, до важливих джерел інформації) прес-служба вдалася до цензури, переслідувань і звинувачень журналістів.

Комісія вітала б зусилля посадовця прес-служби Харківської міської ради із залучення фахівців, у тому числі журналістів, до підготовки нових положень про прес-службу та порядок акредитації журналістів і технічних працівників, адже діючі наразі документи не відповідають ані Конституції і законам України,

ані міжнародному законодавству. Звертаємось до Генеральної прокуратури України та сподіваємося побачити прокурорське реагування на дії посадовця органу місцевого самоврядування, які, на нашу думку, містять ознаки злочину, передбаченого статтею 171 Кримінального кодексу України.

Історія преси свідчить, що у чиновників, які звинувачують журналістів у спецопераціях або інформаційних війнах, є підстави побоюватися висвітлення своєї діяльності, а для політика імідж «ворога преси» означає політичну смерть.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

**Заява Комісії з журналістської етики
«Щодо діяльності детективних агентств під виглядом
агентств з журналістських розслідувань»**

Останнім часом відновились спроби під виглядом редакцій ЗМІ або агенцій журналістських розслідувань організувати комерційні підприємства, діяльність яких несумісна з цілями чесною журналістики.

Наприклад, в мережі Інтернет з'явився веб-сайт «Агентства журналістських розслідувань «ЮАІНФОРМ», яке зареєстроване зі статусом інформаційної агенції. На зазначеному сайті розміщені оголошення про комерційний набір і навчання бажаних стати журналістами, надання таким особам журналістських посвідчень, проведення журналістських розслідувань на замовлення.

Проте з подробиць, які стали відомі членам Комісії з журналістської етики, ми можемо зробити висновок, що під виглядом агентства журналістських розслідувань його засновники організували приватне детективне агентство. Так, клієнтам пропонували такі послуги, як встановлення фактів подружньої зради, стеження за певними особами та встановлення їх контактів, збирання інформації про осіб, зовнішнє спостереження, приховане стеження, у тому числі за кордоном, та інші «конфіденційні послуги».

На наше переконання, така діяльність несумісна з роботою

засобів масової інформації, дискредитує журналістику і наражає на небезпеку тих колег, які дійсно займаються журналістськими розслідуваннями за завданням редакцій з метою встановлення істини та інформування громадськості.

Ми розуміємо, що законодавством України діяльність детективних агентств на даний момент не врегульована. Використання статусу інформаційної агенції або іншого ЗМІ може бути легальним прикриттям для детективного агентства, тим більше, що журналістські організації постійно борються за права журналістів на вільне отримання та поширення інформації.

У зв'язку з цим нас обурюють будь-які спроби комерційних структур організувати під виглядом ЗМІ підприємства, діяльність яких може істотно зашкодити правам журналістів, призвести до законодавчого обмеження наших свобод. Неприпустимо надання журналістських посвідчень особам, які не займаються журналістською діяльністю, як це визначено законодавством України або авторитетними журналістськими організаціями.

Принагідно ще раз звертаємо увагу, що Комісія з журналістської етики, Національна спілка журналістів України, Незалежна медіа-профспілка України неодноразово звертались до редакторів ЗМІ з проханням не надавати журналістських посвідчень особам, що не є журналістами. Наприклад, раніше деякі редакції сотнями надавали журналістські посвідчення особам, що фактично виконували функції спостерігачів від політичних партій чи окремих учасників виборчих перегонів.

Будь-яке зловживання правами та статусом журналіста є неприпустимим. Ми вимагаємо від підприємства «Агентство журналістських розслідувань «ЮАІНФОРМ» негайно припинити займатись детективною діяльністю або ж змінити свій юридичний статус, відмовитись від використання у назві посилань на журналістську діяльність, припинити видавання журналістських посвідчень тим, хто працює приватними детективами.

У разі нехтування нашими вимогами ми залишаємо за собою право звернутись із заявою до правоохоронних органів та Міністерства юстиції України.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Між етикою і естетикою

...У своєму творчому методі ми майже завжди ставили етику вище від естетики. Правило було просте: якщо ми зробимо щось «антиестетичне», то можемо викликати в читача чи героя публікації відчуття несмаку і розчарування, якщо ж допустимося чину неетичного, то можемо людині завдати поважної кривди.

Проблема однак була в тому, що ми жили (й надалі живемо) у фатально неетичній країні. Про яку «етику» йде мова в країні, яку нещадно грабують нові еліти, використовуючи при цьому патріотичну незалежницьку риторичку. В боротьбі за відродження церкви «віруючі» протилежних конфесій доходили до того, що кидали в колодязі мило чи підпалювали один одному стодолу. В країні, яка ніколи не практикувала етичність у стосунку до свого населення, навіть називаючи його «громадянами». Де перемагаюча в окремо взятих областях націонал-демократична братія охоче вдавалася у боротьбі з опонентами до методів своїх попередників. Наприклад, оточення В'ячеслава Чорновола, тоді ще голови Львівської обласної ради, використовуючи суспільні стереотипи, з одного боку, звинувачувало нас у неетичності за критику колишніх дисидентів і нової демократичної влади, а паралельно розповсюджувало чутки про те, що нашу газету фінансує КГБ чи називало «хлопчиками в рожевих штанцях», натякаючи на наше минуле членство в Комсомолі.

Тому самі поняття «етичності-неетичності» чи псевдо-моральності часто використовували для затушовування невігідної правди як посткомуністи, так і націоналісти. Пам'ятаймо, що все це діялось у країні, в якій мільйони доларів західної допомоги на ліквідацію наслідків «чорнобильської аварії» розкрадалися, а на оздоровлення в країні Заходу відправлялися здорові «як бики» діти-підлітки колишньої та новітньої номенклатури. Адміністрація країни, де суспільство невпинно убожіло, їздила на дорогих західних автомобілях, викликаючи заздрісні погляди тих же західних громадян, що потрапляли до Києва, Донецька чи Одеси. Формально заробляючи 20 доларів на місяць, державні

чиновники просиджували вечори в дорогих ресторанах, а на роботу одягалися в костюми за «штуку баксів».

Нам видавалося, що тільки провокацією можна було завдати того струсу, який вивів би зі сплячки суспільство, заколисане піснями про «червону калину, козаченька і дівчину».

Тим більше, що разом з напливом в Україну перших іноземців на місце своєрідної «етичної пустки» до нас почали напливати й відповідні поняття із Заходу. Вони, зокрема, підказували нам, що не можна випоминати комуністам минулого, що потрібно захищати інтереси меншин, втім, і російської, та ще й робити це майже безкритично. Спрощено кажучи, дурнів пропонувалось називати «мудрими інакше», а негідників — «порядними по-іншому». Отже, нам потрібно було справлятися з новими викликами — переоцінювати певні оцінки в контексті того, як до того чи іншого явища ставляться в цивілізованому світі, до якого ми прагнули наблизитися. Пригадую, як ми піджартовували, що тепер мігрантів, котрі почали напливати масово з Африки, за прикладом американців ми повинні називати афроукраїнцями.

Довший час ми з великою увагою і майже безкритичним сприйняттям ставилися до пропонованих Заходом зразків «нормального суспільства», суспільної етики, моральності. Аж поки не зіткнулись ближче із життям-буттям носіїв західної демократії в наших містах.

Пригадується, зокрема, директорка однієї американської неприбуткової організації у Києві, що передавала нам західний демократичний досвід у сфері, тісно пов'язаний як з естетикою, так і з етикою. Отже, вона як справжня американська естетка винайняла на Хрещатику дві об'єднані квартири, за оренду котрих щомісяця її організація платила 5 тисяч доларів. Вони з чоловіком, теж американським експертом в галузі побудови демократичного суспільства, не мали дітей, натомість тримали там 6 котів, здебільшого підібраних на вулиці. Але щоб отримати в її організації «грант» у 2 тисячі доларів на проект, який би показав, що насправді діється в українському суспільстві, треба було пройти через досить виснажливе й принизливе сито відбору, пережити стрес звіту і зробити так (аби не втратити надію на

подальші гранти), щоб грантодавець залишився задоволений висвітленням теми, на якій він практично не розумівся, та й не хотів.

Гадаю, що саме це мав на увазі Олександр Кривенко, коли писав в «Енциклопедії нашого українознавства»: «Україну потрібно захищати не лише від Росії, але й від Заходу». Тим більше, що наші нові еліти, як національно-демократичні, так і посткомуністичні, охоче брали на озброєння поняття «політичної коректності» та «західних стандартів», ігноруючи на практиці елементарні етичні правила.

Тепер з перспективи років мені видається, що в багатьох випадках зіткнення із суспільним цинізмом і дволикістю своєю реакцією ми нагадували того анекдотного «Вовочку», котрий, підгледівши, чим займаються батьки у спальні, здивовано зауважив: «І ці люди ще забороняють мені колупатися у носі?!».

І. Ми розуміли, що їхній цинізм не проб'єш жодними демаскуваннями чи волюнтаризмом про совість. Дошкулити їм можна було лише провокацією — нахабною і нещадною. Це була наша помста за згвалтовану суспільну етику, як ми її розуміли. Тому провокація і стала творчим методом, який домінував і в «Пост-Поступі», і в «ЕНУ», і в ПіКу.

...Ми багато експериментували в балансуванні на межі етики. Правда, балансування на цій межі дуже небезпечно, бо відчуття етики, якого зазвичай бракувало представникам еліт, що ставали персонажами наших фейлетонів, переважно не бракувало нашому вимогливому читачеві, який не погоджувався на нетичність з нашого боку. Тому нам доводилося дуже вважати.

Однак траплялися й переступання межі, де естетика або й ідеологія переважали етику. Таким був текст Ігоря Ткаленка, персонажем якого став Іван Гель — людина з безсумнівними заслугами для незалежної України, а потім заступник голови обласної ради В'ячеслава Чорновола. А також моя полеміка на сторінках «Пост-Поступу» з львівським істориком Ярославом Дашкевичем унаслідок публікації в польській «Газеті виборчій» — «Львів — місто підземне». Або Винничуковий опус, в якому він в уста своєї вигаданої бабці вклав слова «з такої голови можна було б зробити дванадцять тарілок холодцю» на адресу од-

ного з тодішніх новоспечених співаків — голови провінційного Будинку культури. Як показали подальший розвиток подій і участь у них згаданих персонажів, наші в'їдливі публікації мали незначну суспільну шкідливість. Але це не зняло докорів сумління, принаймні у Кривенка, що за його ж словами «призвело до того, що «П-П» першим з українських видань запровадив етичний кодекс, обов'язковий для журналістів». Не знаю, чи зберігся в когось цей кодекс на папері, але в подальшій практиці ми намагалися берегти йому вірність як «неписаному правилі».

За винятком, може, публікації вульгарної псевдоікони на сторінках ПіКу (24). Тоді теж естетика взяла гору над етикою, а провокація замість того, щоб заініціювати суспільну дискусію, образила людей шанованих і втішила людей нікчемних. Ця провокація дала вже зовсім інший ефект, ніж Винничукові «щоденники Роксоляни», моя «Українська лайка» чи Сашкова «Маргінальна Україна» ще й тому, що зовсім іншим був уже світ навколо нас. Настали інші часи: бульварна преса набула значних обертів, а суспільна вразливість знизилася до найнижчої з моменту здобуття незалежності відмітки.

Подальші спроби провокувати в цей спосіб ставали ще менш зрозумілими і вдалими, тим більше, що їх узяли на озброєння такі типи, як Олесь Бузина — автор тексту «Вурдалак Шевченко».

Попри все це Сашко Кривенко залишався невинуватим естетом, хоч важко бути естетом в країні, де центральний майдан столиці виглядає, за влучним окресленням Леся Подерв'янського, як «застигла в камені музика Поплавського». Але ще важче бути апологетом етики в країні, де владу в своїх руках тримають цинічні, аморальні типи. Звичайно, можна було замкнутись у вишуканому середовищі і пересуватися Андріївським узвозом у Києві чи площею Ринок у Львові, дефілювати вулицями Дерibasівською в Одесі чи Сумською ув Харкові... Багато так і робить, але це не підходило Кривенкові. В «ЕНУ» він написав про це так: «Я надто люблю Україну, аби миритися з недоумством, лицемірством і бідністю в її народі».

Володимир Павлів

*(Уривок із книги «Синдром програної війни.
12 есе про Олександра Кривенка»)*

Андрій Куликов:**«За теперішньої влади легше працювати –
якщо повністю пристати на пропоновані правила гри»**

Ведучий «Свободи слова» на ICTV – про «джинсу» й журналістську несвободу в Україні та за кордоном.

Для масового українського глядача Андрій Куликов? – це ведучий «Свободи слова», який восени 2007 року змінив у цій програмі її творця, Савіка Шустера. Хоч-не-хоч їх порівнювали й не припиняють порівнювати дотепер. Одначе випробування роллю «наступника Шустера» Андрій витримав з гідністю, майже не заробивши, на відміну від Савіка та його колеги з «Інтера» Євгенія Кисельова, звинувачень у прислужництві чи політичній zaangażованості. Хоча сам Андрій наголошує, що без компромісів у цій роботі ніяк і героєм просить себе не вважати. Одначе саме в його програмі з-поміж трьох «свобод» найменше сварок і попудизму, найбільше експертної думки й конкретних запитань: talk, а не шоу, за Андрієвими словами.

Для студентів-журналістів Андрій? – наставник, який передає їм досвід роботи в українських і західних медіа, й завжди радить опанувати, крім журналістської, іншу професію, щоб не пропасти в разі чого. Для «Телекритики» – перш за все – людина з власним оригінальним, подекуди революційним, поглядом на українські медіа. Своїми думками про ситуацію зі свободою слова та журналістською професією в сучасній Україні, про замовну журналістику і межі можливого компромісу Андрій Куликов поділився з «Медіаграмотністю».

– Андрію, в рейтингу тижневика «Фокус» ви посіли перше місце в категорії «ведучі політичних ток-шоу». Як ви відреагували на це? Чи важливим для вас є таке визнання?

– Я був приємно вражений. Але викликає запитання саме формулювання цього рейтингу – найуспішніші ведучі. Що значить «найуспішніший»? За якими критеріями вимірюється успішність у цьому разі? Чи йдеться про те, яка людина професійна, чи про те, наскільки вона відома, чи про щось інше? З іншого боку, якщо менше чотирьох сезонів працюєш веду-

чим і потрапляєш у тридцятку або десятку, то це успіх.

Чи важливо для мене перемагати в рейтингах? Гадаю, що ні. Але мені важливо, щоб визнання одержувала програма «Свобода слова». Я дуже радий, що під час моєї роботи в програмі ми були не тільки номіновані, але й отримали «Телетріумф» як найкраще суспільно-політичне шоу. Нашу програму робить не одна людина, її успіх – це успіх багатьох людей, яких глядачі не бачать на екрані й чийх прізвищ не знають. Це люди, які працюють в апаратній і під час програми щось радять, іноді критикують чи хвалять. Інформаційні редактори, які і в перерві можуть повідомити гарячі новини і змусити мене повернути хід дискусії в інший бік.

– Чим, як вам видається, «Свобода слова» вирізняється з-поміж інших ток-шоу схожого формату? Що є у вашому проєкті, чого немає в інших?

– Саме – «як видається». Нам видається, – я кажу «нам», бо ми інколи обговорюємо це і доходимо однієї думки, – ми вирізняємося тим, що прагнемо зробити в ток-шоу поменше шоу і побільше talk, розмови. Але не розмови заради розмови, а все ж прагнемо бодай спробувати окреслити якісь шляхи якщо не виходу, не успішного розв’язання проблем, які обговорюємо, то принаймні того, що треба зробити, щоб усвідомити ці проблеми, проаналізувати їх і почати шукати вихід. Це не завжди вдається, бувають скандали й у нашій програмі.

Крім того, ми намагаємося добирати учасників програми так, щоб забезпечити баланс поглядів, думок, позицій. Це стосується не лише учасників, які виходять до мікрофона, а й експертів. Мені також здається, що в нашій програмі роль експертів вагоміша, ніж в усіх інших, які схожі на нас чи працюють у цьому ж полі. Це набуло особливого значення із середини минулого сезону, коли ми замінили блиц-опитування учасників на початку ефіру блиц-опитуванням експертів. Ми чуємо відразу вісім думок, які дають якщо не вісім різних поглядів, то принаймні дві-три різні інтерпретації, таким чином підштовхуючи політиків до того, в якому напрямі вести розмову. Так само наприкінці ефіру експерти підбивають підсумки дискусії, оцінюють її, дають практичні рекомендації. Мені це здається цінним.

– *Це одна з останніх новацій у вашому шоу. Чи були за період вашої роботи в проекті якісь інші кардинальні зміни, й чим їх було викликано?*

– Перша зміна, наскільки я пам'ятаю, – зменшення тривалості. Нині програма триває дві години. Це було пов'язано з перенесенням із п'ятниці на понеділок, викликаним появою клонів, більш чи менш успішних – у порівнянні не з нами, а із задумом, який вони здійснювали. Щоб дати глядачеві змогу дивитись і нас, і їх, ми перейшли на понеділок. А в понеділок, коли завтра вранці на роботу, три-чотиригодинну програму робити не варто з огляду на зручність тих же глядачів.

Друга велика зміна? – зникнення вільного мікрофона, до якого виходили глядачі в кінці програми. Хтось давав прочухана політикам у студії, хтось, навпаки, підтримував когось із них, а хтось читав вірші чи передавав привіт своєму селу. Насправді це сталося тому, що ми були змушені внаслідок фінансової кризи змінити принцип формування нашої студійної аудиторії. Раніше соціологічна служба добирала для нас по 25 людей із чотирьох великих регіонів України і звозила їх до Києва. Тут вони проводили принаймні добу. Їх добирали за віком, статтю, типом населеного пункту і тому подібними критеріями. Тепер аудиторія в нас київська, дібрана за політичними вподобаннями. А це вже неможливо перевірити. Якщо раніше в ефірі до вільного мікрофона ставало в чергу по 10-12 людей, то з київської аудиторії більше трьох не виходило, хоч як ми їх заохочували.

– *Ми говоримо про програму «Свобода слова». А як щодо свободи слова як такої? Ви завжди кажете, що хоч якою є влада, вона завжди намагається по-своєму тиснути на засоби масової інформації, й нинішня не є винятком. Ви працювали в цьому шоу за різної влади, то як вам працюється тепер?*

– Можливо, ця думка буде непопулярна, але я скажу: нам стало працювати легше. Замість трьох потужних центрів впливу залишився, по суті, один надпотужний. Звичайно, в системі «Адміністрація Президента – Кабінет Міністрів – Партія регіонів» є свої нюанси, але координація зусиль між ними набагато більша, ніж це було в попередні роки. Якщо раніше потужний тиск ішов

щонайменше з трьох джерел – Адміністрації Президента, уряду та найголовнішої опозиційної сили, то нині справа інакша. Раніше, коли ти чинив комусь опір, це автоматично трактувалось як те, що ти граєш на руку іншим. У системі приблизно однакового впливу це було дуже небезпечно, бо інші вкрай дражливо на це реагували. Тому відбиватися від тиску, який іде, переважно, з одного джерела, – це об'єктивно легше: немає розсіяної уваги, легше зафіксувати ту межу, за яку не можна відступати. І справді, за теперішньої влади легше працювати – якщо повністю пристати на пропоновані правила гри. З іншого боку, в цьому все-таки є велика небезпека.

– *Чи залежать від самого журналіста межі його власної свободи слова?*

– Безперечно. Але тут ми маємо враховувати також дуже багато чинників. Є люди, яким є що втрачати, але вони знають, що знайдуть собі роботу чи застосування або в іншому ЗМІ, або в іншій галузі; або що вже заробили достатньо й можуть певний час відпочивати. Ці люди можуть дозволити собі більше, якщо хочуть, звісно.

Хоч як парадоксально, є дуже багато людей у нашій професії, яким немає чого втрачати. Ось вони якраз у найгіршому стані. Низькі зарплати, практично безправні відносини з власниками, редакторами і те, що вони нічого не вміють поза своєю професією. Вони змушені виконувати цю роботу, часто діючи всупереч своїм політичним поглядам або своєму сумлінню, працювати в професії, яка насправді не дає їм ні морального задоволення, ні матеріальної вигоди. Але вони не бачать, що життя є й поза цією професією.

Звичайно, зрештою все залежить від людини, від того, коли вона готова буде сказати: все, більше я цього не робитиму. Але я розумію багатьох колег, яких обставини змусили працювати так, як їм кажуть. Бо вони обмежені у виборі й не хочуть або не можуть поглянути на можливі зміни. Завжди, коли я розмовляю з молодими журналістами чи студентами, кажу їм, що журналісту слід мати другу професію. Нагадую їм приклад Польщі, де в 1980 році було запроваджено воєнний стан і з телебачення ма-

сово пішли ті, хто працював у кадрі й не лише в кадрі. Це був акт високої громадянської мужності. Професійні телевізійники пішли працювати електриками в околицях Варшави. Були цілі бригади колишніх журналістів. Вони не стали на службу режиму, якому не хотіли служити. У результаті на телебаченні Польщі з'явилися люди у військових мундирах, і аудиторія вже по-іншому ставилася до того, що отримувала від цих людей.

Але це не лише політична чи квазіполітична, але й цілком життєва порада. Ми знаємо, яка це професія, як вона деколи може довести до виснаження, навіть якщо ти працюєш відповідно до своїх принципів і якщо тобі цікаво. Але коли ти не маєш альтернативного способу заробити гроші, що ти маєш робити?

– *Залежність ЗМІ від політиків і бізнесу є причиною поширення замовної журналістики? Чи, можливо, цьому сприяють наші ментальні особливості?*

– Не думаю, що причиною можуть бути ментальні особливості. Хоч я й не так багато знаю про становище в інших країнах, щоби стверджувати напевно. Але знаю, що насправді в англійській мові є термін *cheque-book journalism*, журналістика чекової книжки. Це «джинса». Інша справа, що вони мали досить часу, щоб розробити механізми протидії цьому явищу, але воно дотепер трапляється і в них. Так само в Америці трапляється якщо не «джинса», то обман? – хрестоматійним є скандал із Пулітцерівською премією, присудженою за вигадані історії. Це вже «джинса» на власну користь.

На мій погляд, причини «джинси» в Україні – це, з одного боку, слабкість окремих одиниць на полі ЗМІ. Я вважаю, що якби в нас було більше потужних телеканалів, газет, радіостанцій, вони не перебували б у такій залежності від незаконних джерел отримання прибутку, і «джинси» було б менше. Але щоби потужних одиниць було більше, має зменшитися загальна кількість одиниць у нашій галузі. З іншого боку – це те, що наші політики і влада, хоч якою вона є, весь час намагаються приборкати, підкупити, залякати журналістів. І тим самим сприяють створенню підсвідомого враження, що якщо ми мусимо коритись їм, то чому б нам не підкоритися комусь, хто просуває свої економічні

інтереси, та якщо на цьому ще й можна заробити.

Мені довелося працювати 2004 року в Одесі. Тоді в цьому мільйонному місті було 14 місцевих телеканалів. Неможливо забезпечити нормальне функціонування такої кількості виключно за рахунок надходжень від легальної реклами. Національний рекламодавець у місцевому каналі не зацікавлений, а місцевий – малопотужний і достатньо грошей дати не може. Натомість місцевий рекламодавець залюбки платить за сюжети в новинах.

Бачачи, в яких умовах працюють деякі з місцевих телеканалів, – не лише в Одесі, – я починаю розуміти редактора служби новин, який ставить у випуск замовний матеріал. Навіть не за те, що їм грошей дадуть і вони зможуть дати по 100 гривень своїм людям, які по кілька місяців не отримують зарплати від власника, а хоча б за те, що поставлять нові столи. Такий бартер: ми про вашу меблеву фірму розповімо, а ви, якщо грошей не даєте, поставте нам чотири столи, бо ті, за якими ми працюємо, вже розвалюються.

Повторюся: в такій ситуації є три основні варіанти дій. Перший – працювати далі в цій нездоровій системі. Другий – намагатися сказати: «Я не робитиму цього», а тоді, можливо, вдатися до страйку. Хоча, мені здається, таких прикладів дуже мало. Третій – переходити в іншу галузь. Або, якщо пощастить, знайти здорову газету, журнал, сайт чи програму. Але здорових ЗМІ мало, а журналістів багато.

– *Ви говорили про британську «джинсу». Чим вона відрізняється від нашої?*

– Вона там є, але люди свідомі її загрози. Тому там значно більше механізмів протидії. В Британії, як на мене, проблема не в журналістиці. Хоча, якщо ми ведемо мову про тиск влади чи власників, я завжди наводжу приклади з практики газет News Corporation Руперта Мердока, які свого часу за вказівкою власника підтримували спершу консерваторів, потім лейбористів, потім знову консерваторів... Там це теж існує. Але одним з інструментів запобігання цьому є те, що там це відверто визнають і кажуть, що це погано. І люди, які при владі, теж визнають. Тож і публіка більш свідома того, що відбувається. Іншим запо-

біжником є те, що навіть у заангажованих виданнях новини подаються за стандартами, майже нейтрально, а вся пропаганда?— в редакторських колонках і коментарях.

Мене іноді вражає, що дуже часто, і в нашій програмі теж, кажуть: у парламенті всі продажні, перехід із фракції до фракції коштує мільйони, за підтримку закону дають триста тисяч... Тим часом жодне з цих обвинувачень не доведено. Але для порівняння – порядок сум. Кілька років тому в британському парламенті спалахнув величезний скандал, коли двоє депутатів від консервативної партії взяли по тисячі фунтів за те, щоб поставити замовні запитання прем'єр-міністру. Оце «джинса». По тисячі фунтів, на нинішні гроші, - це 12-13 тисяч гривень. То що, так дешево себе цінують депутати британського парламенту чи такі дорогі наші депутати?

Ще один приклад. На початку січня почав відбувати півтора-річний термін ув'язнення колишній депутат британського парламенту, який у незаконний спосіб отримав близько 30 тисяч фунтів, узявши компенсацію за витрати, яких насправді не робив. 30 тисяч фунтів – це 360-400 тисяч гривень. І півтора року тюрми! Я наводжу приклади того, що корупція існує в багатьох країнах.

У «джинсі» часом звинувачують геть усіх журналістів в Україні. Я впевнений, що, по-перше, не всі продаються. По-друге, зовсім не виправдовуючи тих, хто займається замовною журналістикою, я все ж закликаю і колег, і не колег спробувати зрозуміти, чому це відбувається. За законом відповідальність передбачена як за отримання, так і за спробу дати хабар. Тож я вважаю, що ми замало уваги приділяємо тим, хто дає ці хабарі й свідомо розбещує журналістську спільноту. Відповідальність має бути поділено між тими, хто дає гроші, та власниками й менеджерами, які довели свої ЗМІ до стану, в якому журналісти виmuшені ці гроші брати.

Тетяна Ковтунович, «Медіаосвіта»

ЧАСТИНА ДРУГА

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРАКТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

**ЗАНЯТТЯ 7. РОБОТА ЖУРНАЛІСТА
З ДЖЕРЕЛАМИ**

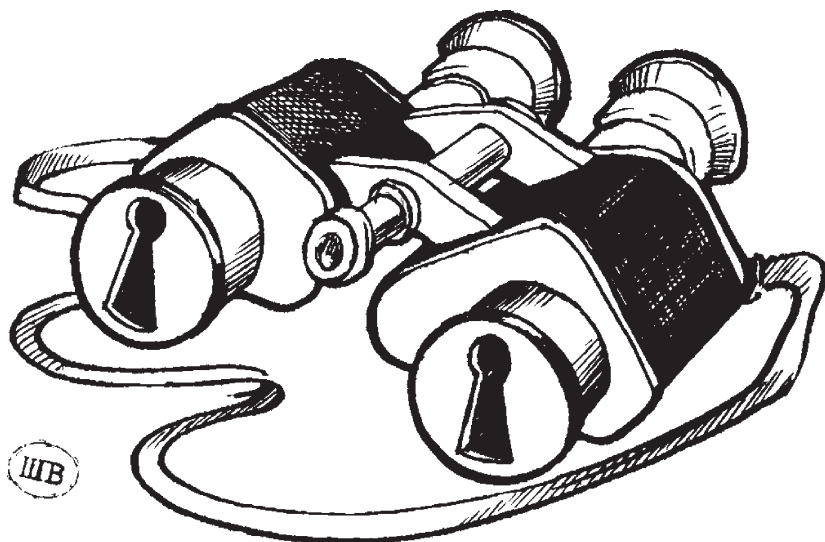
**ЗАНЯТТЯ 8. ЕТИКА ПРИ РОБОТІ
З МАТЕРІАЛАМИ
РІЗНИХ ЖАНРІВ**

**ЗАНЯТТЯ 9. ЕТИКА РОБОТИ
З РІЗНИМИ ГРУПАМИ
ОСІБ ТА В ЕКСТРИ-
МАЛЬНИХ СИТУАЦІЯХ**

ЗАНЯТТЯ 10. ЕТИКА РЕКЛАМИ

**ЗАНЯТТЯ 11. ЕТИКА ПОЛІТИЧНОЇ
ЖУРНАЛІСТИКИ**

ЗАНЯТТЯ 12. МЕРЕЖЕВА ЕТИКА



ЗАНЯТТЯ 7. РОБОТА ЖУРНАЛІСТА З ДЖЕРЕЛАМИ

• Правила цитування. Неназвані джерела. Захист і підтримка джерел. Плата за інформацію. Перевірка джерел. Збереження анонімності джерел. Формування мережі джерел інформації. Види інформації. Робота із закритою і конфіденційною інформацією. Робота із статистичною і соціологічною інформацією. Отримання, обробка (класифікація, архівування) і використання інформації. Верифікація інформації. Право журналіста на псевдонім.

• ЦИТАТА ДНЯ

Без доступу до важливої інформації навіть геніальний журналіст чи дослідник не може сказати правди (Володимир Здоровага).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України (п. 5).

Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правовому полі України і може вдатися до будь-яких законних, в тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації (п. 13).

Затитання для аналізу:

А. В яких випадках журналіст повинен розкривати свої джерела інформації?

Б. У чому може виявлятися перешкоджання журналісту у зборі інформації? Яка відповідальність може настати у разі таких дій?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Чому, незважаючи на простоту правил цитування, порушення цих правил досить часто трапляється в інформаційній практиці й навіть межує з плагіатом?

Чи можна платити за надану інформацію?

За яких обставин журналісту краще використовувати псевдонім? Для чого псевдонім журналісту?

• ДІЛОВА ГРА «Зворотний бік популярності»

На попередньому занятті студенти з викладачем визначають відому (в університеті, в місті, в країні) людину, з якою хотіли би поспілкуватися. Кандидатуру підбирають таким чином, щоб вдалося з цією людиною провести зустріч. Після цього студенти, використовуючи відкриті джерела інформації, намагаються створити досьє на героя. Під час зустрічі з відомою людиною переконайтеся, чи вся зібрана вами інформація відповідає дійсності? Яким джерелам інформації варто довіряти?

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ «Джерельна база статті»

На основі аналітичної публікації у вітчизняній пресі визначте, які джерела інформації використав журналіст. Чи перевіряв автор інформацію? Які джерела інформації використали б ви? До яких методів збирання інформації вдалися б?

• ДОКУМЕНТ

Рішення КЖЕ «Про повагу до авторських прав»

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Діана Дуцик: «Свобода слова – це справа суспільства»

Я б так вдруге не вчинив...

Тетяна Вергелес. Два уроки

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Псевдонім, інформація конфіденційна, джерела інформації, анонімне джерело

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Якими є правила цитування?

Які є види інформації?

Що таке закрита і конфіденційна інформація?

Якими методами журналіст формує свою мережу джерел інформації?

Що таке псевдонім? За яких обставин псевдонім використовується журналістами?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С.120-133.

Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. – С.220-237 (розділ «Медійні скандали»).

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. - С. 35-49, 191-212.

Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси,

- Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 80-90.
- Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – (Серия «Медиаобразование»). – С. 226-268.
- Ла Рош, Вальтер фон. Вступ до практичної журналістики посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова та А.Коль. – К.: Академія Української преси, 2005. – 229 с. – С. 12-22 (розділ «Види діяльності журналіста»).
- Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 78-909 (розділ «Використовувати джерела, не дозволяти їм використовувати вас»).
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 142-168.
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с. – С. 73-100.

• ДОКУМЕНТ

Рішення Комісії з журналістської етики «Про повагу до авторських прав»

Комісія з журналістської етики, розглянувши звернення Українського незалежного інформаційного агентства новин (УНІАН) щодо порушення Етичного кодексу українського журналіста при запозиченні продукції агентства рядом радіоорганізацій без укладення відповідних договорів, констатує, що проблема відсутності поваги журналістів та редакторів ЗМІ до авторських прав і роботи своїх колег виходить за межі звернення і потребує заяви Комісії з широкого кола взаємопов'язаних питань.

Комісія сподівається, що заява сприятиме формуванню культури професійної і чесною журналістики та застосовуватиметься у щоденній журналістській діяльності.

Комісією взято до уваги юридичний висновок Української асоціації медіа-юристів щодо норм українського законодавства про авторське право та майнові права інтелектуальної власності (зокрема, Закон України «Про авторське право і суміжні права», Цивільний кодекс України), законодавство про інформаційну підприємницьку діяльність у сфері ЗМІ (зокрема, закони

України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформаційні агентства»).

Комісія проаналізувала міжнародне законодавство, зокрема, резолюцію Парламентської Асамблеї Ради Європи «Про етичні принципи журналістики», Декларацію Комітету Міністрів Ради Європи «Про свободу вираження поглядів та інформації», Резолюції 7-ї Міністерської конференції з питань інформаційної політики «Інтеграція та багатоманітність: нові рамки європейської політики щодо медіа та комунікацій».

Крім того, Комісія спиралась на міжнародний досвід колег, зокрема, Всесвітньої служби Бі-Бі-Сі.

Етичний кодекс українського журналіста встановлює:

13. «Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правовому полі України і може вдатися до будь-яких законних, в тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації».

14. «Плагіат несумісний із званням журналіста».

З урахуванням вищезазначеного Комісія вважає:

Повага до інтелектуальної праці колег означає самоповагу журналіста, його повагу до власної праці. За порушення авторського права, права інтелектуальної власності встановлено юридичну відповідальність, але передусім це є незаконним, а отже, неетичним методом збору та поширення інформації. Варто нагадати, що відповідно до законодавства, автор – це фізична особа, яка своєю працею створила твір. Це можуть бути письмові твори белетристичного, публіцистичного, наукового, технічного або іншого характеру (книги, брошури, статті тощо); аудіовізуальні твори; фотографічні твори, у тому числі твори, виконані способами, подібними до фотографії; тексти перекладів для дублювання, озвучення, субтитрування українською та іншими мовами іноземних аудіовізуальних творів. Частина твору, яка може використовуватися самостійно, у тому числі й оригінальна назва твору, розглядається як твір. Правова охорона поширюється тільки на форму вираження твору і не поширюється на будь-які ідеї.

Автор твору - журналіст може працювати на постійній основі в ЗМІ, тоді твір визначається як службовий, а майнові права на нього належать ЗМІ. Також ЗМІ може придбати виключні майнові права на твір на підставі договору з автором. Треба мати на увазі, що інтерв'ю може бути твором, співавторами якого є особа, яка дала інтерв'ю, та журналіст, або це може бути відповідь на інформаційний запит, у такому разі особа, яка відповідає на запитання журналіста, не є співавтором. Щодо творів, написаних у співавторстві, то для публікації потрібно отримати дозвіл кожного із співавторів. Більшість ЗМІ у вихідних даних вказує свої права та розпорядження щодо авторського права, права інтелектуальної власності – з дозволу редакції, чи з гіперпосиланням, чи з посиланням на це ЗМІ. Таке розпорядження має поважатися як з точки зору етики, так і з точки зору права. В той же час, зазначення імені автора твору кожного разу при його публікації (оприлюдненні) є обов'язковим. Передрук (повторне оприлюднення) твору може вважатися порушенням авторського права, права інтелектуальної власності навіть у разі зазначення автора та джерела запозичення, але без отримання їхнього дозволу, якщо про обов'язкове отримання такого дозволу зазначено у вихідних даних ЗМІ.

Найсуровішому засудженню підлягає плагіат – тобто оприлюднення (опублікування) повністю, частково, з незначними редакційними змінами чужого твору під власним іменем або без зазначення справжнього автора. Плагіатом є також поширена практика оприлюднення частини твору без чіткого вказування прізвища автора, назви ЗМІ з посиланням: «як стало відомо», «як повідомив один телеканал», «як повідомляється у пресі».

В той же час, дотримання авторських прав не перешкоджає вільному обміну інформацією. Етичний кодекс вважає найпершим обов'язком журналіста повагу до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію. Крім того, за визначенням європейських установ: «вільний обіг і безперешкодне поширення будь-якої інформації через кордони є важливим фактором міжнародного розуміння, яке сприяє єднанню людей та взаємному збагаченню культур» та «інформаційним організаціям слід

розглядати себе, як особливі соціально-економічні агенції, підприємницькі завдання яких варто обмежити умовами, що забезпечать доступ до основного права», оскільки право на інформацію – одне з основоположних прав громадянина.

Для забезпечення вільного обміну інформацією, без згоди автора та/або ЗМІ, але з обов'язковим зазначенням імені автора та джерела запозичення допускається: використання цитат, використання творів як ілюстрацій, передрук (повторне оприлюднення), якщо це спеціально не заборонено автором, відтворення з інформаційною метою творів, побачених або почутих під час поточних подій, відтворення публічно виголошених промов, звернень, доповідей та інших подібних творів.

Цитати – короткі уривки з опублікованих творів. Обсяг уривку визначається кожного разу з урахуванням мети поширення. Метою може бути огляд преси, інформування про різні позиції конфлікуючих сторін або різні позиції, що виголошуються однією й тією ж особою, інше використання, зумовлене критичним, полемічним, інформаційним характером твору. Цитата має бути настільки короткою, наскільки це можливо, щоб вона була зрозуміла, не перекручувала висловлювання автора, пояснювала позицію сторони.

Повідомлення про новини дня або поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації. Журналісти мають сприяти тому, щоб забезпечити якнайширший доступ громадян до інформації з суспільно важливих питань. У той же час, журналісти, як ніхто інший, розуміють, що збір інформації є основою професійної журналістської діяльності, й саме на збір інформації витрачається лівова частка робочого часу журналіста. Збір інформації про поточні події, який безпосередньо організується ЗМІ з допомогою створення кореспондентської мережі, вимагає значних фінансових ресурсів. Більше того, інформацію про поточні події може не тільки збирати журналіст чи ЗМІ, а ще й упорядковувати для створення зрозумілого, повного та об'єктивного повідомлення, що є результатом редакційного процесу. Відповідно, таке повідомлення буде мати характер твору, а не звичайної прес-інформації. Тож якщо журналіст чи ЗМІ

використовує працю своїх колег, які на основі масиву інформації підготували власний матеріал, то повага до цієї праці означає, що користування такими матеріалами може бути платним. Маємо з повагою ставитися до такого рішення колег. Якщо ж автор та/або ЗМІ у вихідних даних вказують, що для передруку (повторного оприлюднення) достатньо посилання на це ЗМІ й автора, то це означає відповідний дозвіл редакції використовувати її матеріали без оплати. Тож якщо ЗМІ не має можливості оплачувати послуги колег, він має користуватися або власними можливостями, зокрема, і на основі прес-інформації, повідомленої іншими ЗМІ, або інформацією ЗМІ, які не забороняють передрук. Загальнопоширена прес-інформація, яку повідомили багато ЗМІ, не потребує посилань.

Цитування чи передрук (повторне оприлюднення) вимагають посилання на першоджерело. Таким чином, поширена практика перепосилання, тобто вказування не автора твору та ЗМІ, в якого є майнові права на твір, а останнього джерела запозичення, не відповідає Етичному кодексу та є порушенням авторського права, права інтелектуальної власності. Пошук першоджерела покладається на кожного, хто здійснює передрук (повторне оприлюднення) чи використовує цитату.

Некомерційний характер використання твору, жорстка регламентація редакційного і технологічного циклу підготовки та випуску видань і програм, вимоги щодо якнайкращого сприйняття інформації аудиторією не можуть бути виправданням порушення етичних норм і законодавства.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

**Діана Дуцик:
«СВОБОДА СЛОВА – ЦЕ СПРАВА СУСПІЛЬСТВА»**

Діана Дуцик розповіла «Медіаграмотності» про проблему надмірної медіатизованості суспільства, про те, чи можна вижити на українському ринку без «джинси», чому в Україні

не приживаються медіа-проекти з іноземними інвестиціями, чого бракує журналістській освіті і що потрібно, щоб все це змінилося на краще.

«Рівень критичності суспільства до медіа дуже низький»

– Діано, як журналіст і редактор із досвідом роботи в ЗМІ різного типу, чи поділяєте ви думку, що для повноцінного сучасного медіа обов'язковою умовою є конвергентність? Що потрібно традиційним ЗМІ, щоб не відставати від часу?

– Конвергентність – це не якийсь вузьке поняття, пов'язане зі змінами лише в редакційному процесі. Зміни в редакційному процесі відбуваються тому, що відбуваються зміни на ринку. Наприклад, компанії, які володіють традиційними медіа, об'єднують активи з компаніями-провайдерами. Активно розвиваються нові технології. Ми бачимо, що це відбувається в різних країнах. Тобто ті зміни, які відбуваються в роботі кожної окремої редакції, – наслідок того, що відбувається на ринку. Відповідно, конвергентність – це даність часу.

Конвергентність можна розуміти по-різному, вона має багато аспектів. Можна говорити про конвергентність жанрів і форм, і це нині відбувається особливо інтенсивно в Інтернет-проектах. Можна говорити про конвергентність у роботі редакції і про універсальність журналістів, які повинні, щоб бути конкурентними на ринку, вміти і писати, і знімати, і фотографувати, і монтувати сюжети. Зрештою, це вимога часу. Часто багато медіавласників і топ-менеджерів розуміють конвергентність лише як оптимізацію ресурсів. Насправді це не зовсім так. Перебудова роботи будь-якої редакції – це також вкладення грошей. А нові навички журналістів – це відповідна оплата їхньої кваліфікованої праці. Людина, яка вміє робити більше, ніж скажімо, її попередники, має відповідно оцінюватися на ринку. В Україні цього, на жаль, немає. У нас хочуть, щоб журналісти вміли робити все, але при цьому оплата праці є відносно низькою.

Дуже показовим у цьому контексті є приклад – «Телекритика» про це писала – запуску електронної газети для iPad The Daily компанією Мердока. Сума інвестицій, яку виділив Мердок для запуску цієї газети, – 30 мільйонів доларів. На нашому рин-

ку таких вкладень в електронні медіа не робив ніхто. Я не можу собі уявити, щоб хтось із наших медіа-власників вклав таку велику суму в один подібний проект. Редакція, яка працює над проектом, – це 150 журналістів, які є фахівцями в різних галузях медіа: телебаченні, онлайні, друкованих медіа. І, власне, об'єднання зусиль цих людей з різними вміннями має дати позитивний ефект. На українському ринку інша тенденція – посадити в редакції онлайн-видання кілька чоловік (максимум десять) і змусити їх інтерпретувати інтерпретоване, оскільки така мала редакція не може в цілодобовому режимі продукувати у великих кількостях ексклюзивний контент. Згодом цей інтерпретований онлайн-виданнями контент інтерпретують ще й друковані медіа. А ми дивуємося, чому падає якість української журналістики.

– *Наскільки медіа, на вашу думку, сьогодні програмують процеси в суспільстві? Чи не перебільшено вплив медіа на громадську думку?*

– Тут є декілька аспектів. Звісно, медіа впливають на життя: і на життя суспільства, і на життя кожної окремої людини. І тут варто говорити не тільки про політику, оскільки сьогодні медіа визначають фактично все. У нас суспільство надміру медіатизоване. Що я маю на увазі? Медіа нав'язують стандарти стилю життя: стандарти того, що ми маємо їсти, як ми маємо одягатися, яка в нас має бути фігура, скільки ми маємо кілограмів ваги сьогодні скинути, а завтра набрати, які фільми дивитися і які книжки читати. Тобто медіа постійно дають нам якісь настанови. Суспільство, на жаль, у багатьох випадках ведеться на це. Рівень критичності суспільства до медіа дуже низький. Люди мали б критичніше ставитися до того, що їм подають медіа, нав'язують через серіали, через популярні ток-шоу, через програми розважального характеру. Не тільки через політику, і не тільки через новини. Тепер, навпаки, дуже багато людей відмовляються дивитися теленовини, оскільки вони несуть багато негативної інформації. Це захисна реакція, адже життя й так складне. Натомість більшість суспільно активних громадян черпають основну інформацію з Інтернету. Але інформаційні пото-

ки настільки насичені й потужні, що навіть фахівцям важко справлятися з аналізом великого масиву інформації, що вже говорити про пересічних громадян.

– *Очевидно, що сьогодні медіа служать передусім інтересам власників та влади. Чи може ця ситуація змінитись еволюційним шляхом, чи на зміну цим медіа, цим власникам і цій владі повинні прийти інші?*

– Ситуація в медіа сьогодні – це наслідок процесів, які відбувалися протягом останніх двадцяти років. На жаль, у нас за двадцять років незалежності не склався цивілізований медіа-ринок. У цьому дуже велика проблема. Весь цей період перед більшістю саме загальнополітичних проєктів (зараз не говоримо про глумурні та інші подібні видання) не стояло завдання бути бізнес-проєктами. Тобто люди, які їх створювали, створювали ці проєкти з іншою метою – заради іміджу, заради захисту від влади, заради досягнення короткострокових результатів на виборах тощо.

З чого ми починали в 1990-х? З того, що зникали газети, які виходили в радянські часи, легалізувалися видання, які виходили свого часу підпільно або видавалися дисидентами, з'являлися нові видання. На початку 1990-х дуже багато газет належали тим чи іншим партіям. У 1990 році було ухвалено Закон «Про пресу та інші засоби масової інформації», який проголосив свободу слова, заборонив цензуру та дозволив виступати засновниками медіа не лише партійним структурам, а й іншим організаціям, державним та приватним підприємствам і навіть окремим громадянам. Але ж ми розуміємо, що звичайні люди не мали достатньо коштів для того, щоб створювати свої медіа. Кошти мали ті, хто набув первинний капітал різним, відверто кажучи, не завжди законним шляхом. А вже 1990-ті – дуже складний і драматичний період в історії України.

Власне, в середині 1990-х почали формуватися потужні медіа, на базі яких уже потім поставали великі медіа-холдинги. Як правило, щоб виживати в складних політичних і економічних умовах, медіа-власники змушені були, умовно кажучи, використовувати медіа певною мірою як захист від тиску влади, від тиску

конкурентів і т. д. Що якраз і визначало роль медіа в цій складній системі координат. Змінити цю ситуацію можна, якщо зміниться політична й економічна ситуація в країні. Тоді зміняться відносини по лінії «медіа-власник – топ-менеджер – редакційний колектив».

Я не хочу, щоб склалося враження, що взагалі все погано. Якщо йдеться про телебачення, там дещо інша ситуація. Телебачення все-таки вийшло на інший рівень, якщо говорити про нього як про бізнес. Але друковані медіа, звісно, в дуже складній ситуації. Особливо тепер, після світової економічної кризи. Власне, в Україні ця криза на медіа-ринку ще триває. Закривається багато проєктів. І чим це закінчиться, як трансформується медіа-ринок, наразі, я думаю, мало хто може сказати.

Проте я впевнена: коли відбувається закриття тих чи інших суспільно-політичних проєктів, пояснення на кшталт «воно нерентабельне» виглядають, м'яко кажучи, неправдоподібно. Бо в країні, де бізнес тісно переплетений з політикою, рішення не бувають такими «простими».

– Таке неприємне поняття для всіх журналістів, як «джинса». У чому ви вбачаєте її причини? Чи слід тлумачити її як засіб для виживання ЗМІ й ставитися до неї поблажливо, чи навпаки – ставити питання гостро, сприймаючи замовну журналістику як різновид корупції?

– Я в даному випадку можу погодитися з Юлією Мостовою. Вона сказала в інтерв'ю вашому виданню, що, в принципі, українські медіа не можуть бути самоокупними тільки за рахунок реклами або продажів, якщо ми говоримо про друковані або онлайн-медіа. «Джинса» – це даність тим обставинам, у яких існують сьогодні українські медіа.

Але, звісно, це негативне явище. І ми не зможемо його позбутися зараз, завтра чи післязавтра. Має змінитися сама ситуація на медіа-ринку. Це дуже складні й болючі процеси, тому що рекламний ринок насправді не безрозмірний, його, звісно, не вистачає на всі медіа. З іншого боку, має бути цивілізований, не корумпований ринок розповсюдження, якщо ми говоримо про друковані медіа. Власне, газета «Блик», яка закрилася, якраз

оголосила про головну проблему – проблему дистрибуції.

Поки ця ситуація не зміниться, більшість медіа змушені будуть виживати за рахунок використання джинси. Зрештою, на Заході схожі проблеми. Георгій Почепцов писав, що саме спонсор є джерелом 70% повідомлень у TheTimes чи 50% в TheGuardian, хоча його приховано за інформаційними чи піар-агенціями. Інше питання, що має бути певна межа. Є видання, в яких немає цієї межі, – вони готові на все, аби отримати свою копійку – підтримувати рейдерів, друкувати брудний піар проти когось. А є видання, які друкують лише іміджеві матеріали, щоб підтримати своє фінансове становище. І в цьому є різниця. Очевидно, не можна опускатися до участі в брудних іграх за гроші.

– *Чи варто українському суспільству щоразу при порушенні демократичних стандартів апелювати до Заходу, чи може втручання ззовні вирішити внутрішні проблеми в державі?*

– Це як медаль, що має два боки. З одного боку, Україна позиціонує себе як країна, яка хоче бути членом Європейського Союзу. Це означає, що ми повинні бути відкриті. Ми повинні чути, що каже про нас світ. Це не означає, що ми маємо виконувати все, що нам скажуть, але ми повинні чути, аналізувати й робити висновки. Дуже важливим є діалог із зовнішнім світом, цивілізованим світом, його не можна припиняти. Я, наприклад, проти того, щоб сьогодні припинялися моніторинги, які є і в сфері медіа, і в сфері захисту громадянських прав і свобод, оскільки Україна не є ще країною з усталеною демократією. Звісно, якісь кроки зроблено, але треба ще багато зробити, щоб закріпити демократичні процеси. Не завжди те, що відбувається сьогодні, спрямовано на закріплення цих демократичних процесів. Тому діалог із Заходом і його слово за цих обставин є важливим.

Та з іншого боку, ми також мали б включати голови і розуміти, що на Заході є різні люди, є різні експерти, різного фахового рівня, різних політичних поглядів. І для того, щоб зробити якісь висновки, ми повинні просто чітко розуміти, хто це каже, що ця людина каже, чому вона це каже і що стоїть за її конкретними діями й заявами.

У будь-якому випадку ніхто за нас не вирішить наших про-

блем. Нам можуть лише радити, але долати корупцію, відстоювати демократичні права та свободи повинні ми самі.

– *Ви працювали в різних медіа. Чи залежить все-таки ця межа, яку може переступити видання, від головного редактора? Чи є можливість для людини, яка відповідає за зміст, але не має фінансового впливу, відстоювати цю позицію?*

– Редактор може і повинен відстоювати свою позицію. Інше питання, як довго йому це дозволять робити. Проте в будь-якої людини завжди є вибір. Якщо на неї тиснуть, в неї теж має бути своя межа компромісу. А коли цю межу хтось переступає, людина може просто піти, сказати: я більше не буду цього робити, тому вибачте, дякую за співпрацю, до побачення.

– *З усіх ЗМІ, в яких ви працювали, де ви почувалися найбільш вільно?*

– Я не хочу образити жодне зі ЗМІ, в якому я працювала. В кожному проекті є свої плюси й мінуси. Кожен проект – це дуже великий, просто колосальний досвід. Але я б хотіла сказати навіть не стільки про конкретне видання, як про певні періоди в самій журналістиці і відчуття себе в ці періоди. Може, молоді журналісти, які починають тільки тепер, по-іншому це відчують. Але мені здається, що на початку 1990-х (я якраз тоді тільки починала працювати, і це були дуже складні часи) у всіх були надії, що все буде краще, що країна буде розвиватися, що журналістика наша буде кращою, буде свобода слова і т. д. У сенсі цих надій, дещо наївних, сподівань і очікувань початок 1990-х був, можливо, найкращим періодом для журналістики. Відкривалося багато нових можливостей, багато нових тем. Заборонене ставало доступним, про все можна було писати. Можна було критикувати владу – місцеву, центральну. Звісно, були незадоволені критикою медіа, але системного тиску на журналістів ніхто не чинив, люди не мали страху перед тим, що якщо вони когось покритикують, їм щось за це буде. Тобто це був дуже позитивний для розвитку журналістики, для розвитку свободи слова період.

Також я відчула певну солідарність у журналістському середовищі, чого потім, мені здається, я більше ніколи не відчувала,

– в період «України без Кучми» і коли зник Георгій Гонгадзе. Це був період, коли об'єдналося дуже багато журналістів, навіть ті, які в силу різних обставин не говорили публічно про щось надзвичайно важливе, але ми відчували силу ліктя одне одного. Я на той час працювала парламентським кореспондентом, і в середовищі парламентських журналістів це було дуже відчутно. Солідарність, розуміння одне одного, підтримка – це все було. Тепер цього немає. Все змінилося, і не зовсім у кращий бік.

– *Можливо, це теж викликано комерціалізацією інформації, тією ж «джинсою»?*

– Звісно. І великою конкуренцією також. Адаже на ринку, де закривається багато ЗМІ, змінюється взагалі сама суть медіа, існує дуже жорстка конкуренція, просто шалена. Це, звісно, накладає свій відбиток і на стосунки в середовищі, на журналістську солідарність.

– *В одній статті ви сказали, що авторитаризм в Україні можливий настільки, наскільки ми, тобто суспільство, готові його толерувати. Де межа цієї толерації?*

– Я справді вважаю, що дуже багато залежить від суспільства, від громадян, які живуть у цій країні. Не може бути так, що невелика кількість журналістів або політиків кажуть, мовляв, ми хочемо демократії чи свободи слова – і на завтра це раптом станеться. Суспільство загалом, більша його частина повинна цього хотіти. Якщо суспільство свідомо цього хоче і дійсно цього прагне, то люди, які його представляють, мають робити певні кроки.

У нас днями з колегою була дискусія на тему того, чи свобода слова – це справа самих журналістів, чи справа також і суспільства. Свобода слова – це справа суспільства. Суспільство повинне розуміти, що це необхідна умова демократії, необхідна умова вільного розвитку держави і кожного окремого громадянина, необхідна умова вільного економічного розвитку. Самі люди мають створювати запит на це і виявляти громадянську активність.

Якщо відбуваються якісь негативні процеси і суспільство це відчуває, громадяни мають сказати своє слово. Вони не повинні

пасивно спостерігати. Якщо більшість пасивно спостерігає, а є лише одиниці, які йдуть проти цієї системи, то ми нічого не досягнемо. Тому це взаємний процес.

Звісно, мають бути пасіонарії, які задають напрямки, які є лідерами думок, за якими йдуть люди. Але все одно суспільство в цьому має брати участь. Була дуже цікава доповідь Бориса Гудзяка у Львівському університеті імені Франка. Я всім рекомендую почитати її виклад. Він каже про те, що слід перестати боятися. Це дуже важливий елемент – відсутність страху – для того, щоб була демократія. Якщо люди не боятимуться не давати хабарів, висловлювати свою думку, сперечатися, не плазувати ні перед ким, тоді поступово в суспільстві поставатиме здорова атмосфера. А якщо люди бояться, починаючи з низового рівня і закінчуючи нагорі, – це створює багато проблем.

– Наскільки реальною вам видається перспектива покращення медіа-освіти широких мас українських громадян? Чи, можливо, слід зосередитися на вузьких групах?

– Я все-таки вважаю, що сьогодні в Україні питання медіа-освіти актуальне для всього суспільства. Не можна обмежуватися лише активними громадянами, які є в тих чи інших громадських організаціях. Нині для різних громадських організацій проводять дуже багато тренінгів, спрямованих на підвищення медіа-культури. Та все-таки питання медіа-освіти має стосуватися кожного громадянина. Треба починати зі шкільної лави – це моє переконання. Як буде називатися цей предмет – питання до дискусії. Чим його буде наповнено – це також можна обговорювати. Але принаймні про це потрібно починати говорити.

Тетяна Ковтунович, «Медіаграмотність»

• Я Б ВДРУГЕ ТАК НЕ ВЧИНИВ...

Два уроки

Навіщо йти у журналістику, якщо не хочеш змінити світ на краще, підтримати беззахисне добро й затаврувати підступне зло, і цим заслужити лаври борця за справедливість?.. Так

розмірковувала дівчинка, яка писала вірші про Батьківщину й з третього класу мріяла про фах журналіста.

У захваті від такої зеленої романтики головний редактор «Молодої Галичини» засадив мене, новоспеченого журналіста, у відділ «Соціальних проблем суспільства» - розгрібати авгієві стайні людських проблем.

Це був початок 90-х. Народ ще загалом вірив у силу друкованого слова. В уяві вчорашньої радянської людини, яка раптом стала «незалежним українцем», регіональні газети перетворилися на такі собі «райкоми партії», куди можна поскаржитися на все на світі – напругти журналіста і проблема автоматично «розрулиться». Зазвичай усі звернення до редакції починалися безапеляційним: «Ви **ПОВИННІ** розібратися» або навіть «Чим ви там займаєтеся, якщо у мене **ТАКА** проблема!». Виявилось, на цьому фронті за просто можна вмерти, бо «соціалка» – це все. Тобто все, що не «політика», «культура» і «спорт». Через мою душу пройшла, забезпечивши стійке безсоння, маса народу, якому легше було зайти до редакції, ніж виходжувати свої клопоти по різних інстанціях. Займатися «соціалкою» - це ще й виконувати функції «телефону довіри». Допомогала людям альтруїстично, як рідним. У судах захищала інтереси трьох жінок, чії доньки померли при пологах в одному й тому ж пологовому будинку, залишивши сиротами немовлят. Влізала у квартирні справи, що загрожували людині «бомжовством». Вела безкінечні бесіди з особами, схильними до самогубства. Разом з онкологами виборювала відкриття у Львові хоспісу – притулку для смертельно хворих. Домагалася ремонту аварійно небезпечних каруселей у парку культури, ігноруючи погрози охоронців цього парку. Захищала людей від собак і собак від людей. Влізала у проблеми пасажирів «бидловозів» - маршрутних таксі, які тільки-но з'явилися на вузьких вуличках Львова. Займалася й «кумедними» речами: радилася з психологами, що сказати сільському хлопчині, котрий закидав редакцію листами: «Почуваюся у селі самотнім. Мене не розуміють. Люблю оголеним засмагати на городі, а всі плюються. Не витримаю, повішуся».

Потрібен був час і певне вигорання емоцій, щоб зрозуміти:

журналіст не може і не повинен підміняти усі на світі інстанції. Варто було влізти в одну «квартирну» справу, як це притягнуло в газету ще сотню подібних. Допомогти «вибити» аліменти для однієї жінки, як підтягнулося в редакцію ще п'ятдесят... Є питання, які вирішуються через суд, і до рішення суду журналісту не бажано братися за текст. Потрібно зрозуміти, що насправді виборює людина, куди вона зверталася, як намагалася сама собі допомогти. Чи вона мислить, як паразит: навіщо кудись звертатися, якщо журналіст натисне... Слід проаналізувати: чи за конкретним випадком стоїть явище, тенденція. Йдеться про побутовий конфлікт чи про проблему, яка зачіпає багатьох...

А тепер про два випадки, які змусили дещо затямити.

...До редакції спочатку написала листа, а згодом зателефонувала бабуся років 70-75. Говорила про велику біду в сім'ї. Її дочка прикута до ліжка. Діагноз – розсіяний склероз. Хвороба у тій стадії, коли людина вже безпомічна. Все лягло на плечі старенької матері. До редакції її змусив звернутися страх. Її зять, чоловік немічної дочки, привів додому іншу жінку, і ті двоє чекають смерті нещасної, пришвидшують її кінець. Захистити мати й дочку нікому, єдиний онук вчиться десь далеко, у військовому училищі. Бабуся перелякана, що зять забере квартиру, доведе і її, і дочку до могили... Старенька розповідала мені і плакала, благала допомогти.

Я поїхала до них, прихопивши якісь фрукти, харчі. І от я на місці. Стандартна трикімнатна квартира у новобудові 70-х років. Помешкання, яке забуло, що таке ремонт. Разючий запах хвороби. «Тут праворуч кімната зятя з його новою (нема їх вдома), – показує бабуся, – Тут – бережу кімнату для внука, щоб той не захопив, а сюди проходите – це моя дочка. Вона все чує, хоч і нерухома». Різкий дух сечі, у брудних простирадлах – тіло, на якому ледь ворухатся губи. Мати пояснювала хворій, хто це й для чого прийшов... Мені доводилося бувати у відділеннях лікарень, де лежать тяжко хворі, але таке... Ледь живі тільки очі. Викочується сльоза, непомітні порухи губ. І запах, цей нестерпний запах, що в'їдається в одяг.

Із зятем поговорити не вдалося – не було вдома. Та й, як

пізніше з'ясувалося, запросили мене, щоб його не було, щоб не втручався у розмову.

Хвилею накрыло мене співчуття до двох німецьких жінок, до їхньої біди і піднявся гнів – до підступного, безсердечного чоловіка. Вже знала, що у матеріалі розітру його на порох – мало не здасться. Слухати його не хочу, адже все й так очевидно! Прожити понад двадцять років з дружиною – і так повестися!

Та наступного ранку цей чоловік сам знайшов мене у редакції. Уявляла такого собі безсовісного прониру, а побачила замученого життям чоловіка, блідого, виснаженого, вбого одягненого. Він просив не писати. Казав, що смертельно втомився, що дружина хворіє не місяць-два, а п'ятнадцять років. Пояснював, що сам не може витримати все, тому й привів жінку, яка готова допомагати. Що вони хочуть доглядати хвору, але теща не дає... Я не повірила, налаштувалася не вірити. З категоричністю молодості не могла йому простити зраду хворої дружини, не захотіла влізати в його шкуру. Знала одне: мужчина має витерпіти все, бути мужнім, героєм. І не пробачила, що він не такий.

Отож в газеті вийшов жорсткий матеріал, яким я відсікала будь-яку можливість того сірого чоловічка зазіхати на квартиру, закликала якісь соціальні служби відстежувати цю ситуацію.

Ніби все правильно. Чому ж так гірко? Бо проігнорувала слова «антигероя»: «Я сорому не переживу». Пізніше довідалася, що він тяжко перехворів цю газетну публікацію.

Минув час. І у близьких мені людей сталася біда: 16-річній донечці поставили діагноз... розсіяний склероз. Відкрийте довідники й прочитайте про цю хворобу, яка підступніша за рак. Десять років повільного вмирання і трагічна смерть. Сім'я була доведена до нервових зривів, всяке між близькими траплялося: хата ж бо – не церква, як каже моя мама.

І я тоді раптом пожаліла чоловіка – антигероя моєї публікації. Адже він також жива душа. Треба було не ганьбити, а зрозуміти. Ні, я і тепер, безумовно, на перше місце поставила б захист старенької та її дочки. Але сьогодні я не просто послухала б чоловіка, а й почула б його, подала його позицію. Врахувала б класичне (до анекдотичного) протистояння полюсів «теща –

зять», спільно з цим чоловіком пошукала вихід, аби полегшити хворій муки, заспокоїти стареньку матір, знайшла б сина-студента (адже потім син телефонував мені з Санкт-Петербурга і захищав батька), звернулася б у соціальні служби про допомогу. Не судила б, а відтворила в матеріалі усю складність ситуації. Не використовувала б густо чорну фарбу, змальовуючи чоловіка. А головне: вийшла б на суспільну проблему: становище в країні хворих на розсіяний склероз, безпорадність медицини і соціальних служб. Досліджувала б, хто винен і що робити. Від конкретної ситуації вийшла б на загальну проблему.

Урок перший: Журналіст – не прокурор! У царині міжлюдських стосунків з усіх сил намагаймося дотримуватися заповіді: не суди і не винось вироків.

Другий випадок – трагікомічний.

Якийсь час в редакції не було кому вести кримінальну тематику, і всіх «страждущих на цю тему» відсилали до мене («соціалка» ж бо!).

Сиджу над матеріалом в номер, як тут відчиняються двері і наді мною нависає щось худюче з блиском в очах. Приголомшує першою фразою: «Я годину тому вийшов з тюрми і відразу до вас. Хочу розповісти, який беспредел твориться за ґратами. Сам я з Одеської області, грішив, але увірував в Бога... Мені допомогли браття». І знайомить з другом – представником однієї з протестантських церков. На стіл мені лягає письмова сповідь про «житіє тюремное»... Якусь хвилю не можу зрозуміти, що у відвідувача з повіками. Нафарбував він їх тінями, чи що? Одягаю окуляри, приглядаюсь. О Господи! Переді мною шедевр тюремного татуювання: на одній повіці наколка – «Они», а на іншій – «спят». Виходить фраза: «Они спят».

Торжествую в душі, передчуваючи, яке вийде на шпальтах нашої газети сенсаційне читиво. Адже переді мною живий свідок беззаконня за ґратами, колишній злочинець, який виправився!

Коментарі у начальника тюрми, у тюремного психолога, правда, я взяла. Але до їхніх слів поставилася скептично, з недовірою. Адже подумки матеріал про виправленого «зека» я вже вибудувала і лише формально «пристебнула» туди пояснення «началь-

ників». Подзвонила колегам-журналістам в Одесу з проханням допомогти хлопцеві працевлаштуватися...

Минув час і я довідалася, що мій підопічний екс-зек «сів» утретє: цього разу за розбій та ще й зґвалтування. Розповідали, що моєю публікацією про його щасливе виправлення і злих тюремних начальників він розмахував де тільки міг. Тоді й зрозуміла, що тюремний психолог правду казав: хлопець мене використує, що він тонкий «психолог», знає, на що тиснути. А я, прагнучи сенсації, не захотіла цього почути.

Який урок другий? Журналіст – не лох. У гонитві «за смаженим» треба не забувати, що тебе можуть використати. Бути обережним і розбірливим.

Тетяна Вергелес (Львів)



ЗАНЯТТЯ 8. ЕТИКА ПРИ РОБОТІ З МАТЕРІАЛАМИ РІЗНИХ ЖАНРІВ

• Новина і факт. Коментарі. Відділення фактів і коментарів. Етика журналіста під час підготовки і проведення інтерв'ю. Репортаж, етичні проблеми під час репортажу. Авторська колонка – етичні засади ведення рубрик та висловлення власної позиції. Журналістське розслідування. Прес-конференція, брифінг: правила проведення і поведінки. Презентації, культурні події. Фуршети. Комерційні заходи. Партійні (корпоративні) збори, з'їзди і конференції.

• ЦИТАТА ДНЯ

Журналіст, який поспішає до читача з недоопрацьованим матеріалом, ображає його, не поважає себе та газету (Дмитро Прилюк).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Плагіат несумісний із званням журналіста (п. 14).

Запитання для аналізу:

А. Що таке плагіат?

Б. Яку відповідальність може понести журналіст за плагіат?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Яким критеріям відповідає якісна новина?

До чого може призвести невідокремлення фактів і коментарів?

Яких жанрів, на вашу думку, не вистачає вітчизняній журналістиці? Чому?

Чим визначаються правила поведінки журналістів під час прес-конференцій? Чи можна їх порушувати?

• ДІЛОВА ГРА «Прес-конференція»

Студенти проводять серію прес-конференцій. Викладач, беручи на себе якусь роль або довіряючи роль певного персонажа студенту, допомагає групі. Участь беруть такі персонажі: «неприступний чиновник» (який до того ж говорить сухими канцеляризмами), «агресивний політик» (радикально налаштований проти всіх журналістів, яких вважає «продажними», «слугами світового капіталу» тощо); «демагог» (багато говорить, але майже ніколи не відповідає на поставлені запитання). Студенти також можуть себе спробувати і в ролі прес-секретарів вказаних персонажів.

По завершенні гри складіть Пам'ятку для журналіста, що виходить на прес-конференцію.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ «Переклад на людську мову»

Взявши за основу офіційні повідомлення прес-служб (прес-реліз, прес-анонс тощо), складіть із дотриманням журналістсь-

ких стандартів повідомлення. Зауважте, що на практиці відомості прес-релізів потрібно обов'язково перевіряти та доповнювати іншими думками та підходами.

• **ДОКУМЕНТ**

Заява КЖЕ «Щодо висвітлення студентських акцій протесту»

• **МАЙСТЕР-КЛАС**

У записник журналіста

Володимир Павлів. Медіа і мораль: дилеми публіциста

Я б так вдруге не вчинив...

Сергій Штурхецький. Три уклінні прохання до колег

• **ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ**

Плагіат, коментар, прес-конференція, брифінг

• **ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

Чому є важливим відділяти факти від коментарів?

Які етичні питання вирішує журналіст під час проведення інтерв'ю? Під час підготовки репортажу?

Якими етичними принципами керуються журналісти-ведучі авторських колонок?

Які існують правила поведінки на прес-конференції?

• **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С.134-142.

Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. – С. 161-187 (розділ «Написання нарисів»).

Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 90-132.

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – (Серия «Медиаобразование»). – С. 286-290.

Рендол Д. Універсальний журналіст/ Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 126-144 (розділ «Журналістські розслідування»).

- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгорова. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 142-260.
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с. – С. 108-132.

• ДОКУМЕНТ

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо висвітлення студентських акцій протесту»

До Комісії з журналістської етики надійшли звернення, підписані 155-ма сумськими телеглядачами, в яких йдеться про те, що ТРК «ВІДІКОН» (назва розшифровується як «ВІддзеркалення Дійсності, КОНтрастність думок та поглядів») виявляє однобокість і тенденційність у висвітленні подій. Не об'єктивність, а популяризація точки зору влади стала очевидним пріоритетом «ВІДІКОНу» й у висвітленні недавнього конфлікту між студентами і викладачами трьох сумських вузів з одного боку та керівництвом створюваного Сумського національного університету, місцевими посадовцями і міліцією з іншого.

Подібні звернення надійшли також від Вільної профспілки «Воля» СумДУ, Громадського комітету національної безпеки України, Інституту «Республіка».

Члени Комісії зустрілися з підписантами звернення, представниками студентської акції протесту, керівництвом ТРК «ВІДІКОН», детально ознайомилися із записами передач цієї студії стосовно проблеми об'єднання трьох сумських вузів в один національний університет.

Розглянувши подані матеріали, Комісія констатує, що телерадіокомпанія «ВІДІКОН» порушила норми журналістської етики, систематично виявляючи неповагу до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про причину студентської акції протесту і хід самої акції та події навколо неї. Наприклад, коли у центрі Сум було встановлено наметове містечко, «ВІДІКОН» розтиражував твердження місцевої влади про те, ніби там поселилися в основному підозрілі люди у камуфляжах і члени

УНСО, хоч насправді поруч із кількома десятками студентів перебувало 12 охоронців наметового містечка, яких командировав туди Інститут «Республіка» на прохання самих студентів. Телеглядачам постійно нав'язували думку, що студентів підбурюють якісь політичні сили щоб дестабілізувати обстановку в регіоні. Хоч акція набула всеукраїнського розголосу, «ВІДІКОН» про це не обмовився й словом. Коментуючи цю неординарну подію тільки з позиції місцевих посадовців, телекомпанія постійно підкреслювала своє негативне ставлення до неї. У новинах студентам жодного разу не було надано можливості висловити свою точку зору.

У циклі «прямих ефірів», присвячених об'єднанню вузів, брали участь лише ті, хто поділяє думку влади про доцільність такого об'єднання. Як пояснив головний редактор «ВІДІКОНу» Олександр Данильченко, телекомпанія ставила за мету роз'яснити доцільність указу Президента України про створення у Сумах єдиного національного університету. До речі, після того як Президент скасував свій указ, телеглядачі не почули роз'яснення причини цього. Із 15 учасників «прямих ефірів» лише на останній п'ятій було запрошено представницю студентського опору, але і її ведуча весь час перебувала, не даючи змоги до кінця висловити позицію протестуючої молоді.

Комісія вважає, що таке однобоке, необ'єктивне висвітлення подій ТРК «ВІДІКОН», підкреслене служіння інтересам влади, а не суспільства дискредитує засоби масової інформації, дезінформує саму владу, позбавляючи її можливості ознайомитися з думкою громадськості про її ж, влади, рішення.

Зразком журналістського суб'єктивізму став телефільм про сумські події «Ми хочемо правди», створений на «ВІДІКОНі». Розповідь про наметове містечко у ньому проілюстрована переважно міліцейськими оперативними зйомками, в яких фігурують досить сумнівні факти й аргументи. Авторські коментарі у фільмі малодоказові, нерідко нетактовні. Глядачеві нав'язується думка, що у спокійне життя сумчан втручаються ворожі сили. Подібне «розвінчування» «ворожих антисуспільних сил» лише компрометує саму тележурналістку.

На жаль, ТРК «ВІДІКОН» і далі продовжує тенденційну інформаційну політику, що проявилася під час проведення кампанії з виборів Президента України.

Комісія з журналістської етики засуджує незбалансованість, тенденційність, викривлення дійсності телерадіокомпанією «ВІДІКОН». Комісія закликає колег ТРК «ВІДІКОН» відповідально ставитися до своєї професії і пам'ятати про своє покликання служити інтересам суспільства.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Медіа і мораль: дилеми публіциста

Читач пробачить багато чого, тільки не аморальність. Але публіцист має порівнювати своє розуміння моральності із суспільним, щоб не впадати в моралізаторство.

Важко знайти журналіста, який би сказав, що професійна етика не має особливого значення. Ще важче знайти такого журналіста, який би визнавав етику як наріжний камінь своєї професійної діяльності. Особливо якщо йдеться не про інформаційні жанри чи аналітику, а про публіцистику.

Нагадаю, що публіцистика (від лат. *publicus* – суспільний, народний) – це своєрідний вид журналістської творчості зі своєю специфікою і внутрішніми закономірностями. Відповідно, публіцист – це журналіст, який у ЗМІ торкається актуальних, часто гострих суспільно-політичних тем. Статті хорошого публіциста зазвичай базуються на новаторстві підходів, на ризикованому експериментуванні.

Колишній декан факультету журналістики Львівського національного університету Володимир Здоровега писав: «Талант публіциста органічно охоплює здатність автора бачити у повсякденному житті суспільно значуще, морально-етичний смисл як незвичних, так і буденних явищ».

Перед публіцистом стоїть велика відповідальність, оскільки він дає оцінки, висміює чи критикує, славословить чи засуджує. «Убити словом», «рани від слів не гояться» – це про публіцистику.

Щоб зачіпати болючі для суспільства теми, недостатньо мати знання, досвід і громадянську мужність, потрібна ще й довіра аудиторії. А вона стає можливою, коли читач бачить, відчуває, що автор «скандальної» статті дотримується певних моральних стандартів, не переступає етичних бар'єрів.

Для українського публіциста це непросте завдання. Адже ми живемо і працюємо в країні, де політична чи бізнесова еліта здебільшого не викликають довіри й поваги у громадян. Більше того, незалежні журналісти і ЗМІ, які ще в цій країні залишилися, добре усвідомлюють, що влада грає з нами не за правилами. Натомість намагається нав'язати нам правила гри, які є нечесними і несправедливими щодо суспільства в цілому і щодо журналістів зокрема. Влада ускладнює журналістам доступ до інформації, намагається законами і правилами якнайбільше розширити «територію приватності» для VIP, щоб приховати зловживання і беззаконня, які творяться на цій «території».

Але згідно з професійним етичним кодексом, ми повинні служити інтересам суспільства, а не влади. У такій ситуації частина журналістського середовища в Україні вважає, що професійна етика є актуальною для цивілізованих демократичних держав, а в нас – у ситуації холодної війни між корумпованою владою і незалежними журналістами – всі засоби годяться для досягнення мети. Принаймні такий висновок можна зробити з дискусії, яка розгорілася у професійних колах після того, як журналіст інформгентства УНІАН оприлюднив інформацію, сказану державним чиновником офрекордз.

Українських журналістів можна зрозуміти: що більше на нас тиснуть, то більше нам хочеться називати негідника негідником, злочинця – злочинцем, а дурня – дурнем. Інформаційникам зробити це майже неможливо, аналітикам – дуже складно. Інша справа – публіцисти. Образне мислення, прозорі асоціації, езопова мова та багато іншого – це той інструментарій, який дозволяє доброму публіцистові обійти законні перепони. Не можна обійти тільки власних моральних бар'єрів і професійних етичних обмежень, якщо ми свою професію трактуємо серйозно.

Інша справа, що писані правила журналістської етики мусять

бути в злагоді з внутрішніми моральними нормами журналіста, інакше вони сприйматимуться як штучні обмеження і їх порушуватимуть. На практиці часто так і є. Професійні етичні норми – це проблема вибору, а не догма.

З таким вибором авторів цих рядків доводилося стикатися неодноразово. Справді драматичного відтінку він набув, коли 2009 року я, львівський журналіст, опублікував низку статей із критикою президента Ющенка за героїзацію лідера ОУН Степана Бандери і Української повстанської армії, що не могло обійтися і без критичних зауважень на адресу самих Бандери і УПА. Розуміючи абсурдність і шкідливість активності Віктора Ющенка в цій делікатній темі, я хотів вкусити його якнайболючіше, висміяти якнайдошкульніше, обізвати якнайогидніше. Очевидно, що при цьому я б знайшов ті слова і звороти, які не дали би підстав притягнути мене до відповідальності за образу президента.

Але була інша проблема. Я добре розумів, що значна частина моєї читацької аудиторії ставиться некритично позитивно до теми УПА і Степана Бандери. Тож дошкульні окреслення у цій статті (навіть якщо б вони відповідали моїм особистим переконанням) вдарили б у першу чергу по тих читачах, котрі не розуміли, що їхню щирю прихильність до націоналістичних сторінок історії брутально використовують із політичною метою. В результаті стаття вийшла не настільки гострою, як хотілось би авторіві, але занадто гострою як на консервативного західно-українського читача.

Того року низка старих знайомих припинили зі мною контактувати, а під моїми статтями – навіть не пов'язаними з націоналістичною тематикою – постійно з'являлися образи і погрози. Ніхто з тих, хто відкрито звинувачував мене у штучному творенні сенсацій, у гонитві за дешевою славою, в неповазі до цінностей читача, якимось не оцінили (окрім кількох колег-журналістів), що аргументи у моїх статтях могли б бути різкішими, а полемічний запал сильнішим, якби я не обмежував сам себе нормами журналістської етики.

Як журналіст із досвідом я добре знаю, що читач пробачить

прикрі, але щирі думки; оприлюднення неприємних, але правдивих фактів; їдкі, але коректні окреслення. Але не вибачить аморальності. Публіцист у своїй роботі повинен постійно порівнювати своє розуміння моральності з суспільними моральними координатами, щоб не впадати в моралізаторство. Журналіст усе ж не письменник, і перш ніж порушувати суспільну проблему, повинен мати довіру читача – для якого пише і з уповноваження якого пише.

Володимир Павлів, публіцист (Львів)

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Три уклінних прохання до колег

Сьомий раз я пробував завести старий шкільний «газон», а вантажівка, натужно чхаючи і смикаючись, відмовлялася зрушити з місця. Вчитель автосправи докірливо глянув на мене і сказав: «І що ти робиш? Чи не можеш в мене запитати, як його робити правильно? Мучиш себе, мене, ще й машину». Додатковий інструктаж – і вантажівка в руках п'ятнадцятирічного школяра слухняно рушила. «Не бійся задавати запитань. Чим більше запитань ти зараз задаєш – тим менше помилок пізніше робиш», – цю життєву мудрість старого вчителя я запам'ятав добре, хоч сталося так, що після того не керував більше вантажівками...

Іноді додаткове запитання журналіста «рятує» матеріал від недостовірності чи неточності. Звісно, почувши краєм вуха «щось такеє», відразу ж хочеться винести його в заголовок і зробити сенсацію. Однак краще не поспішати, якщо ти поважаєш себе, читача і, зрештою, поважаєш людину, з якою ти розмовляєш. Цього – поваги до співрозмовника – можна, мабуть, уникнути, працюючи у великій центральній газеті й не маючи наміру ще раз повернутися до тієї ж людини чи в те ж село. Але без цієї поваги не можна обійтися, коли ти працюєш в невеликому місті і, зрештою, тобі ще не раз захочеться (або будеш змушений) зустрічатися з тими ж людьми. І, як мені здається, без цієї поваги не можеш назвати себе справжнім журналістом. Мова не

йде про якусь «підігрування» герою публікації чи якусь улесливість у спілкуванні. Кожна людина має право бути почутою, і кожна людина має право на те, щоб те, що вона сказала, ніхто потім не перекрутив. І тоді і в журналіста з'являється шанс бути почутим. Зрештою, якщо ви дійсно ненавидите свого співрозмовника і, незважаючи на це, поки що не хочете піти з журналістики за профнепридатністю, запитайте у досвідчених колег – вони вам підкажуть принаймні десяток перевірених і «відносно чесних» способів передати своє ставлення до людини, формально залишаючись безстороннім і об'єктивним. Щоправда, це може бути перший ваш крок зі стежки журналістики на швидкісний автобан сірого і чорного піару...

Задати уточнювальне запитання мені в різний час заважали різні «причини». Спочатку мене мучила незрозуміла ніяковість і «вихованість» - як це я, безсоромний журналіст, буду щось у шанованої людини перепитувати, або й за два дні після зустрічі телефонувати і уточнювати її посаду чи прізвище? Потім мучила манія всезнайства, а при цій хворобі, як відомо, людина ніколи не може визнати, що вона чогось не зрозуміла чи почула нове для неї слово. Часом, піймавши несимпатичного мені співрозмовника на якійсь помилці та ще й маючи у розпорядженні диктофонний запис, так і кортіло видати уривок в ефір – без пояснення суті й контексту розмови. Не скажу, що зовсім добровільно і безболісно, але поступово мені довелося відмовлятися від шкідливої звички «не задавати запитань». Про всі набиті гулі на цій дорозі, мабуть, розповідати не варто. Наведу лишень один приклад – абсолютно «безневинної» на перший погляд помилки.

Отже, якось «розкопую» важливу тему якості питної води в області, знаходжу в процесі роботи над матеріалом цікавого, ще «не засвіченого» пресою співрозмовника – заступника начальника одного з управлінь. Він - інтелігентний, ерудований, говорить про складні речі просто і багато – просто знахідка для журналіста! Подаю матеріал до друку і, недовго думаючи (і додатково не уточнюючи), підписую свого співрозмовника як «першого заступника начальника управління». І що б тут було тако-

го, якби не виявилось, що саме в той час посада першого зама була вакантною і «згряя товаришів-співробітників» була готова перегризти горлянку будь-кому, хто, на її думку, «висунувся». Звісно, можна говорити довго про етичні принципи просування по державній службі та про задушливу атмосферу у всіляких наших державних органах – головне, що я дав привід кар'єристам буквально зацькувати заступника начальника управління. Нічого, зрештою, страшного і не сталося – герой моєї публікації за декілька років став першим замом, а я - втратив щирого співрозмовника, отримавши натомість звичайного «сухого» чиновника, який відповідає на запитання казенними штампами. Але ж, як розумієте, «вартість» помилки може бути різною – аж до людського життя, тим більше прикро за помилку, яка сталася через елементарне небажання поставити уточнювальне запитання. Тому моє уклінне прохання до колег – **давайте додаткові запитання**. Бо чим більше питаєш – тим більше знаєш...

У перші місяці роботи газетярем мені було важко досягнути моральну атмосферу, в якій працюють журналісти. Ось колега з кримінального відділу радісно потирає руки від того, що десь сталася пожежа: є тема для матеріалу! Редактор з відділу економіки втішається від руїн новозбудованого клубу – він ще два роки тому попереджав про порушення під час будівництва. Від таких колег голова йшла кругом. Потім – призвичаївся. І зрозумів, що мої колеги насправді – дуже чуйні й добрі люди, тільки-от професія позначилася на них певним показним цинізмом. Це і зрозуміло – щодня трупи, пожежі, аварії, або ще й гірше – прес-конференція місцевих фермерів чи політиків. Від такого і здорова психіка без певного захисту розвалиться. Додайте до цього скаржників (сусідка має зв'язок з потойбіччям, бо її собака голосно виє), обурених читачів (наш начальник ЖЕКу – злодій, а чого ви пишете, що він – Іван Іванович), політично стурбованих громадян (потрібно терміново змінити Конституцію і ввести в державі монархію), розчулених невісток (хочемо поздоровити нашу найкращу в світі свекруху), громадських активістів, торговців канадськими ножами, рекламодавців,

адвокатів, прокурорів тощо. Але й дійсно – як не здуріти (програма-мінімум) і залишитися вірним моральним принципам (програма-максимум) при такому темпі роботи? Виявилось все дуже просто – потрібно залишатися самим собою, не йдучи на компроміс із власною совістю. Звучить дуже пафосно... Тоді так: **робіть так, як підказує ваше професійне відчуття** (воно поступово виробляється в процесі роботи). Краще відмовитися від матеріалу, якщо ви відчуваєте якийсь сумнів, ніж потім вас буде картати сумління.

Одного разу мені довелося за редакційним дорученням брати інтерв'ю в одного столичного негідника-українофоба. Я зробив матеріал, ніби об'єктивний і непоганий, з якого кожен читач зміг скласти уявлення про цього «політика». Але й досі я відчуваю бруд і неприємність – я мусив тихо, зціпивши зуби, сидіти поряд із людиною, яка з безпосередністю неосвіченого пітекантропа дозволяла собі ображати все те, що дороге кожному громадянину і кожному, народженому в Україні. Чому я не перервав розмову і не дав йому ляпасу? І досі не знаю. Був не впевнений, що так можна, хотів виконати доручення редактора, не знав, що робити – сьогодні можна знайти тисячі відмовок. Але зараз я б не погодився на таке інтерв'ю, як не раджу погоджуватися журналістам працювати над матеріалом, який руйнуватиме вашу особистість. Вийде, зрештою, цей матеріал чи ні, напише його, можливо, хтось інший – то вже не ваш клопіт, у світі й так багато бруду, для чого вам долучатися до нього? Величезне прохання – залишайтеся самим собою, не розчиняйтеся у натовпі – тільки журналіст із цілісною особистістю здатен продукувати цікаві для аудиторії матеріали.

А тепер – про найважливіше. Про те, що стримувало мене тиждень, перед тим як написав навіть цю невелику замітку. Отже...

Лінь – найбільший ворог журналіста. А ще - сподівання, що «зроблю це завтра». І якщо відчувати деякий сором за те, що ти зробив - це, зрештою, не так вже й погано (якщо, звісно, з цього вже зробив висновки і більше не займаєшся самоїдством), то, повірте, немає нічого гіршого від відчуття сорому за те, чого не зробив. Щось виправити у такому разі стає майже неможливо.

Тому ще одне прохання до колег від себе як від людини, яка відчуває сором не за ті матеріали, які написала, а тільки за ті, що не написала. **Будь ласка, пишіть СЬОГОДНІ.** Не відкладайте на завтра. Навіть якщо надії на публікацію немає (у це зараз, в часи соціальних мереж і громадянських медіа, важко повірити) – все одно пишіть!

Сергій Штурхецький (Рівне)



ЗАНЯТТЯ 9. ЕТИКА РОБОТИ З РІЗНИМИ ГРУПАМИ ОСІБ ТА В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ СИТУАЦІЯХ

• Поводження з дітьми, усиновлення. Злочини, неповнолітні. Інваліди, хворі. Психічні розлади. Гендер. Нацменшини, релігійні громади. Екологія. Право на приватність. Папараці. Особливості висвітлення професійних новин – культура, спорт, наука. Збройні конфлікти. Демонстрації, заворушення. Корупція. Судові засідання. Медичні заклади. Спецоперації правоохоронців. Похорон. Робота «під прикриттям».

• ЦИТАТА ДНЯ

«Для журналіста бути самим собою – одночасно означає відчувати відповідальність перед людьми» (Анатолій Москаленко).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

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) слід лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу (п. 15).

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 (п. 18).

Зпитання для аналізу:

А. У чому може виявлятися дискримінація в журналістському матеріалі?

Б. Чому і законодавство, і Етичний кодекс підкреслюють особливу роль неповнолітніх?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Чи можна назвати папараці професійним журналістом?

Чи повинні бути особливості при висвітленні подій за участю жінок?

Як повинен поводитися журналіст під час заворушень? Чи може журналіст виявляти свою підтримку одній із сторін конфлікту?

Коли з етичної точки зору виправдана робота журналіста «під прикриттям»?

• ДІЛОВА ГРА

Студенти, використовуючи національні, міжнародні та закор-

донні кодекси з журналістської етики, формують Порівняльну таблицю Етичних стандартів. Наприкінці відбувається обговорення: Чим відрізняються кодекси? Що є у них спільного?

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

На основі матеріалів у місцевій пресі, відео- чи радіосюжетів підготуйте Скаргу до Комісії з журналістської етики.

• ДОКУМЕНТ

Заява КЖЕ «Щодо публікації в журналі МАУП «Персонал» статті Г. Щокіна «Сионизм: идеология «ubermenschen»

Заява КЖЕ «Щодо газет “Крымская правда» та «Крымское время»

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Сергій Рахманін: «Розчарування минають, а журналістика й Україна залишаються»

Я б так вдруге не вчинив...

Леонід Капелюшний. Історія з «данаїцями»

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Гендер, приватне життя, корупція, безпека журналіста

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Якими законами регулюється висвітлення подій, пов'язаних з неповнолітніми?

Яких заходів безпеки повинен вживати журналіст, якщо він перебуває в зоні збройного конфлікту?

Якими є особливості підготовки репортажів із зали суду?

Про що потрібно пам'ятати журналісту, висвітлюючи новини з медичної тематики?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 212-218.
Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал.

- ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. – С. 140-145 (розділ «Люди та імена»).
- Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. – С. 63-89, 105-119.
- Довідник безпеки журналістів: Самоохоронник у гарячих точках та при громадянських заворушеннях / Клемпуш Ж.М., Штурхецький С.В. – Рівне, 2007. – 64 с.
- Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 66-80.
- Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 144-158 (розділ «Як висвітлювати великі пригоди»).
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С. 232-258.

• ДОКУМЕНТ

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо публікації в журналі МАУП 'Персонал' статті Г. Щокіна 'Сионизм: идеология ubermenschen'»

У ряді випусків журналу «Персонал» за нинішній рік опубліковано низку статей, провідною темою яких є боротьба проти сіонізму. При цьому авторами матеріалів та їхніми симпатиками ці публікації кваліфікуються як наукові. Не вдаючись до оцінки наукового рівня цих матеріалів (що могло б видатися некоректним), Комісія, проаналізувавши їх на предмет відповідності Етичному кодексу українського журналіста та вислухавши пояснення головного редактора журналу пана Ігоря Слісаренка, відзначає: стаття Г. Щокіна «Сионизм: идеология «ubermenschen» викликала гостру дискусію в суспільстві, у тому числі й стосовно її відповідності нормам журналістської етики.

Автор статті Г. Щокін порушує пункт 5 Етичного кодексу українського журналіста – «Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста». Г. Щокін пропагує лише власну точку зору, ігноруючи аргументи, що їй суперечать, і не спростовуючи їх. Не відповідає даному пункту Етичного кодексу і редак-

ційна політика журналу, про що свідчать інші публікації з даної тематики і подібної спрямованості, які регулярно з'являються на сторінках цього видання.

Журналом також порушено пункт 9 Етичного кодексу - «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».

Порушеним є і пункт 14 Етичного кодексу - «Ніхто не може бути дискримінований через свою статтю, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання...». Комісія вважає, що хоча тема сionізму не є закритою для дискусії і критичного аналізу, проте тенденційний підбір розглянутих матеріалів призводить до приниження національної гідності.

Водночас Комісія засуджує нетолерантне, часом грубе ведення полеміки з журналом «Персонал» газетою «Столичные новости» (головний редактор В. Кацман).

Звертаючись до всіх колег, Комісія застерігає: висвітлення у засобах масової інформації національної проблематики вимагає від журналістів і редакторів ЗМІ особливої делікатності, зваженості в оцінках, неупередженості в доборі джерел і аргументів, трактуванні моральних, релігійних та ідеологічних цінностей кожного народу. Матеріали, які провокують розбрат, не гідні пера журналіста, свідомого відповідальності перед суспільством. Тому Комісія з журналістської етики, засуджуючи редакційну політику журналу «Персонал» із згаданої тематики (головний редактор І. Слісаренко, голова науково-редакційної ради Г. Щокін), закликає колег-журналістів до толерантності і у веденні публічних дискусій. Зверхність, брутальність, особисті випадки не повинні підмінювати аргументи.

Дане рішення Комісії запропонувати редакціям журналу «Персонал» і газети «Столичные новости» опублікувати у своїх виданнях.

*Голова Комісії з журналістської етики
В. Мостовий*

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо газет 'Крымская правда' та 'Крымское время'»

До Комісії надійшла заява Петра Вольвача, який вважає, що останнім часом у низці засобів масової інформації Автономної Республіки Крим почастишали публікації, що можуть послужити причиною розпалювання релігійної і міжнаціональної ворожечі між жителями півострова, і просить дати оцінку публікаціям газет «Крымская правда» та «Крымское время» на предмет їхньої відповідності професійній журналістській етиці.

Комісія вивчила надані публікації, серед яких: «Меджлисовцев - к ответу!», «Сохраняйте бдительность, славяне!», «Украинствующие и «малороссы»», «А был ли мальчик?», «Резня в центре крымской столицы», «Славянская молодежь будет активизироваться», «Резня на Пушкинской: татары искали скинхедов, а нашли посетителей бара», «Следующий пункт зловещего плана - Свято-Успенский монастырь», «Меджлис продолжает покрывать погромщиков», «Нестихийное зверство», «Мы не против украинского языка протестовали», вислухала думку головного редактора газети «Крымская правда» Михайла Бахарева, а також головного редактора газети «Крымское время» Лариси Кондратенко і констатує, що газети «Крымская правда» та «Крымское время» систематично порушують Етичний кодекс українського журналіста, а саме:

– Більшість публікацій «Крымской правды» з міжетнічних питань не відзначаються толерантністю, а іноді межують із прямим заклик до протистояння. Чого варті лише заголовки на першій сторінці газети за 27 березня ц.р.: «Меджлисовцев – к ответу!» (без слідства і суду – злочинці). Там же – «Сохраняйте бдительность, славяне!». У цьому ж номері у звіті з прес-конференції є такі рядки: «Грустно действительно от другого – мы и вправду часто бываем аполитичными, апатичными и безразличными ко всему происходящему. Почему крымскотатарская молодежь может собираться двухтысячной толпой, а мы нет? Где славяне?».

– Без належних коментарів газетою «Крымская правда» опубліковано результати опитування соціолога Хрієнка, які нібито

підтверджують схвалення кримською молоддю акту депортації 1944 року. Хоч депортація, як відомо, на державному рівні визнана злочином іще за часів СРСР і сама постановка питання про її «схвалення» є щонайменше некоректною.

– У ряді публікацій на українську тематику не приховується відверта зневага до всього українського. Наприклад, у номері «Крымской правды» за 18 березня ц.р. надруковано псевдоісторичну статтю «Украинствующие и «малороссы»», яка пронизана зневагою до будь-яких проявів патріотизму. Її автор безпелляційно стверджує: «ненависть ко всему русскому, к своим оппонентам стала своего рода религией «свидомого украинца», идеей «фикс», принявшей в его воспаленном мозгу тотальный характер. Он свято убежден в своей правоте. Мыслит догматично, не признавая своей агрессивности, пытаются приписать ее своим оппонентам».

– Неприхований суб'єктивізм та безпелляційність характерні також низці матеріалів у газеті «Крымская правда» про кримських татар. Публікації з протилежною точкою зору газета не практикує. Та і чого можна сподіватися від видання, якщо його головний редактор Михайло Бахарєв прямо заявляє, що меджліс є «организованной преступной группировкой», а «украинские националисты — это мусор, я их за людей не считаю».

– Подібної лінії у веденні міжнаціональної тематики дотримується і газета «Крымское время». Частину третьої сторінки вона систематично відводить під публікації, які хоч і не мають відкритої антинаціональної спрямованості, проте аж ніяк не сприяють міжнаціональній згоді. А в кореспонденції «Мы не против украинского языка протестовали» (16.06.2004 р.) газета опустила до глузування над українською мовою лише тому, що в новому супермаркеті «Сільпо» у центрі Сімферополя цінники складені на «малопонятной украинской мове».

Тим самим порушуються такі статті Етичного кодексу українського журналіста:

– пункт 5: «Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста»;

– пункт 8: «Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного»;

– пункт 9: «Точки зору опонентів, в тому числі тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів»;

– пункт 14: «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) слід лише у випадках, коли ця інформація є неодмінною складовою матеріалу».

Право на інформацію – одне з основоположних прав громадянина, яке означає обов'язок журналістів подавати інформацію правдиво та чесно. При висвітленні серйозних суспільно-політичних, етнічних, економічних проблем вказані ЗМІ не дотримуються принципів повноти та об'єктивності інформації про факти та події. Публікації як про історичні факти, так і про сучасні події подаються упереджено. Більше того, Михайло Бахарєв заявляє, що газета «не просто інформує, а пропагує». У публікаціях широко представлені джерела, які висловлюють таку ж позицію, як і редакція. Інші джерела інформації переважно не представлені зовсім або ж журналіст висловлює власні припущення щодо їхніх думок і позицій. Відверта упередженість журналістів і редакцій до джерел також виявляється в апіорній підтримці висловлювань і дій одних джерел і такій же апіорній критиці інших.

У своїх публікаціях газети не відокремлюють факти та власні судження і припущення. При цьому судження і припущення журналіста чи інших джерел видаються за встановлені факти на підтвердження позиції та упереджень редакції.

Газети здебільшого не подають точку зору опонентів. В окремих публікаціях, як і у виданнях в цілому, відсутня збалансованість інформації, читач може дізнатися лише про переконання редакції, ідеї, які підтримують її журналісти. При цьому ігнорується завдання журналіста: надавати читачеві вичерпну інформацію з декількох альтернативних джерел, щоб він сам мав мож-

ливість скласти максимально наближену до реальності картину подій. Натомість газети навішують ярлики, намагаючись сформувати негативну громадську думку відносно українського та кримськотатарського народів на підставі односторонньої інформації, обґрунтовуючи свої позиції псевдоісторичними публікаціями. Нав'язується стереотипне зображення представників культурних, етнічних, релігійних громад.

Подання інформації про випадки напруги між громадянами вимагає делікатної форми. Обговорення протиправної поведінки особи повинно відбуватися поза її належністю до певної громади для запобігання підбурюванню до дискримінації і насильства. Натомість у своїх публікаціях газети роблять наголос на національності особи, її походженні. Замість позитивного внеску у боротьбу з нетерпимістю, заохочення діалогу між різними етнічними, культурними й релігійними групами суспільства, розв'язання проблем мирними засобами й у дусі терпимості публікації посилюють упередження і напругу між групами різного етнічного, національного, релігійного походження.

Комісія ще раз нагадує: висвітлення у засобах масової інформації міжнаціональної тематики вимагає від журналістів і редакторів видань особливої делікатності, зваженості в оцінках, неупередженості в доборі джерел та аргументів, трактуванні моральних, релігійних та ідеологічних цінностей кожного народу і розцінює дії журналістів і керівництва газет «Крымская правда» та «Крымское время» як свідоме порушення норм журналістської етики та такі, що є абсолютно несумісними з принципами професійної журналістики.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Сергій Рахманін:

«РОЗЧАРУВАННЯ МИНАЮТЬ, А ЖУРНАЛІСТИКА Й УКРАЇНА ЗАЛИШАЮТЬСЯ»

– В одній з ваших публікацій ви зазначили: «Масова журналістика перемолотила особистостей. Масове перемолотило

особистісне. А без нього журналістика неможлива». Але такі реалії нашої «форматної» епохи: здається, скоро й назв виданням придумувати не доведеться, їх нумеруватимуть, як авеню у Нью-Йорку. На відміну від радянських часів, стаття і творчий текст – дві різні «авеню». Що, на вашу думку, означає бути особистістю сьогодні – у масовій чи нішевій журналістиці?

– Як був свого часу період засилля масової культури, так і нині Україна переживає період масової журналістики. Але масова культура, яка існує багато років, не знищила культури елітної, культури якісної. Завжди існувала якась шпарина, де талановиті люди, особистості можуть себе виразити. Певне знеособлення української журналістики – це кризове, але тимчасове явище. Природа не терпить порожнечі, рано чи пізно щось помре, щось відпаде, з'являться інші люди, інші проекти, інші газети, інша журналістика.

Я думаю, що нічого страшного не відбувається. Криза тим корисна, що вона рано чи пізно закінчиться. Криза прискорює смерть зайвого. Гадаю, криза української журналістики також закінчиться і багато непотрібних проектів відіпре.

Ми живемо в країні, в якій завжди є про що сказати. Питання тільки, чи є кому, чи є як і чи є до кого звертатися. Перевага телеканалу ТВі, на мій погляд, у тому, що там намагаються зібрати під своїми прапорами людей, яким є що сказати і які знають, як це сказати. Можливо, це приклад, який стане гідним наслідування.

Був період, коли українська телевізійна журналістика була яскраво авторською, що, в принципі, було її перевагою. Зараз вона стала більш масовою. Форматування виперло з журналістики авторство як таке. Але воно рано чи пізно відновиться – я абсолютно в цьому переконаний.

– *Які бізнес-моделі медіа є нині найприйнятнішими для якісної журналістики?*

– Будь-який притомний медіа-менеджер намагається побудувати бізнес таким чином, щоб він був, з одного боку, творчим, а з іншого – прибутковим. Гадаю, багато проблем української

журналістики полягає в тому, що в нас відсутній прошарок фахових медіа-інвесторів. Медіа-ресурси в Україні належать або людям випадковим, або людям, які не дуже глибоко розуміють місце журналістики в суспільному житті. Я думаю, що якби свого часу до України прийшли два-три-чотири професійні інвестори з-за кордону, які б розглядали журналістику не тільки як інструмент політичного впливу, не тільки як забаганку і навіть не тільки як бізнес, то тут би утворилися абсолютно інші конкурентні природні правила гри, умови, які б дозволили розвиватися журналістиці взагалі і тележурналістиці зокрема. Сперечатися про конкретні бізнес-моделі дуже важко. Мені здається, що Україна – це держава, в якій дуже багато журналістів, але мало журналістики; дуже багато телеканалів, але замало телебачення. І рано чи пізно все стане більш гармонійним.

– *Що, на вашу думку, відбувається, а точніше, не відбувається сьогодні з публіцистикою? Чому цей жанр не затребуваний ЗМІ?*

– Публіцистика в Україні затребувана. Проте є суб'єктивні та об'єктивні складнощі. Об'єктивна проблема полягає в доволі низькому фаховому рівні навчання журналістів, низькому рівні вимог до журналістів. Суб'єктивна – в засиллі неякісної публіцистики. Багато з тих, хто вважає, що займається публіцистикою, глибоко помиляється. Перебір квазіпубліцистики відштовхує від публіцистики велику кількість глядачів, читачів і слухачів.

З іншого боку, публіцистика – це все-таки естетика, на відміну від більшості жанрів. А коли є нагальні проблеми, жорсткі й гострі, значній частині журналістів просто не до естетики. Але це не означає, що публіцистика не є затребуваною. Просто вона має бути якіснішою. І я думаю, що коли з'являться не поодинокі випадки, а ціла генерація людей, які розвиватимуть публіцистику, це позитивно вплине і на сам жанр, і на сприйняття його читачами. Нині, в епоху Інтернету, будь-хто може завести собі блог, писати що завгодно і вважати це публіцистикою. І це засилля порожніх думок найбільше втомлює читача. У нього немає часу та сил ритися в цих стайнях, аби відшукати справжнє слово.

— *Яких жанрів і матеріалів бракує нині в журналістиці?*

— У вітчизняній журналістиці бракує тих жанрів, які вимагають найбільших зусиль. Наприклад, практично вмер нарис. Через відсутність фахового вишколу і людей, здатних робити над собою зусилля, цей жанр практично помер. Хоча мені здається, що тільки та людина, яка здатна написати нарис, може вважати себе справжнім журналістом.

Дуже примітивним став репортаж. Їх не бракує. Але репортаж прекрасний тим, коли певний словесний чи відеоряд підсилено висновками. От висновків бракує. Репортажів вистачає, але вони надто спрощені. І мені здається, що людям, які відповідають за якість своїх медіа-проектів, треба над цим подумати.

Ще нині тільки ледачий не намагається робити журналістські розслідування. Принаймні вони називаються журналістськими розслідуваннями. Насправді журналістських розслідувань — якісних, серйозних, глибоких — практично немає. Журналістів, які опанували цей дуже специфічний і складний жанр, обмаль...

Журналістика сьогодні є, як каже Борис Олійник, кармаризованою. Журналісти переважно експлуатують ті жанри, які обіцяють легкі гроші й не вимагають великих зусиль. А, скажімо, написання нариса чи проведення журналістського розслідування якраз потребує цих зусиль і натомість не гарантує великих грошей.

— *У чому ви бачите сьогодні першочергові завдання політичного журналіста? Які теми є найактуальнішими?*

— Майже будь-яка подія варта уваги. Питання лише в тому, наскільки глибоко її аналізовано, наскільки чесно подано і які висновки з цього зроблено.

Журналістика стала дещо спрощеною. І різниця між парламентським журналістом, який працює сьогодні для телеканалу, для газети й для агентства, знівельовалася. Така уніфікація є неприродною і ненормальною. Але мені здається, що це тимчасове явище.

Я не розумію, навіщо Україні близько 70 вишив, які готують журналістів. У мене завжди виникало запитання, чи є в країні достатня кількість фахівців, які в змозі навчити таку кількість

людей? І чи є в Україні потреба в такій кількості дипломованих журналістів? Особливо якщо зважити, що дехто з них не в змозі писати чи говорити.

Якби це від мене залежало, я переглянув би політику стосовно підготовки журналістів. Я б, напевне, скоротив кількість вишів, зробив би жорсткішими вимоги до людей, які там викладають, посилив би програму і робив би певний акцент на спеціалізації журналістів. Так історично склалося, що журналіст є професійним дилетантом. Сьогодні він пише про страйк, завтра – про військову політику. Така універсалізація не завжди виправдана. Я би робив акцент, наголос на спеціалізації журналістів, щоби вони ставали справжніми експертами з певної тематики. Якби журналісти мали змогу отримувати дві освіти – економічну й журналістську, правову та журналістську, військову й журналістську – тоді в принципі якість і ґрунтовність матеріалів були б набагато кращими. Це професія соціально значуща. Якщо журналіст просто описує події, він даремно поїдає свій хліб.

– У кого з політиків ви б взяли інтерв'ю? Чому?

– У нас дещо спрощене уявлення про політиків і політику. От на цю секунду цікавий один, за півгодини буде цікавий інший. Інтерес до тієї чи іншої персони диктується подіями, які відбуваються. Є люди, цікаві самі по собі. І таких людей, як на мене, телебачення занадто експлуатує: який канал не ввімкнеш, там той самий, про те ж, тими ж словами. Це, мені здається, дещо спрощений підхід. Подія має диктувати журналісту інтерес до тієї чи іншої особи. А події відбуваються постійно.

Людей, які бездоганно розуміються на політиці, майже не існує, тому що політичне життя надто примхливе й швидкоплинне. А в нас політика часто сприймається як щось таке дуже стає, непохитне. Політика – це як великий казан, у якому вариться борщ. І вогонь під цим казаном палає постійно, і готується борщ постійно. Просто вогонь прикручують-збільшують. Змінюються кухарі, змінюється температура на цій «кухні». Хтось додав спеції, хтось передав куті меду, хтось жбурнув занадто солі чи перцю, хтось тихенько долив отрути. Тому й смак цього варива постійно змінюється. У цій сфері постійно щось відбувається-

ся, і журналіст постійно має дізнаватися, що саме, чому саме.

– *Як ви ставитеся до поширеного серед журналістів твердження, що в журналістиці, принаймні в авторській, безпристрасність неможлива, та й не потрібна?*

– Все залежить від ситуації. Є певні правила. Але з будь-якого правила існує виняток. Інтуїція, журналістський досвід підказують, коли треба бути холоднокровнішим, а коли – емоційнішим. Є ситуації, коли емоційна складова вкрай потрібна. А є ситуації, коли необхідним є відсторонення. Цього неможливо навчити. Як на мене, це приходить тільки з вишколом, із роками, досвідом, якщо хочете, з мудрістю. Хтось не в змозі опанувати цього до старості, одиниці починають це розуміти вже на початках своєї роботи. Так, здебільшого журналістика має бути максимально холоднокровоною. Але виникають ситуації, коли емоційність і навіть пристрасність потрібна. Особливо коли йдеться про журналістику авторську. Бо якщо ти працюєш у царині інформаційної журналістики, коли твоє завдання полягає виключно у зборі, синтезі та аналізі ситуації, звісно, потрібно мати холодну голову. Але якщо журналіст не просто інформує, а ставить гостре запитання, для того щоб його почули і зрозуміли важливість цього питання, він має вживати інших засобів...

– *Як формувався ваш авторський стиль? Які речі в цьому процесі були ключовими? Чи вплинув на вас ваш перший редактор?*

– Авторський стиль у журналіста формується щодня – скільки він пише, стільки формується його авторський стиль, це цілком природно. Є журналісти, які намагаються наслідувати інших. Як на мене, це не дуже вдалий шлях: карикатурний близнюк – це завжди набагато гірше, ніж оригінал. Мені здається, журналіст має багато читати: збагачення мови надає йому зброю, якою він має володіти фахово. Без художньої літератури журналіст починає рано чи пізно трошки гальмувати, в нього банально закінчуються слова. Є таке дуже типове навіть для фахового працівника ЗМІ явище – коли в тебе складається текст у голові, але тобі просто бракує слів, аби його висловити. І щоб ця проблема не перетворилася на хворобу, журналіст має читати.

Стосовно першого редактора, то я не сказав би, що він дуже

суттєво на мене вплинув. На мене суттєво вплинула інша людина, Ася Комська, яка фактично привчила мене до дорослої журналістики. Вона працювала в українській молодіжці – «Молодій гвардії». Була така дуже енергійна газета, з якої вийшло чимало відомих журналістів. Саме Комська привчила мене дуже сумлінно ставитися до слова. Саме сумлінно...

Нині мало хто не знає, хто такий Олег Вергеліс. Як на мене, його тексти – це однозначно авторська журналістика, і тепер це зрозуміло всім. Хоча підозрюю, якщо статтю Вергеліса без зазначення автора підсунути редактору тиражної суспільно-політичної газети, то перше, що він скаже: «Але ж у такому вигляді ми ЦЬОГО надрукувати не зможемо. В нас не колонки, в нас – Газета».

– У своїх публікаціях ви нерідко критикували сучасний стан журналістики в Україні. Що дає вам наснагу залишатися у професії такий тривалий час?

– Напевне, відповідь буде доволі простою. Як не дивно, я люблю країну, в якій живу – попри всі проблеми, які в неї виникають. Попри всі проблеми, якими вона мене винагороджує. Як не дивно, я люблю свою професію. Попри всі складнощі, які в ній є. Якби я не любив своєї держави і своєї професії, напевне б, не займався тим, чим займаюся. Бо є багато способів обрати спокійніше й заможніше життя. Розчарування заважає жити і заважає писати. Проте розчарування минають, а журналістика й Україна залишаються.

Олена Коркодим, «Телекритика»

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Історія з «данацями»

Справа така давня – кінець сімдесятих минулого століття, що навряд відклалася у пам'яті причетних до події, а віддаленість місця події – Східний Сибір – є великою спокусою викласти суть із певними замовчуваннями чи недомовками. Поза тим: кажу з піднятою правицею, що казатиму правду, тільки правду і нічого, крім правди.

Наше ремесло таке, що помилки чи компроміси майже неunikні. За довгі роки в журналістиці були вони й у мене, але вибрав я для публічної сповіді саме цю, хоч формально в судовому нарисі «Бійтеся данайців» помилок не було, спростування не надходили. Судовий нарис – це жанр-мамонт, який наразі лежить у вічній мерзлоті новітньої журналістики, але, на відміну від мамонта, ось-ось воскресне. Власне, це і стало головною причиною вибору теми.

Головною персоною «данаїської» публікації була Марина Харманханова, санітарний інспектор. Ми познайомилися, коли я за скаргою читачів «Известий» вивчав, якої шкоди завдає річці Іркут олійно-жировий комбінат. Слів екологія чи охорона довкілля тоді не знали, виробнича необхідність була вищою за будь-які сентименти, але норми забруднення таки існували і за їх порушення із керівників підприємств дерли три шкури. Саме завдяки непоступливості таких інспекторів, як пані Марина. І мабуть, не було б цієї історії, якби у публікації про забруднення Іркут я не згадав «добрим словом» принципову пані Марину.

У цього «мабуть» є кілька вимірів, але навряд чи один із них став поштовхом про порушення проти неї кримінальної справи. Скоріше за все, вона втрапила в густу сіть боротьби з хабарництвом, яку від постанови до постанови ЦК закидали правоохоронці у мілководдя дрібного чиновництва. Узнав я про це від знайомця із прокурорських: он, мовляв, яких принципових ваша газета розхвалює. Узнав, коли вирок уже було винесено, а Марина топтала дорогу до волі у колонії.

Справа вразила мене дріб'язковістю. Слідчі накопили проти пані Марини такий компромат, якого вряди-годи вистачало на звільнення за статтею чи сувору догану. Непоступливу інспекторку під час перевірок улещували «джентльменським набором» – цукерки, вино чи коньяк, парфуми, зрідка – інші дрібні подарунки. Але простежувалася тенденція: там, де з інспекторкою приятелювали, суворих актів не було. А порушення – були.

Тут необхідне уточнення – щодо асортименту тогочасних магазинів. Було в них хіба що, хоч залийся, горілки. А все інше – дефіцит, тож інспекторку улещували тим, чого у вільному про-

дажу не було. А в «не вільний» простір жінці було – зась.

Смисл і пафос моєї публікації був такий. Якщо вже ти дотримуєшся принципів – дотримуйся, а всім іншим хай буде наукою древня історія про данайців. Ті, що дають і підкуповують, рано чи пізно скористаються вашою слабкістю і т.д.

Праведним гнівом щодо інспекторки текст просякнутий не був, скоріше за все, я намагався пом'якшити її провину тим, що хабарі були не вартими того, щоб аж так суворо карати людину. Але намагання ці були – скоромовкою, непереконливими і, якщо чесно, то без того співчуття, яке мало б бути до людини, яка потрапила в біду.

Який дідько потягнув мене у прокурори? Мабуть – я про це потім не раз міркував! – той таки, з прокурорських. Зачепило, що ось, мовляв, я про неї усьому Союзу як про кришталеву і не підкупну, а вона за якусь «Красную Москову»...

У глибокому підтексті – принциповість «заднім числом».

Образилася на мене Хамарханова за тих «данайців» смертельно, про що і написала, не дбаючи про вислови і вирази. Історії – крапка. Я не надто нею переймався, бо відчуття неправоти своєї і, тим більше, провини не відчував. Але той лист, у якому кожна буква яріла обуренням і образою, в архіві зберіг. Чомусь. Чому?

Саме в той час я займався ще однією судовою справою, або правильніше – вона займалася мною. Я захищав Сашу Єрмака – так він значився у моїх записниках, хоч прізвище мав схоже, але інше, так само як і слідчий з особливо важливих справ Китаєць звався інакше. Китаєць і заплаторив 19-річного Сашу за убивство в колонію суворого режиму на десятку. Сюжет злочину був банальний. Компанія із чотирьох хлопців і двох дівчат поїхали в тайгу на розвагу. Одна із них була Сашковою нареченою. Вранці вона була мертвою – удар ножем у серце. І згвалтованою. Чи не згвалтованою. Біологічна експертиза свідчила, що під підозру потрапляють одразу троє юнаків. Найбільша – на сина відомого вченого-геофізика, одного з першовідкривачів якутських алмазів. Другий, до речі, був сином іншого впливового науковця. Сашко в компанії був білою вороною і опинився там скорше завдяки красуні-нареченій.

Вранці похмільного Сашка хлопці в один голос переконували, що саме він і вбив із ревнощів свою наречену. І хоч сам Єрмак вину заперечував, Китаєць сплів обвинувачення так, що найкращий у тих місцях адвокат Генрієтта Цирліна виявилася переможеною. Все у тій справі шилося білими нитками, але шилося міцно. Ось Генрієтта і залучила мене до розслідування цієї справи.

Після публікації в «Известиях» Єрмака звільнили – злочин вважали недоказаним. Але як не Сашко, то хто вбивця? Якщо хтось із синів відомих людей, то над Академмістечком зависала грозова хмара. Словом, у мене ішло змагання з Китайцем, і його сили були переважаючими.

У радянському житті-бутті була інституція, до якої будь-яка людина могла звернутися як до останньої надії за допомогою. Коли людині відмовляли парткоми і ЦК, усі контролюючі і перевіряючі органи, вона писала листа в газету. Радянський суд, звичайно, справедливим назвати важко. Він був схильним до компромісів, але не був продажним, як тепер.

Судова система була ланкою репресивного тоталітарного апарату, ідеологічне підґрунтя кримінальних справ мало визначальний характер. І газета, в якій я мав честь працювати, з відчайдушною хоробрістю захищала постраждалих, на яких вішали злочини, яких вони не скоювали, або засуджених задля чистоти ідеології. У справі Єрмака цей слід був ледь помітний, але був. Хлопець не належав до зразкової молоді, звичайний парубок із сім'ї сибірських роботяг, можливо, що йому таки і стелилася колись дорога до таборів, але не за це убивство. Академічні вчені з гучними титулами і статусами будь-що намагалися довести невинуватість синів своїх колег. Особливо ж того, що був головним підозрюваним.

Мені довелося вести кругову оборону, доводячи правоту публікації. І не скажу, що мій випадок був для редакції найскладнішим. Ураган свого часу викликала публікація нашого мінського кореспондента Миколи Матуковського, який розповів, що за нескоені злочини було засуджено до страти і розстріляно невинну людину. Борис Резнік із Хабаровська воював із судами і про-

куратурами усіх рівнів, витягаючи з тюрми закарпатського селянина, як не помиляюся, на прізвище Шодей, який привіз на Далекий Схід на продаж соняшникове насіння і заgrimів на повну котушку «за спекуляцію». Газета вперто і послідовно розкривала невідому і приховану, справжню історію своєї країни. Досить сказати, що саме завдяки «Известиям» було підняте із небуття і очищене від бруду звинувачень ім'я Олександра Марінеско. Це тепер він Герой, йому стоять пам'ятники. А був час, коли редакцію атакували сивочолі генерали і кричали, що ми захищаємо гультвісу і злочинця.

Це я все до того, що «мамонт» має воскреснути. За сумною статистикою в українських тюрмах і колоніях, які тільки умовно можна назвати пенітенціарною системою, сидить близько 30 відсотків невинних людей. Та ще стільки ж тих, що, як і колись Марина Хамарханова, заслуговують на інше покарання, не на ув'язнення. І наразі у пересічного українця немає, як колись, тої інституції, якій він міг би поскаржитися. Немає тої, що була у тоталітарному суспільстві, журналістики. Парадокс? Ще й який!

Потреба, як вчать фізіологи, породжує функцію. Тож жанр судового нарису (дайте йому іншу назву), ось-ось витане з вічної мерзлоти байдужості до людини, яка скувала сучасну журналістику України.

Ця історія – не запізніле каяття. Хоч на сьогоднішній розум і досвід я не писав би такий текст. Скоріше – роздуми з приводу тонкощів нашого ремесла, в якому тільки на перший погляд все просто і зрозуміло. Якщо говорити пафосно, то ми обрали фах, який має на меті вдосконалення людини і людства. Завдання це на тривалий час, а ось захисна функція журналістики – завдання нагальне. Для звинувачення і покарання держава має апарат примусу, має тюрми і таємні підвали, психушки і секретну агентуру. Ще раз – для звинувачення і покарання. Фарисейські заяви, що «вони» нас захищають – не більш як фарисейство.

Не принижуючи ролі правозахисних організацій, скажу, що насправді для захисту людини і суспільства є тільки журналістика. Тільки вона здатна не просто засуджувати зло – хай це буде порушення прав і свобод чи банальне хамство в державній ус-

танові, а формувати ставлення суспільства до факту, іонізувати простір суспільної свідомості толерантністю і доброзичливістю. Я потім, через роки, натикаючись у своєму архіві на лист Марини, питав себе: чому ти не поїхав до табору, де вона шила куфайки, не підтримав її, не написав про її справу інакше, не як прокурорський служка? Мій статус давав мені можливість відвідування місць позбавлення волі, не було жодних перешкод. Чому струна співчуття не озвалася на лихо, що трапилося з цією нещасною? Можна пошукати виправдання у тому, що співчуття було не в моді й не в шані, більше - принципівість, твердість, боротьба за чистоту лав і т.д. І це правильно, все це важливо і необхідно. Але наше ремесло, попри функцію захищати, іще й передбачає розуміння, пошук відповіді на запитання – чому? Є ж якісь причини – як відповідь на «чому?», що у Мінську засудили до страти невинного. Що вбили абсолютно безпечного для влади і суспільства Гію Гонгадзе. Що провідні правдолюбці і польові командири Майдану стверджують про самогубство ексміністра Кравченка з двох пострілів. Що радикально налаштовані «тризубівці» сидять на лаві підсудних за «теракт» проти пам'ятника Сталіну – катові не тільки українського народу, а й усього цивілізованого світу.

Тепер я бачу, що у справі Марини була справді велика тема – налаштованість, дресура правоохоронної системи на «фас» саме проти чиновної дрібноти. Ніщо не заважало прокуратурі, переймаючись охороною природи, закрити Байкальський ЦБК – більмо на оці радянської промисловості. Адрес таких були сотні, і винуватців – легіон, але розслідування їх привело б до Спаських воріт Кремля. А рядовий інспектор – вірний шлях до покращення статистики розкриття злочинів. Хоч у мене і були прекрасні вчителі, але настанову завжди намагалися зрозуміти причину конфлікту чи події, знайти відповідь на запитання – чому? – я у тій ситуації пропустив.

Чому – це не задоволення особистої цікавості, а абсолютно необхідне проникнення для розкриття теми у глибини мотивації. Спеціальний кореспондент «Известий» Ніна Александрова, блискуче перо і фронтова розвідниця в одній особі, вивчала склад-

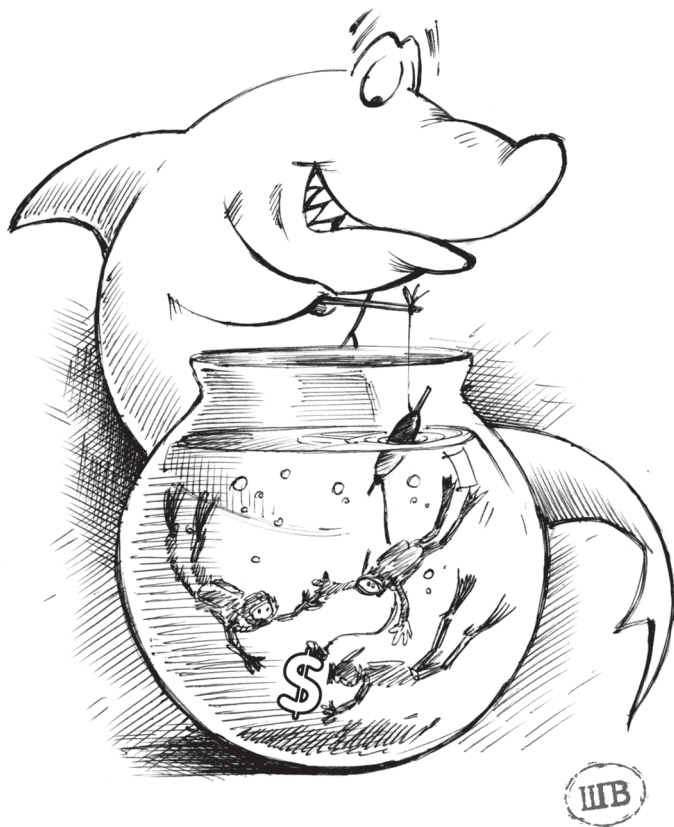
ну ситуацію. Певна людина тривалий час видавала себе за організатора повстання у концтаборі Собібур. Ніна зустрічалася й з ним, і з багатьма іншими свідками. Вона викрила його самозванство. Матеріал стояв у номері. Але Ніна попросила відкласти публікацію. «Я хочу подивитися йому в очі і зрозуміти, навіщо йому це було потрібно? Чому він таких зробив?».

Рейсовий літак не долетів до Харкова. Про авіакатастрофи повідомляти було не прийнято. Читачі «Известий» так ніколи і не взнали, чому ім'я автора під надзвичайно злободенною публікацією було взято у чорну рамку.

Судовий нарис – це насправді не розбір юридичних практик, а намагання зрозуміти, яку правову систему ми маємо в державі, як виконуються закони і чого в цих законах бракує, або які норми безнадійно застаріли. Мені, наприклад, вже у незалежній Україні довелося захищати тітку, яка продала в селі хату за долари, а дільничний тут як тут – порушив справу про незаконні валютні операції, бо ця норма таки справді ще діяла. Нарівні із легальними валютними обмінниками.

Власне, будь-яка публікація, де досліджується поведінка людини у соціумі, навіть якщо і близько суду немає, це все одно – справа судова, бо ми виносимо ситуацію на судовий розгляд свого читача. І хай мій власний урок із данайцями буде попередженням і насторогою, бо насправді не має простих відповідей на складні запитання. А будь-яке, навіть найменше відступництво від закону чи моралі – саме із цієї сфери.

Леонід Капелюшний (Одеса)



ЗАНЯТТЯ 10. ЕТИКА РЕКЛАМИ

- Вплив економічних чинників на журналіста і ЗМІ. «Джинса» (замовні матеріали). Прихована реклама. Позиція власника. Позиція автора матеріалу. Копірайтер і журналіст: знайди десять відмінностей. Чи повинен журналіст бути копірайтером?

• ЦИТАТА ДНЯ

Засоби масової інформації тому й живі сьогодні, що продають місце для розміщення рекламних текстів (Галина Лазутіна).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Інформаційні та аналітичні матеріали мають бути чітко відокремлені від реклами відповідною рубрикацією (п. 7).

Запитання для аналізу:

А. У чому полягає основна різниця між інформаційними та аналітичними матеріалами?

Б. До яких негативних наслідків може призвести використання прихованої реклами?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

У чому витоки такого явища, як «джинса»? Яким чином можна запобігти цьому явищу?

Яку небезпеку для професії журналіста таїть «джинса» та прихована реклама?

• ДІЛОВА ГРА «Рекламна кампанія газети»

Студенти, роздівшись на групи, отримують примірник газети. За деякий час роботи в групі вони напрацьовують і презентують рекламну афішу номера газети, текстівку для аудіоролика, сюжет для відеореклами. Чи усіх принципів реклами у ЗМІ вдалося вам дотриматися?

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

1. На основі матеріалів у місцевій пресі, відео- чи радіосюжетів підготуйте добірку порушень хоча б одного (якщо не усіх) принципів реклами в пресі (ідентифікації, захищеності, добросовісності, достовірності, відкритості, порядності).

2. Взнявши для аналізу декілька примірників місцевої преси, знайдіть матеріали, які, як ви підозрюєте, є «джинсою» або прихованою рекламою. Поясніть, якими критеріями ви керувалися при визначенні таких матеріалів. Які особливості цих матеріалів? Підготуйте Пам'ятку читачу «Як відрізнити прихова-

ну рекламу від журналістського тексту».

- **ДОКУМЕНТ**

Принципи реклами (з Коментарю до Закону України «Про рекламу»)

- **МАЙСТЕР-КЛААС**

У записник журналіста

Як зробити професійну етику стрижнем журналістської освіти?

Я б так вдруге не вчинив...

Михайло Батіг. Текіла – напій «небезпечний»

- **ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ**

«Джинса», достовірність інформації, копірайтер

- **ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ**

Чим визначається вплив економічних чинників на журналіста і ЗМІ?

У чому полягає конфлікт інтересів рекламодавців та журналістів?

Які відмінності у професіях копірайтера та журналіста?

Про які етичні засади повинен пам'ятати власник ЗМІ? Яким чином враховувати позицію власника і не порушувати етичних стандартів?

- **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 204-211.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. — 432 с.

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. - С. 213-275.

Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.

Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: Основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). – М.: ИМА-Пресс, 2001. – 263 с.

Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 117-132.

• ДОКУМЕНТ

ПРИНЦИПИ РЕКЛАМИ

(коментар до Закону України «Про рекламу»)

Стаття 7. Принципи реклами

Реклама, яка відповідно до статті 1 Закону визначена фактично різновидом інформації, базується на тих самих принципах, що й інша інформація, відносини пов'язані з якою регулюються правовими нормами, зокрема, Законом України «Про інформацію».

Законом «Про рекламу» визначено низку загальних засадних положень, на яких мають базуватись відносини у сфері реклами, - принципів реклами.

Вміщені в ст. 7 Закону принципи можна умовно поділити на *загальноправові, економіко-правові і спеціальні рекламні принципи*.

До *загальноправових* принципів слід віднести *принцип законності*, який є конституційним за своїм походженням, а також *принципи точності та достовірності*, які є загальноправовими принципами, що застосовуються до інформації.

Економіко-правовим за своїм змістом є *принцип добросовісної конкуренції* в рекламі. Законодавче закріплення та забезпечення цього принципу є важливою передумовою розвитку ринкової економіки. Слід зауважити, що незважаючи на закріплення принципу добросовісної конкуренції в тексті Закону «Про рекламу», детальна його регламентація передбачена іншими законодавчими нормами, зокрема, Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Законом «Про рекламу» також закріплені **спеціальні рекламні принципи**, зокрема:

принцип використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди;

принцип заборони підривання довіри суспільства до реклами;
принцип заборони вміщення інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності;

принцип врахування особливої чутливості дітей і не завдання їм шкоди.

Особливістю таких принципів є те, що, відповідно до свого правового призначення, вони застосовуються виключно у сфері виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Зупинимось детальніше на кожному з перерахованих у цій статті принципів.

1. Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

Принцип законності.

Законність як явище є одним з важливих елементів демократії та правової держави.

Під *законністю* слід розуміти, з одного боку, вимогу законодавчого закріплення компетенції владних структур, ухвалення рішень у межах компетенції та на підставі закону, а з іншого – принцип поведінки осіб, тобто реальна можливість здійснення суб'єктом права наданих йому прав за умови неухильного виконання покладених на нього обов'язків, і разом з тим можливість оскарження порушених прав та ефективної відповідальності за порушення прав інших або невиконання обов'язків.

Змістом законності є верховенство закону, рівність суб'єктів права перед законом, нормативне обґрунтування правових рішень, єдність розуміння і застосування права.

У сфері відносин, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, *законність* представляє собою, з одного боку, обов'язковість законодавчої регламентації компетенції державних органів, як носіїв державної влади, діяльність яких пов'язана з регулюванням виробництва, розповсюдження та споживання реклами, а з іншого – законодавче закріплення прав суб'єктів відносин у сфері реклами та можливість їх реалізації за умови дотримання законодавчо визначених обов'язків, законодавче закріплення механізмів оскарження і відновлення порушених прав зазначених суб'єктів, а також відповідальності за таке порушення.

Міжнародним кодексом рекламної практики виділено аналог зазначеного принципу по відношенню саме до виробництва і розповсюдження реклами – *принцип юридичної бездоганності*.

Принцип точності.

Точність – відсутність перебільшень і недомовок, за рахунок яких рекламодавцям чи розповсюджувачам реклами вдавалося б створити у споживачів реклами враження, що рекламовані особа чи товар наділені позитивними рисами чи ознаками, в той час як насправді такі риси/ознаки у них відсутні, або ж що об'єкт реклами не містить негативних рис/ознак, в той час як такі риси/ознаки йому притаманні. Крім того, точність щодо дотримання вимог до порядку і способу виготовлення та розповсюдження реклами є обов'язковою умовою реалізації принципу законності у рекламі. Точність є необхідною умовою для отримання споживачем реклами належної і повної інформації про риси чи властивості особи чи товару, що рекламується, зокрема, про ціну, місце час виробництва, тривалість зниження цін чи проведення рекламних акцій тощо.

Принцип достовірності.

Під *достовірністю* слід розуміти відповідність рекламної інформації в цілому та окремих її елементів дійсним фактам, а саме: характеристикам товарів (причому як позитивним, так і негативним), їх призначенню, походженню тощо.

Принцип використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

Цей принцип є спеціальним принципом, який стосується саме форм рекламної інформації та рекламних засобів, тобто засобів донесення рекламної інформації до споживачів реклами.

Шкода, яка може завдатись споживачам реклами, поділяється на фізичну, моральну та матеріальну.

Завдання рекламою будь-якого різновиду шкоди споживачеві такої реклами полягає у тих чи інших негативних наслідках, які настали для особи безпосередньо в зв'язку із виробництвом чи розповсюдженням рекламної інформації.

Завдання споживачам реклами *фізичної шкоди* формами чи засобами реклами може мати місце у випадках застосування небезпечних для життя чи здоров'я фізичних осіб – споживачів реклами засобів та технологій, причому як тих, що безпосередньо заборонені законом, так і тих, що можуть створювати заг-

розу щодо завдання такої шкоди особам (зокрема, небезпечних носіїв реклами, технологій що впливають на психічне здоров'я осіб тощо).

Завдання **моральної шкоди** може полягати у вміщенні в рекламу інформації, що має шокуючий характер, якщо її вміщення може призвести до моральних страждань особи, інформації, що містить образи, інформацію або зображення, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності, інформації, що принижує честь чи гідність певних осіб, а також розкриває конфіденційну інформацію про особу, її приватне життя тощо.

Завдання **матеріальної шкоди** рекламною інформацією може бути спричинено, зокрема:

а) вміщенням недостовірної інформації про інших осіб, що підриває їх ділову репутацію, призводить до зниження попиту на таких осіб чи товари, що виробляються чи розповсюджуються такими особами;

б) вміщенням неправдивої чи недостовірної інформації, що може призвести до матеріальних витрат осіб, які не були б здійснені у випадку, коли б рекламна інформація відповідала вимогам достовірності та точності.

Завдання **матеріальної шкоди** рекламними засобами може мати місце у випадках, коли розміщення чи розповсюдження реклами за допомогою таких рекламних засобів наносить матеріальну шкоду іншим особам.

Не може вважатись нанесенням матеріальної шкоди поширення рекламної інформації, що підвищує попит щодо особи, що рекламується чи товару рекламодавця і, в той же час, знижує попит щодо інших осіб чи товарів.

2. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.

Цей принцип включив у себе одразу два принципи, закріплені в Міжнародному кодексі рекламної практики, а саме принцип чесності та принцип правдивості. Крім того, цей принцип безпосередньо пов'язаний із принципом достовірності, закріпленим частиною першою ст. 7 Закону.

Принцип добросовісної конкуренції в рекламі.

Як вже зазначалося вище, принцип має економічне підґрунтя. Цей принцип реалізується за рахунок встановлення, розвитку та дотримання торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин.

Реклама, як один з важливих факторів здійснення підприємницької діяльності, що здійснюється в умовах ринку, має підкорятися основним вимогам функціонування ринкової економіки, зокрема, конкуренції.

В найпростішому розумінні дотримання принципу добросовісної конкуренції полягає в утриманні від дій, які законодавчо визначені як недобросовісні по відношенню до конкуренції. Законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено, що *недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності.*

Зазначеним Законом визначені види діяльності, що підпадають під ознаки **недобросовісної конкуренції в сфері реклами**, серед яких:

- а) неправомірне (без відповідного дозволу) використання чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, чужих рекламних матеріалів, упаковки товарів, що може призвести до змішування з діяльністю іншого господарюючого суб'єкта, який має пріоритет на їх використання;
- б) неправомірне порівняльна реклама.

3. Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

Нааявність даного принципу є необхідною в сучасному суспільстві. Проте втілення такого принципу має низку особливостей:

- 1) етичні, гуманістичні та моральні норми досить часто є оціночними категоріями і не мають формального відображення в нормативно-правових актах національного законодавства чи міжнародних правових актах, що унеможливорює єдине їх зас-

тосування, зокрема, щодо відносин у сфері реклами;

2) оцінка відповідності рекламної інформації етичним, гуманістичним, моральним нормам та правилам пристойності з метою дотримання чи непорушення таких норм і правил має здійснюватись певними визначеними суб'єктами (учасниками рекламного ринку, споживачами реклами, уповноваженими органами в межах компетенції).

Особливості реалізації цього принципу закріплюються нормами законодавства, зокрема, Законом України «Про захист суспільної моралі».

4. Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

Ще одним спеціальним рекламним принципом є принцип врахування особливої чутливості дітей, як потенційних споживачів рекламної інформації та незавдання останнім шкоди такої інформацією.

Законом України «Про охорону дитинства» визначено, що дитиною є *особа віком до 18 років (повноліття), якщо згідно з законом, застосовуваним до неї, вона не набуває прав повнолітньої раніше.*

Таким чином, статус дітей має переважна більшість осіб віком до 18 років.

Врахування особливої чутливості дітей має здійснюватись з метою незавдання останнім шкоди, зокрема, моральної, фізичної чи психічної шкоди.

Питання специфічних вимог до інформації (в тому числі рекламної), що розповсюджується засобами масової інформації і може споживатися, зокрема дітьми, регламентуються деякими міжнародними нормативними документами, ратифікованими Україною. Так, Конвенція про права дитини від 20 листопада 1989 року визначає, що Держави-учасниці (Конвенції) *сприяють розробці належних принципів захисту дитини від інформації і матеріалів, що завдають шкоди її благополуччю* (пункт е ст. 17 Конвенції).

Спеціальні вимоги щодо реклами, спрямованої переважно на дітей, вміщені законодавцем у статті 20 Закону.

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Як зробити професійну етику стрижнем журналістської освіти?

Наприкінці вересня 2010 року Комісія з журналістської етики провела науково-практичну конференцію «Журналістська етика – свобода та відповідальність». У заході взяли участь викладачі факультетів журналістики, які викладають курс «Журналістська етика», та журналісти-практики, котрі викладають спецкурси чи майстер-класи. Також до обговорення етичних проблем ЗМІ долучився старший радник Бюро Представника з питань свободи ЗМІ в ОБСЄ Олександр Болдирєв.

Володимир Різун, директор Інституту журналістики КНУ ім. Т.Шевченка: «Я не вірю в дисципліну «журналістська етика» в тій моделі навчального процесу, в якій вона сьогодні є».

За нинішньої системи підготовки медіа-спеціалістів я не бачу місця журналістській етиці як визначальній дисципліні для підготовки кадрів. Я не вірю в дисципліну «Журналістська етика» в тій моделі навчального процесу, в якій вона сьогодні є. Чому?

Система університетської освіти не тільки вищої, а й освіти на курсах, в редакціях, має когнітивну основу. В кращому випадку – споглядально-відтворювальну. При цьому на рівні знань або на рівні технології пропонуються професійні стандарти: правдиво відтворювати подію, бути чесним, справедливим, точним, давати достовірні факти і т.д. Проте в основі цих стандартів лежать морально-етичні засади поведінки журналіста як людини. Ці речі, в той же час, є визначальними професійними характеристиками журналіста. Це, можна сказати, основа основ...

Характеристики, властиві журналістові як людині, є для нього не більш ніж технологічними засобами, знаряддями праці, якими він свідомо користується. Насправді журналіст може бути брехуном, підступним, непорядним, нечесним і т. д., але він знає, як зробити матеріал, щоб він виглядав правди-

во. Навчання журналіста перетворюється у вивчення професійних стандартів, які мають морально-етичну основу, як засобів виготовлення якісного інформаційного продукту. Але знати – це не означає бути. І тут виникає вибухова для журналістики ситуація – конфлікт між особистісним у журналіста і вимогами професії. Що перемагає? Звісно ж, що особистісне, бо воно ближче до тіла, а дотримання вимог до професії дуже часто імітується.

Поки що людство не придумало, як вживлювати електроди правди, честі і справедливості. Поки що залишається дідівський спосіб формування морально-етичних засад поведінки через ВИХОВАННЯ. Іншого способу немає. Підготовка кадрів ні у нас, ні у світі не базується на вихованні особистості. Ось чому сьогодні я не вірю у високу місію журналістської етики як навчальної дисципліни, тому що для її впровадження немає відповідних умов. Що ж робити? Я бачу два кардинальних виходи з цієї ситуації.

Змінити навчальний процес у бік виховного процесу. Перейти від когнітивної основи навчання до поведінкової. Дати право школам журналістики користуватися морально-етичними категоріями не просто як характеристиками особистості, а як системою оцінювання цієї особистості. Образно кажучи, викладач має право і повинен оцінювати майбутнього журналіста не оцінками «добре», «відмінно», «задовільно», а наприклад – «більш правдиво», «менш правдиво», «брехливо» і т. д. Тобто школи журналістики повинні від суспільства мати індульгенцію на оперування морально-етичними категоріями не як цінними категоріями, а як шкалою оцінювання.

Який інший вихід? Я вірю в те, що може саме професійне середовище створити певні умови відбору кадрів, поставити таке сито – через яке пересіватимуться тільки ті, які відповідатимуть певним морально-етичним канонам. Створити в самій галузі репресивні, каральні умови з правової точки зору узаконені, коли брехати вголос буде страшно і неприємно, бо медіа-середовище викине такого «колегу». Чи може бути запроваджено таке у нас? Зараз, я вважаю, що в Україні не той

час, коли ми можемо говорити про те, що медіа-середовище може таким чином діяти.

Олександр Болдирєв, старший радник Бюро Представника з питань свободи ЗМІ в ОБСЄ: «Слово журналіста може бути використано як зброя»

Офіс Представника з питань свободи ЗМІ в ОБСЄ – це єдина міждержавна організація, яка займається моніторингом свободи ЗМІ на просторі майже всієї Європи. У процесі цього моніторингу дуже часто ми стикаємося з різними конфліктними ситуаціями між владою і журналістами, які виникають через відсутність етики у діях журналістів і в діях влади у тому числі. Саме тому ми задалися питанням, наскільки це впливає. Виявляється, дуже сильно. Я одного разу бачив репортаж журналіста, це було в той час, коли в Беслані взяли в заручники школу, ситуація була дуже складна. Тележурналіст запитав одного з батьків: «Ваша дитина там знаходиться, що ви з цього приводу думаєте?». Мене це запитання просто шокувало. Таких прикладів, на жаль, дуже багато. Був випадок, про який ми робили відповідну доповідь для ОБСЄ, коли журналісти в Косово своїми необережними діями, своїми висловлюваннями фактично спровокували погром. Це жахливо. Журналіст повинен думати про те, що його слово означає, тому що це не тільки інформація, це може бути використано, якщо хочете, як зброя. Тому ці питання насправді дуже важливі.

Михайло Батіг, член Комісії з журналістської етики: «Не можна виростити здорову журналістику у хворому суспільстві»

Українська журналістика залишається хворою. Як на мене, критична точка цієї хвороби вже подолана, але для того, щоб процес одужання відбувався швидше, щоб виростала справді месіанська журналістика, яка лікує суспільство, ставить діагнози, підказує способи вирішення проблем, які переживає суспільство, мусять бути більш скоординовані зусилля журналістського загалу, владних мужів, а також тих людей, які готують журналістів. Нинішній навчальний процес побудований так, що журналістська етика, на жаль, стоїть збоку. Мене дивує, чому зараз на одному факультеті вчать і піару, і рекла-

ми, й журналістики. Якщо це справді така життєва потреба, то я б між цими відділеннями побудував якусь китайську стіну, щоб студенти не перетиналися одні з одними.

Я чудово розумію, що не можна виростити здорову журналістику у хворому суспільстві. Але якщо у лікарні всі хворі, то було б добре, щоб першими оздоровилися самі лікарі, у нашому випадку це викладачі.

Коли на святкуванні 50-річчя факультету журналістики у Львові мене запитали, яким я бачу майбутнє свого рідного факультету і що потрібно робити, щоб воно було успішним, я відповів, що найкраще буде тоді, коли факультет журналістики інтенсивними темпами буде проходити євроінтеграцію. Наша держава, наше суспільство, наша країна євроінтегруються, ми йдемо до Європи, вчимося європейських цивілізованих стандартів соціальної поведінки, бізнесу, освіти, діяльності медіа. Було б чудово, якби факультет у цьому плані рухався трохи швидше, ніж рухається українське суспільство в цілому. Рухаймося до того, що складає абсолютно нормальну журналістську практику на Заході: коли журналіст не продається, не бере хабарів від тих, про кого він пише, перевіряє і вдруже, і втретє отриману інформацію, обов'язково вислуховує аргументи іншої сторони.

Леонід Капелюшний, член Комісії з журналістської етики: «Українська журналістика важко хворіє через ослаблений імунітет»

Етика і солідарність – це імунна система будь-якої професії. І як люди чесні та відповідальні, ми маємо сьогодні визнати, що українська журналістика важко хворіє якраз через ослаблений імунітет. Для факультетів журналістики цей курс має бути не просвітницьким чи фаховим другого плану. Якщо ми справді хочемо зберегти журналістику як інструмент формування громадянського суспільства, то він має набути значення жорсткої вакцинації. Уявімо, що ми направляємо не випускників журфаків у медійний простір, а новоспечений медперсонал в епідемію чуми або на острівний лептоспозій. І від того, як нам вдалося щеплення, залежить – виживуть вони чи ні.

Лікуватимуть чи лікуватимуться.

Я належу до тих, хто заперечує стерильну об'єктивність у журналістиці. Журналістика може бути і аж надто пристрасною, але не підлабузницькою, не замовною. Точка зору і мотивація твого запеклого опонента чи навіть ворога і неприємеля обов'язково має бути представлена у публікації чи передачі.

Світлана Кабачинська, член Комісії з журналістської етики: «Курс журналістської етики – це своєрідна вакцинація»

Якщо журналіст прийде працювати в якусь газету чи на телебачення, не маючи при цьому ще жодного досвіду, і потрапить в атмосферу, яка зараз панує в багатьох ЗМІ, коли нормальна журналістика фактично підмінюється «джинсою», то де в нього з'являться оті критерії? В нього просто з'явиться бажання працювати так, як працюють старші колеги, і заробляти гроші. Критерії якраз повинен давати факультет чи інститут журналістики, люди, яким студенти вірять з першого курсу. Я глибоко переконана, що студенти найперше повинні вчитися, а не працювати, а курс журналістської етики повинен бути наскрізним, в інших дисциплінах повинні бути присутні оті параметри, опорні точки, які стосуються саме етичних принципів. Факультет чи інститут повинен дати журналісту поняття, що таке добре, а що погано у журналістиці. Курс журналістської етики – це своєрідна вакцинація, яка допомагає журналісту, який щойно прийшов у редакцію, зробити вибір чи робити мені так як всі, чи ж бути іншим. Журналіст повинен прагнути до тих ідеальних опор, які дає навчання.

Валерій Іванов, професор Інституту журналістики КНУ ім. Т.Шевченка: «Є сьогодні тільки один критерій у журналістиці – долар»

Є дуже велика проблема у тому, як буде поєднуватися теорія з практикою. Я зараз згадав слова Анатолія Москаленка, який казав, що «ми ж вчимо студентів бути моральними, ми вчимо, як працювати згідно зі стандартами». А потім вони приходять у редакцію, а там їм кажуть, що треба заробляти, і вони знають, що є тільки один критерій – долар. І вони на-

магаються до того долара тягнутися. Куди правду діти, але ми знаємо, що коли наші студенти йдуть на практику, то часто навіть перший матеріал вже може мати замовний характер, оскільки їм кажуть відписати якусь конференцію, бо за неї заплатили. Тоді у свідомості студента виробляється таке, що одна справа те, що вчать в університеті, а інша – що є насправді.

Українська журналістика зараз дуже неетична. Інколи скарги, які розглядає Комісія з журналістської етики, мають просто ганебний для журналістів характер, бо в гонитві за долларом журналісти забувають про суспільну відповідальність.

Олег Пасічник, Вінницький педагогічний інститут: «Журналіст не повинен мати розумні очі і закритий рот»

Творчість гарно розквітає тоді, коли має під собою базу, образ і хорошого автора. Ми мусимо виховувати молодих журналістів з першого курсу, щоб вони були інтелігентними, тактовними, моральними, ввічливими. Дуже гарно говорив Коцюбинський: «Головне не чин, а начинка». Якщо у журналіста є прекрасна начинка змістова, моральна, професійна, він ніколи не допустить себе до чогось іншого. Тільки моральний тип мислення спроможний створити фахову журналістику.

Як любив говорити Москаленко, «писар пише, писар маже, все напише, що пан скаже». Якщо все робитиметься так, як пан скаже, коли журналісти матимуть роль блазня, догоджатимуть тим, хто платить гроші, або ж мовчатимуть, маючи при цьому гостру інформацію, то толку в журналістиці не буде. Журналіст не повинен мати розумні очі і закритий рот.

• Я Б ТАК ВДРУГЕ НЕ ВЧИНИВ...

Текіла – напій «небезпечний»

Уніанівський період у моїй журналістській біографії (1993-2002) донині залишається особливо пам'ятним. Створення на початку 90-х, як мовиться, майже «з нуля» на базі колишнього союзного АПН нового, українського, незалежного інформагентства було справою не з простих. Напевно, саме тому з особли-

вою теплотою згадуються і події тих років, і колеги, з якими довелося працювати разом. Професійну школу УНІАНу, школу якісної репортерської і аналітичної журналістики проходили сотні журналістів, які нині успішно працюють у різних медіа – українських і зарубіжних. А разом з ними вчилися працювати за професійними стандартами і їхні керівники – головний редактор Володимир Рубан (згодом - Світлана Дорош, а далі - Олександр Харченко) і перший генеральний директор – ваш покірний слуга.

Училися не лише на зразках Рейтерз, Бі-Бі-Сі чи Асошіейтед Прес. Траплялось, уроки професійності і професійної «техніки безпеки» викристалізовувались з власних помилок і власного гіркого досвіду.

Ось один, трохи кумедний, але не вельми приємний спогад з тих часів, що досі слугує мені прикладом того, як часом абсолютно несподівано може «відгукнутись» необережне журналістське друковане слово, а у цьому випадку - фото.

Десь наприкінці 2001-го року у Києві з великою помпою відкривався новий нічний клуб. Для «розкрутки» закладу власники не пошкодували коштів – влаштували святковий феєрверк, запросили зірок столичного бомонду, газетярів, телебачення. Серед запрошених був і фотокореспондент УНІАН. Його фоторепортаж з відкриття клубу залюбки купили і опублікували кілька видань. А через тиждень до мене як до керівника УНІАН разом з адвокатом прийшов молодий київський підприємець – з вимогою відшкодувати моральну шкоду, завдану агентством, яке без його дозволу зробило фото, на якому він зображений.

А все тому, що серед «заманух», які вигадали організатори свята, була одна пов'язана з текілою. Якщо хтось з гостей клубу того вечора замовляв цей недешевий трунок, то закусити його він міг у дуже оригінальний спосіб (хто не знає - текілу, зазвичай, закусують присолоною скибкою лимону). Вродлива офіціантка, зовсім не переобтяжена одягом, подавала гостеві текілу, далі лягала перед ним на стіл і прилаштовувала собі на грудях дрібку солі і лимон. Гість випивав чарку, схилився над жіночими персами і губами та язиком підбирав закуску. Зрозуміло, така

«реклама» текіли сподобалася багатьом чоловікам, таким чином, її замовляли раз-по-раз.

Власне, одна з фотографій, зроблених кореспондентом, якраз і зафіксувала цей епізод. Над оголеною дівчиною схилився якийсь молодик, який уже випив і тепер закушує, а поруч з ним, на передньому плані, задоволене обличчя його товариша, готового і випити, і «закусити».

Фотографія у столичному глянцевому журналі за законом Мерфі потрапила на очі ... тещі і дружині цього чоловіка. І, зрозуміло, спричинила гострий і затяжний сімейний конфлікт.

...Сидимо за столом зі скаржником та його адвокатом, розмова починається на підвищених тонах. Я спокійний, бо маю чим «відбиватися» від погроз про судовий позов і від вимог щодо грошової компенсації. Адже наш фотокор – був офіційно акредитований на цей захід, впродовж вечора ведучий неодноразово оголошував, що в залі присутні представники преси і телебачення. Відкритий клубний вечір – такий самий захід, як вистава у театрі чи футбольний матч на стадіоні. Які тоді претензії? Треба було самому подбати про своє інкогніто і не «світитися» перед журналістами. А дружині краще говорити правду, а не видавати вечірні «термінові наради».

Адвокат, здається, вже розуміє, що суду УНІАН не боїться, тож говорити про гроші - марна річ. Прощаємось прохолодно, в офіційному режимі. А потерпілий молодий чоловік безпорадно шукає гудзика на плащі і вкотре перепитує мене: «Як мені з дружиною помириться? У нас дитина, а вона на розлучення заяву написала...».

Непрохані гості пішли ні з чим, а я ще довго роздивлявся те нещасне фото, що наробило біди у молодому подружжі. А може не тільки цей легковажний молодик «сам у всьому винен»? Може і наш фотокор, і більд-редактор мали б відчути достатньо очевидну «компроматну силу» знімка і спрогнозувати ймовірні наслідки публікації? І тоді, можливо, обличчя основних фігурантів були б розмиті чи затінені у фотошопі, перш ніж потрапити на сторінки журналу. Адже йдеться не про публічну особу, політика чи державного чиновника, які мають бути прозорими як скло

для суспільства. Мова про рядового громадянина і платника податків, звичайну людину, яка в демократичному суспільстві має конституційне право на приватність і невтручання в її особисте життя.

Шкода, коли наші журналістські стріли не влучають у ціль. А ще гірше, коли вони вражають тих, у кого ми й не цілились...

Михайло Батіг (Київ)



ЗАНЯТТЯ 11. ЕТИКА ПОЛІТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

- Вплив політичних чинників на журналіста і ЗМІ. Вибори. Участь журналіста у виборах. Висвітлення виборчого процесу. Роль журналістики у виборах.

• ЦИТАТА ДНЯ

Політики завжди прагнуть контролювати медіа. Вони контролюють їх настільки, наскільки це дозволяють журналісти й власники ЗМІ (Наталя Лігачова).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Не допускається таке вибіркоче цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту. Журналістські опитування громадян не повинні фабрикуватися з метою отримання наперед визначеного результату (п. 11).

Запитання для аналізу:

А. Яким чином може спотворитися зміст соціологічного дослідження при вибіркочому цитуванні? На які запитання треба відповісти журналісту при оприлюдненні соціологічних даних?

Б. Якими принципами слід керуватися журналісту при підготовці журналістських опитувань громадян?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Чи може брати участь у виборах журналіст? Якщо так, то в якій якості?

На яких принципах повинне базуватися якісне висвітлення виборчого процесу?

Які недоліки вітчизняної журналістики під час виборів помічали ви? Як ці явища піддаються корекції?

• ДІЛОВА ГРА «Формування Етичного кодексу редакції»

Студенти розділяються три групи – редакцію щоденної газети, редакцію розважального телеканалу та редакцію ділового журналу. Використовуючи міжнародні та національні стандарти журналістики, студенти готують Етичний кодекс редакції. По завершенні роботи відбувається презентація Кодексів та їхнє обговорення.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Проаналізуйте Закон України «Про вибори народних депу-

татів України» (або якийсь із законів на виборчу тематику на вибір). Виберіть і законспекуйте статті із Закону, які стосуються висвітлення виборів. Наскільки ці законодавчі положення кореспондуються з етичними нормами журналістики?

• ДОКУМЕНТ

Заява КЖЕ «Щодо висвітлення виборчого процесу»

Заява КЖЕ «Щодо розмежування статусів професійного журналіста і спостерігача»

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Яна Дубинянська. Журналістська етика: вічна чи поствиборна?

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Вибори, соціологічне дослідження, суспільне завдання журналіста, цензура

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Яким є вплив політичних чинників на журналіста і ЗМІ?

Якими етичними принципами слід керуватися журналісту при висвітленні виборчого процесу?

Якою є роль журналіста у виборах?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с. – С. 153-169, 170-183.

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с. – С. 143-175.
Дуцик Д. Політична журналістика. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 138 с.

Преса і влада: хроніка протистояння 2005. – К.: ІМІ, 2006. – 104 с.

Розкошній А.П. Демократія в журналістській творчості. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 112 с.

Харасті М. Положительные стороны саморегулирования СМИ // Путеводитель по саморегулированию СМИ: все вопросы и ответы / Под ред. А. Улен, Дж. Смита. ? Вена: [б.изд.], 2008. – С. 24-35.

• ДОКУМЕНТ

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо висвітлення виборчого процесу»

– Усвідомлюючи визначальну роль свободи слова для забезпечення свідомого і вільного голосування громадян; важливість чесних виборів та неупередженого їх висвітлення в ЗМІ для майбутнього України; необхідність захисту професії від можливої реанімації політичної цензури; відповідальність перед суспільством за надані журналістам права вільно збирати, обробляти та розповсюджувати інформацію;

– з впевненістю, що свобода преси дає громадськості одну з найкращих можливостей дізнатися про ідеї та позиції політичних лідерів і сформувані свій погляд на них та що свобода політичної дискусії лежить в самій основі концепції демократичного суспільства;

– будучи переконані, що обов'язком журналістів та засобів масової інформації є повідомлення інформації та ідей з усіх питань, що становлять громадський інтерес, та поважаючи право громадськості їх отримувати;

– пам'ятаючи, що партії і кандидати будуть намагатися вплинути на редакційні рішення під час виборчого процесу;

– підкреслюючи роль професійної етики та незалежності журналістської діяльності в подальшому розвитку засобів масової інформації;

– враховуючи, що положення діючого Закону України «Про вибори народних депутатів» встановлюють обмеження свободи слова, вільного вираження своїх поглядів і переконань, вільного поширення та отримання інформації, не передбачені Конституцією України та міжнародним законодавством;

– беручи до уваги, що відповідно до рішення Парламентської Асамблеї Ради Європи, членом якої є Україна, ряд норм Закону України «Про вибори народних депутатів України» вже визнані такими, що можуть призвести до порушень прав журналістів та ЗМІ;

– розцінюючи можливість зупинення дії ліцензії або випуску засобу масової інформації як загрозу цензури у формі перешкоджання тиражуванню або поширенню інформації з боку органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб,

Комісія з журналістської етики рекомендує журналістам, редакторам, власникам засобів масової інформації:

1. Керуватися у своїй щоденній професійній діяльності під час виборчого процесу Конституцією України і тільки тим законодавством, яке їй не суперечить. Безпосередньо застосовувати Конституцію України у випадку, якщо їй суперечить Закон України «Про вибори народних депутатів України». Реалізовувати свої права на свободу слова і преси, закріплені в Конституції України та міжнародному законодавстві, не порушувати права громадян на отримання інформації із ЗМІ.

2. До початку виборчої кампанії визначити редакційну політику, яка не повинна порушувати принципи інформаційної та журналістської діяльності, етичні принципи журналістики, редакційний статут, з метою захисту професійної незалежності, репутації та права журналіста дотримуватись етичних стандартів формувати редакційну політику за участю творчого колективу.

3. Рішуче відстоювати редакційну незалежність засобів масової інформації. Тільки журналісти та редактори можуть визначати інформаційне наповнення програм, керуючись міркуваннями інформаційної важливості, об'єктивності і різноманітності інформації, надаючи детальні повідомлення про політичні події основних партій.

4. Не використовувати свої ЗМІ для з'ясування стосунків з конкурентами чи журналістами, які мають інші погляди, або в спосіб, що не відповідає стандартам професійної етики.

5. Прискіпливо аналізувати в інтересах громадськості кожне слово і вчинок політика. Проводити відкриті дискусії з політичних питань. Організувати спеціальні програми чи прямі репортажі з місця події, навіть якщо може відбутися опосередкована агітація.

6. Запобігати тому, щоб кандидати використовували ЗМІ для

власної передвиборчої агітації поза угодами, проплаченими з виборчих фондів цих кандидатів.

7. Не надавати кандидатам, партіям будь-яку перевагу на виборах. Забезпечувати справедливе представництво партій під час проведення круглих столів, дебатів.

8. Дотримуватися професійних стандартів та солідарності з іншими журналістами.

Закликаємо журналістів, засоби масової інформації, журналістські об'єднання приєднуватися до нашої заяви.

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

Заява Комісії з журналістської етики «Щодо розмежування статусів професійного журналіста і спостерігача»

Професія журналіста передбачає права й обов'язки, свободи і відповідальність. На журналіста як творчого працівника, який професійно збирає, одержує і займається підготовкою інформації для ЗМІ, покладається обов'язок оперативного і точного інформування громадян про події, що відбуваються в державі і світі. Для задоволення права громадськості на інформацію журналісту гарантуються професійні права, а за перешкоджання його професійній діяльності встановлено кримінальну відповідальність. Особливо визначено професійний статус журналіста і виборчим законодавством України. Публічність і відкритість виборчого процесу визначені як головні його засади, для реалізації яких представникам засобів масової інформації гарантовано безперешкодний доступ на всі заходи, пов'язані з виборами.

У той же час, забезпечення прозорості виборчого процесу вимагає присутності офіційно зареєстрованих спостерігачів. Наразі виборче законодавство не передбачає можливості участі офіційних спостерігачів від неурядових організацій, що спонукає їх використовувати статус професійного журналіста.

Комісія звертає увагу колег та громадськості, що активісти громадських організацій та політичних партій, підприємці та будь-які інші зацікавлені особи, які не працюють у ЗМІ і на яких

не розповсюджуються встановлені законодавством права та обов'язки журналіста, не можуть видавати себе за журналістів. Журналісти виконують роль посередників у передачі інформації громадянам, у той час як спостерігачі, скоріше, самі є джерелом інформації. До того ж, перебування на виборчих дільницях великої кількості спостерігачів, зареєстрованих як журналісти, може перешкоджати роботі професійних журналістів, а отже, і обмежувати права громадян на отримання оперативної інформації.

Ми розуміємо, що метою спостерігачів є сприяння проведенню демократичних виборів в Україні. Однак вважаємо, що введення в оману громадськості є неприпустимим і дискредитує статус та професію журналіста.

Комісія звертається до:

– редакторів та керівників ЗМІ з проханням не видавати редакційні посвідчення професійного журналіста стороннім особам, які не є працівниками очолюваного ними засобу масової інформації;

– Верховної Ради України — з проханням підтримати законопроект, внесений народним депутатом України Василем Гаврилюком, яким пропонується надати статус офіційного спостерігача представникам громадських організацій (реєстраційний № 5706).

Голова Комісії з журналістської етики В. Мостовий

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Журналістська етика: вічна чи поствиборна?

14 квітня 2002 року в Києві пройшов з'їзд підписантів звернення «Журналісти — за чисті вибори»

Усе почалося 16 вересня 2001 року, коли на корпоративних слуханнях «Журналісти й вибори» близько ста працівників столичних і регіональних ЗМІ підписали звернення «Журналісти — за чисті вибори», що було нічим іншим як кодексом професійних етичних норм. Підписанти обрали Комісію з журналістської етики — корпоративний орган, слово якого у випадках порушення журналістської моралі мало б вагу. Не через репресивні

механізми — через гласність і втрату поваги колег. Комісію очолив головний редактор «ДТ» Володимир Мостовий; до її складу, обраного на півроку, увійшло дванадцять авторитетних журналістів із столичних і регіональних ЗМІ.

Півроку минуло. Власне, термін повноважень комісії сплив ще в середині березня. Але тоді, у самісінькому розпалі передвиборних перегонів, було б наївно сподіватися, що підписанти, котрих побільшало втричі, «усе облишать» і зберуться в столиці поговорити про етику. А тепер, коли все позаду (?), саме час підбити підсумки. Не тільки роботи комісії. Загалом — відносин між журналістами та їхньою професійною мораллю, більш ніж яскраво продемонстрованих за останні передвиборні місяці.

Проповідь цнотливості в будинку розпусти?

Виступаючи перед підписантами з звітом про зроблене, Володимир Мостовий був самокритичний: зроблено не вельми багато. Комісія відразу визначилася, що працюватиме з письмовими заявами, а таких на її адресу надходили одиниці. А заклик до журналістів і спільноти писати частіше відгонив би пропагандою сексотства. Були спроби скористатися комісією в міжкланових з'ясуваннях стосунків — на щастя, у корені припинені. А звинувачення в стилі Паніковського «а ти хто такий?» сипалися на неї з самого дня створення й особливо загострилися після нібито «прокурорської» заяви з приводу оприлюднення «плівок Понамарчука». І навіть саме слово «комісія» видавалося декому грізним, номенклатурним і претензійним.

А тим часом загін відчутно втрачав бійців. Пішли на вибори — у кандидати чи у передвиборні штаби — члени комісії Михайло Батіг, Микола Вересень, Михайло Дорошенко і Степан Курпіль. Завантажені основною роботою, жодного разу не з'являлися на засіданнях Лілія Буджурова, Світлана Дорош і Олександр Ткаченко, нечасто зазірав Ігор Лубченко. З ідейних міркувань вийшла зі складу комісії Наталя Лігачова.

«Не сприяв роботі комісії і сам період її діяльності, — сказав В.Мостовий. — Вибори, а точніше, реальні дивіденди від участі в передвиборних перегонах, штовхнули наших колег, як із центральних, так і з регіональних ЗМІ, на стежину війни, а то й

відкритого мародерства. Ясна річ, можна проповідувати цнотливість у будинку розпусти, але годі чекати від цього помітного ефекту.

Як було б зручно, якби етика була чимось на кшталт змінного взуття: походив у бруді, зняв і забув. Показово, що в регіонах, де побували члени комісії, до нас підходили колеги й в очі заявляли: я підпишу ваше звернення, але тільки після виборів. Цікаво: а на період майбутніх президентських призупините членство?

Вибори яскраво продемонстрували кризу довіри людей до мас-медіа: адже більшість електорату проголосувала не за тих, кого так затято піднімали на щит ЗМІ. Ми вже звикли, що в нас влада існує сама по собі, а народ — сам по собі. Під час виборів ми зіштовхнулися з іншим феноменом: дійсність — сама по собі, ЗМІ — самі по собі. Тож є всі підстави говорити про кризу журналістського професіоналізму й етичних принципів вітчизняної журналістики.

...Журналістам час усвідомити, що єдиний їхній капітал — незаплямоване ім'я професіонала. Не варто розмінювати його на крихти з панського столу».

Оптимізму мало, проте початок покладено. У безумовному плюсі: поїздки комісії регіонами України, створення мережі на місцях, триразове збільшення кількості підписантів. Проведено моніторинг преси перед виборами, результати якого наочно аргументують, чому журналістику називають другою найдавнішою професією. Чи можна спробувати щось змінити?

За словами представника української служби «Репортерів без кордонів» Леоніда Зверєва, Комісія з журналістської етики встигла спростувати два міфи про себе: що це «піар-проект пана Мостового» або ж інквізиторський орган цензури, створений під вибори. Справа рухається, нехай не семимильними кроками, але й не під укіс. У планах комісії — створення сильного виконавчого секретаріату, вихід на загал через ЗМІ й Інтернет-сайт, проведення виїзних семінарів. Варто, на думку В.Мостового, вести роботу зі студентами-журналістами, рівень викладання котрим професійної етики, принаймні в Києві, залишає бажати кращого.

Усе тільки починається. Про «кавалерійський наскок» у питаннях етики говорити несерйозно.

«Беззубий тигр» і волосся федерального канцлера

Приміром, Німецька рада з питань преси — Прессрат, заснована 1956 року, тільки до 1973 сформулювала свій кодекс під назвою «Публіцистичні принципи». Головні з них: правдиве та об'єктивне висвітлення подій; заборона збирати інформацію нечесним шляхом; захист прав особистості; стриманість у висвітленні злочинів.

Про історію та сучасну роботу Прессрату учасникам з'їзду розповів колишній голова Німецької спілки журналістів професор Зігфрід Вайшенберг. За його словами, хоч етика і не є панацеєю від усіх журналістських бід, нею неодмінно повинна займатися офіційна організація, одне з головних завдань якої — підтримувати безперервну дискусію про етичні проблеми.

У Прессрат входить 20 чоловік, які представляють чотири організації: Німецьку спілку журналістів, Промислову профспілку ЗМІ, Федеральну спілку німецьких видавців газет і Спілку видавців часописів. Із кожного конкретного питання збирається комітет із 10 чоловік. А звернутись у Раду преси з заявою може кожен. Прессрат розробив чотири форми «санкцій». Він може просто «звернути увагу», себто посварити пальчиком порушника професійних норм; може висловити «невдоволення» — це вже серйозніше; або ж винести «непублічну догану», а в найважчих випадках — «публічну». Останню ЗМІ-порушник зобов'язаний опублікувати, і краще самостійно — медіа-конкуренти зроблять це з куди більшою помпою та задоволенням.

Утім, слухати чи не слухати Прессрат — справа добровільна; ніяких реальних санкцій рада преси застосувати не може. За це її любовно називають «беззубим тигром». Але так чи інакше, до її думки прислухаються. А на початку вісімдесятих цей «тигр» настільки всіх дістав, що змушений був на три роки припинити існування. Але потім відродився, оскільки німецькі журналісти впевнені: така інституція потрібна.

Етичні проблеми ніколи не перестають бути актуальними — навіть у благополучній, ситій країні. Перед від'їздом у Київ

професор Вайшенберг направо і наліво давав коментарі стосовно позову федерального канцлера Шрьодера проти інформативності, яке написало, що він фарбує волосся, і цим вторглося в його особисте життя. «Я розумію, що українці з задоволенням перебрали б собі проблеми німців, — сказав З.Вайшенберг. — Але хоч якими були б проблеми, треба працювати над їхнім розв'язанням. Історія діяльності Ради з питань преси свідчить, що варто вести боротьбу за те, аби журналісти у своїй роботі не виходили за межі моралі».

Двадцять один

Утім, питання про політиків як про «публічних особистостей» виявилось досить актуальним і для українських журналістів: у цьому контексті навіть прозвучала пропозиція клопотати про скасування рішення Конституційного Суду, що забороняє збирати інформацію про приватних осіб. Багато дискутували й на інші болючі теми. Чи припустимо журналістам займатися політикою? Чому з багатьох наших колег, котрі балотувалися на різні рівні влади, лише одиниці перемогли на виборах? Чи можна говорити нині в Україні про незалежну журналістику загалом і яка залежність кабальніша: від держави чи від олігархічного капіталу? Наскільки ситуація в регіонах відрізняється від столичної? Чи вважати однозначно неприпустимими приховану рекламу й піар у журналістиці?

Усе це вилилося в дебати з приводу внесення змін в Етичний кодекс. Особливо бурхливо обговорювали пункт про одержання журналістом незаконної винагороди чи якихось пільг за матеріал. Звучала пропозиція зняти цей пункт: мовляв, регіональні ЗМІ тільки й живуть із хабарів за приховану рекламу. На жаль, — заперечували столичні журналісти, — у нас просто більше дають, і відмовлятися ще важче... А треба. Якщо ти серйозно вирішив сповідувати принципи професійної етики.

Кодекс також доповнили пункти про неприпустимість плагіату та обережність журналіста в роботі з інформацією про дітей і неповнолітніх. А запропоновану комісією заборону на «журналістські війни» підписанти визнали передчасною: мовляв, є в нас ще такі ЗМІ, з якими не розібратися мирним шляхом. Засум-

нівалися журналісти й у своїх повноваженнях поширити дію Кодексу на засновників і видавців мас-медіа.

Абсолютною більшістю голосів підписанти ухвалили, що Комісія з журналістської етики повинна стати юридичною особою з банківським рахунком і всіма необхідними реквізитами. Щоправда, поламали чимало списів на тему, як називатися майбутній юрособі (ох уже це страшне слово «комісія!»), які функції вона виконуватиме (лише етика — чи не занадто вузько?) і чи виступатиме від імені всього журналістського цеху чи тільки підписантів. Слизьким виявилось питання про квоти: в Україні немає, як у Німеччині, чотирьох сильних журналістських і видавничих структур. Є величезна, але консервативна НСЖУ і понад тридцять новаторських, але невеличких НЖО — кому з них надати право делегувати членів комісії? Зняття питання про квоти на користь індивідуального членства влаштувало, здається, всіх.

В остаточному результаті вирішили: Комісія з журналістської етики не змінюватиме назву, не стане «тридцять першою» громадською медіа-організацією, що претендує на функції та повноваження Співки журналістів. Вона залишиться собою і продовжуватиме розпочате — у більш широкому складі, до якого, втім, увійшли майже всі журналісти «першого скликання», включаючи голову — головного редактора «ДТ».

Тепер їх двадцять один: Зураб Аласанія (медіа-група «Об'єктив», Харків), Михайло Батіг (інформагентство УНІАН), Василь Бедзір (газета «Закарпатська правда», Ужгород), Лілія Буджурова (Асоціація незалежних журналістів Криму), Микола Вересень (незалежний журналіст), Михайло Дорошенко (газета «Україна молода»), Леонід Зверев (Інститут масової інформації, Одеса), Валерій Іванов (Академія української преси), Світлана Кабачинська (газета «Дзеркало тижня», Хмельницький), Валерій Калниш (ТРК «ТВ-5», Запоріжжя), Леонід Капелюшний («Літературна газета», Одеса), Андрій Капустін («Незалежна газета», Харків), Данило Кляхін (ТРК «Сатурн», Миколаїв), Тетяна Котюжинська (адвокат, Дніпропетровськ), Ігор Лубченко (голова НСЖУ), Володимир Мостовий (газета «Дзеркало тижня»), Олег Онисько (газета «Поступ», Львів), Олена Притула (Інтернет-

видання «Українська правда»), Сергій Рахманін (газета «Дзеркало тижня»), Микола Савельєв (газета «Незалежність», Львів), Ірина Чемерис (Інститут «Республіка»).

З виступів на з'їзді

Ігор Лубченко, голова НСЖУ:

– Комісія почала працювати і зробила серйозний крок у нашому суспільстві й журналістському середовищі. Я думаю, що вона повинна продовжувати роботу. Мені однаково, яку квоту одержить НСЖУ. У нас офіційно зареєстровано понад 30 громадських організацій, що захищають інтереси журналістів. У четвер починає роботу X з'їзд нашої Спілки, і я вже розіслав свою доповідь, в якій пропоную, щоб новообране керівництво НСЖУ звернулося до їхніх керівників із пропозицією створити постійно діючий «круглий стіл», де обговорювалися б принципові питання нашої професійної солідарності. Кожен об'єднується в ті організації, які для нього близькі, але є речі, спільні для всього журналістського цеху.

Михайло Батіг, директор інформгентства УНІАН:

– Я – один із тих членів комісії, котрі опинилися в непростій з морального погляду ситуації, оскільки були задіяні в передвиборчому процесі. Вважаю, нам є про що говорити стосовно досвіду, здобутого українською журналістикою на виборах-2002. Мені хотілося б поговорити про «Народну платформу» телеканалу «Інтер», про фільм «Піар», про «творчість» деяких Інтернет-видань тощо. Але відмежовувати журналістську мораль від моралі суспільства нерозумно й неправильно. Не може бути етичної журналістики в суспільстві, керованому неетичною владою.

Те, що створено таку комісію, видається мені дуже симптоматичним і своєчасним явищем. Нас випередили тільки депутати, створивши свою комісію з питань етики. Прийде час, коли з'явиться комісія бізнесової етики, етики державного чиновника. Ми з вами розвідники, така наша суспільна функція. Тож я підтримую діяльність Комісії з журналістської етики і вважаю, що вона повинна стати постійно діючим органом, який нагадував би владі, що вона повинна працювати в

невних етичних рамках.

Наталія Лігачова, редактор Інтернет-видання «Телекритика»:

– Як конфліктний член комісії, що в результаті вийшов із неї, хочу зробити одну принципову пропозицію, яка, на мій погляд, зніме ті складності, що існували в роботі комісії. Однією з головних наших помилок із вересня було те, що мимоволі, навіть самою назвою, ми взяли на себе право представляти всю журналістську спільноту країни. Гадаю, саме це дало багатьом щирим недругам комісії зброю проти неї. Давайте виступати тільки від імені тих, хто підписав звернення «Журналісти — за чисті вибори». Будь-який громадянин України може висловлювати свою точку зору з будь-якого питання, починаючи від змісту Конституції і до конкретного конфлікту між журналістами.

Країна чекала голосу нормальних, чесних журналістів із приводу дуже резонансних подій, що відбувалися під час передвиборчої кампанії. Вважаю, що комісія зробила б дуже багато, якби прийняла ряд принципових звернень не тільки стосовно оприлюднення плівок Понамарчуком, а й щодо фільму «Піар», щодо багатьох дій ЗМІ.

Андрій Капустін, «Незалежна газета», Харків:

– Я хочу навести маленький приклад із міста Харкова, яке я представляю. Чотири дні тому другою особою Харкова, секретарем міської ради було обрано бандита, колишнього наперстковика на прізвисько Гепа. Про це не сказав майже ніхто. Але це жах, коли в першій столиці України друга особа міста — злодій. Злиття криміналу та влади було продемонстровано з таким цинізмом і зухвалістю, що про яку журналістську етику й загалом журналістику можна говорити? Усім це байдуже, оскільки практично всі засоби масової інформації мають кляп. А потрібно кричати, адже до президентських виборів залишилося два роки.

Ми повинні звернутися до наших ЗМІ, щоб комісія стала трибуною по всій Україні. Інакше ми знову будемо збиратися між собою й перетворимо це на пустопорожні теревені. Мені втішно відчувати, що ми маємо змогу спілкуватися. Але наші

читачі та глядачі не можуть це почути. І якщо знайдуться ЗМІ, які підуть на це, буде доведено можливість існування в Україні і журналістської етики, і свободи слова, і всього іншого.

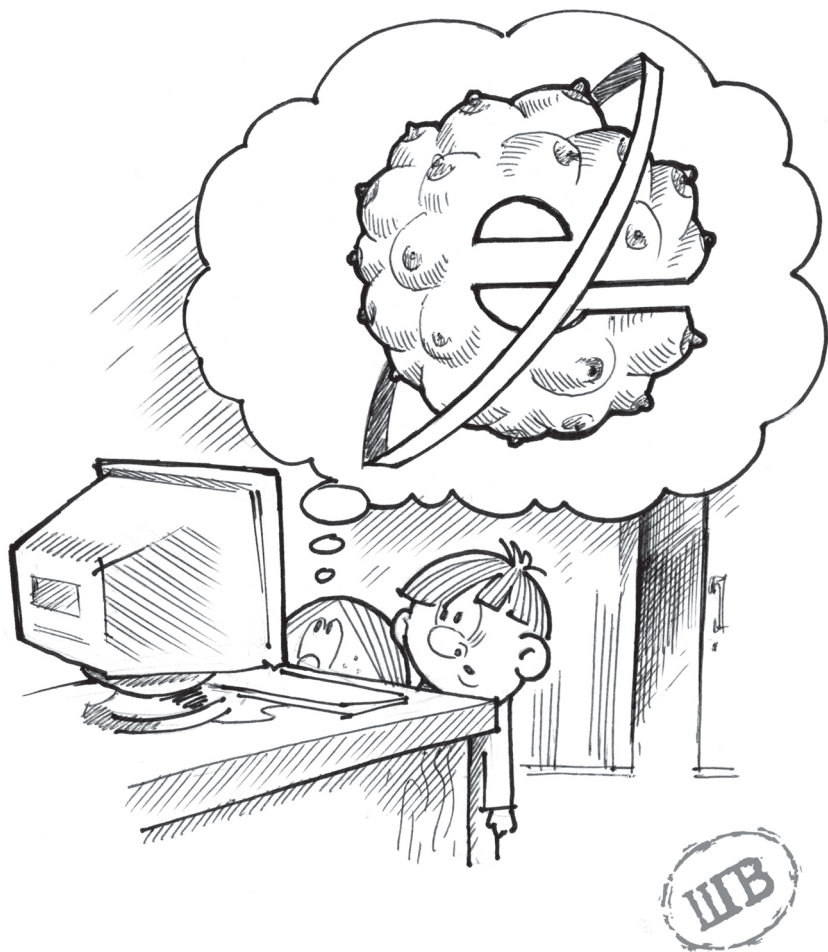
Валерій Іванов, професор, президент Академії української преси:

— Не треба боятися, що кричатимуть: а хто ви такі, чому судите інших? В усіх країнах є ЗМІ, що не дотримуються ніяких етичних норм. І журналістів «Більда», «Бліка» чи «Сан» іноді навіть шкода — бо коли вони втрачають роботу, їм важко влаштуватись у видання, що дотримується високих професійних і моральних стандартів.

Я не згоден із дискримінацією державних ЗМІ — мовляв, там немає чесних журналістів. Незалежних медіа в Україні немає в принципі. Залежність від грошей іноді ще більша, ніж від держави. Ми не можемо створити нормальні економічні відносини — їх доводиться чекати. Нормальні закони в нас уже є, інша річ, що вони не виконуються. І тут внесок Комісії з журналістської етики може бути дуже вагомим. Важливий момент — розробка механізму публікування рішень комісії: не лише на сайті, а й у ЗМІ. А головне — створення апарату. Без системної роботи ця чудова ідея просто помре.

Люди, котрі створили цю комісію, зробили дуже багато, і вони повинні продовжувати в ній працювати. Вважаю, що це одна з найвагоміших ініціатив у сучасній журналістиці.

Яна Дубинянська, «Дзеркало тижня»



ЗАНЯТТЯ 12. МЕРЕЖЕВА ЕТИКА

- Соціальні мережі, використання інформації з Інтернет-джерел. Етичні проблеми Інтернет-журналістики. Правові та моральні засади регулювання інформації в мережі Інтернет. Безпека в мережі. Етичні засади діяльності журналіста в мережових медіа.

• ЦИТАТА ДНЯ

Сидячи перед екраном і натискаючи на клавіші, людина може піднятися до висот людського генія, який перебуває десь на іншому кінці земної кулі, або опуститися на найнижчі щаблі деградації духу (Іван Павло II).

• ВИВЧАЄМО КОДЕКС

Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини (п. 3).

Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду (п. 4).

Затитання для аналізу:

А. Що таке приватне життя людини і чому воно вимагає від журналіста поваги?

Б. Чому етичні норми вимагають особливої уваги саме до прав звинувачених?

• СПОНУКАННЯ ДО ДИСКУСІЇ:

Які соціальні мережі ви використовуєте?

Якими мережевими сервісами може користуватися у своїй практичній діяльності журналіст?

Яким чином верифікувати інформацію, отриману з Інтернет-джерел? За якими ознаками можна зробити висновок про те, що дане джерело в мережі є надійним?

Чи потрібні етичні норми в мережі Інтернет? Якщо так, то чим вони відрізняються від етичних вимог до друкованої (аудіо-, відео-) інформації?

• ДІЛОВА ГРА «Засідання Комісії з журналістської етики»

З числа студентів завчасно обирають «скаржників» і «журналістів», які з допомогою викладача визначають (можливо, на основі публікацій у місцевій пресі) предмет скарги до Комісії. «Скаржники» готують текст Скарги (обов'язково у письмовому вигляді), «журналісти» – заперечення на цей текст (необов'язково у письмовій формі).

Під час гри відбувається розгляд скарг, підготовка проекту рішення, прийняття узгодженого рішення членами Комісії. Під час процедури розгляду скарг і винесення рішення бажано керуватися Статутом КЖЕ.

• ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ «Мій внесок в екологію Мережі»

Створіть і опублікуйте в мережі Інтернет (в соціальних мережах, у щоденникових сервісах тощо) блог на тему: «Журналістська етика: чого я не знав (знала) до цього і про що буду пам'ятати».

• ДОКУМЕНТ

Регламент спільноти професійних електронних медіа

• МАЙСТЕР-КЛАС

У записник журналіста

Роман Головенко. Хто регулюватиме Інтернет в Україні?

• ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ДИКТАНТ

Мережа соціальна, Інтернет, безпека в Мережі, повнота інформації

• ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

Що таке соціальні мережі?

Якими нормами регулюється інформація в Інтернет-просторі?

Назвіть основні принципи безпеки в мережі.

Якими є етичні засади діяльності журналіста в мережевих медіа?

• РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української преси, 2004. – 262 с. – С.245-249. – (розділ «Онлайн-етика»).

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – (Серия «Медиаобразование»). – С. 519-527.

- Кузнєцова О.Д. Журналістська етика. Онлайн-журналістика. <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/merezheva-etyka-zhurnalisticiv.html>.
- Мережі і мережні війни: Майбутнє терору, злочинності та бойових дій / За ред. Дж.Арквілли, Д.Ронфельдта; Пер. з англ. А.Щенка. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. – 350 с.
- Рендол Д. Універсальний журналіст / Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с. – С. 271-285 (розділ «Мережева журналістика»).
- Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с. – С.375-387 (розділ «Інтернет та етика»).
- Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с. - С.178-190.

• ДОКУМЕНТ

РЕГЛАМЕНТ СПІЛЬНОТИ ПРОФЕСІЙНИХ ЕЛЕКТРОННИХ МЕДІА

19 липня 2011 року оголошено про створення в Україні незалежного органу саморегулювання сфери Інтернету - Інформаційної ініціативи з питань захисту свободи слова. Учасники ініціативи зобов'язалися дотримуватися напроцьованих поколіннями журналістів етичних принципів, серед яких - збалансованість у висвітленні, чітке відокремлення експертних коментарів та інформації, що має ознаки реклами, від редакційних матеріалів, недопустимість фальсифікації документів, неприпустимість стимулювання дискримінації, неприпустимість плагіату, оприлюднення завідомо недостовірної інформації чи отримання хабара.

Водночас учасники ініціативи презентували Регламент спільноти професійних електронних медіа, в якому виписані професійні стандарти, засади та вимоги до електронних медіа, а також алгоритм розгляду скарг на контент. Зокрема, регламент врегульовуватиме питання авторського права в Інтернеті.

Регламент спільноти професійних електронних медіа

I. Загальні принципи та положення

1.1. Спільнота професійних електронних медіа України є добровільним об'єднанням професійних електронних медіа (без набуття статусу юридичної особи), які визнають Меморандум Інформаційної ініціативи, що утворена з метою здійснення незалежного саморегулювання галузі.

1.2. Метою добровільного об'єднання професійних електронних медіа є запровадження професійних стандартів журналістики в електронних медіа в Українському сегменті Інтернет та забезпечення їх виконання разом із дотриманням принципів редакційної політики.

1.3. Беручи до уваги європейські стандарти саморегулювання суспільних відносин, пов'язаних з контентом, розміщеним у мережі Інтернет, (зокрема Резолюцію про доповідь Комісії Європарламенту, опубліковану 19.05.97), добровільне об'єднання професійних електронних медіа, як творці та постачальники такого контенту, вирішили запровадити стандарти професійної етики в електронних медіа і забезпечувати їх дотримання, зокрема, шляхом залучення незалежного саморегулюючого органу - Інформаційної ініціативи для розгляду скарг на контент.

2. Професійні стандарти професійних електронних медіа

2.1. Професійні стандарти електронних медіа базуються на загальних професійних стандартах журналістики з урахуванням особливостей роботи медіа в мережі Інтернет. При підготовці інформаційних матеріалів, для розміщення на веб-сайті, редакції мають докласти всіх зусиль щодо їх відповідності наступним загальним професійним стандартам журналістики:

- а) достовірність;
- б) точність;
- в) повнота;
- г) баланс;
- д) відокремлення фактів від коментарів.

2.2. Частиною загальних професійних стандартів професійного електронного медіа є норми Етичного кодексу українського журналіста та Кодексу професійної етики українського журналіста.

2.3. Керуючись Конституцією, електронні медіа надають право користувачам веб-ресурсу розміщувати власний контент та інформують їх про Правила поведінки користувача на зазначеному веб-ресурсі електронного медіа, що є частиною Правил редакційної політики.

2.4. При посилянні в журналістському матеріалі на джерела, розміщені в мережі Інтернет, в самому ж матеріалі подається гіперпосилання на таке джерело (тобто посилання, що дає змогу читачеві одразу перейти на веб-сторінку, на якій розміщене відповідне повідомлення).

2.5. У разі копіювання електронним медіа матеріалу з веб-сайту іншого медіа-ресурсу, гіперпосилання на відповідну сторінку розміщується згідно із вимогами Правил редакційної політики відповідного джерела або безпосередньо під скопійованим матеріалом. Редакція електронного медіа докладає зусиль для виявлення джерела першого походження інформації.

2.6. Професійні електронні медіа у власному контенті та контенті, який розміщується користувачами веб-сайту, докладають зусиль, щоб не допустити розміщення контенту, забороненого законом. Редакція повинна мати технічні можливості для приймання та розгляду скарг від користувачів свого веб-ресурсу на заборонений законом контент.

3. Основні засади та вимоги до професійних електронних медіа

3.1. Учасниками Спільноти професійних електронних медіа є електронні медіа, які регулярно (з певною періодичністю) оновлюють власний веб-ресурс в мережі Інтернет.

3.3. Приєднання до Спільноти професійних електронних медіа відбувається шляхом заповнення заяви в електронній формі на веб-сайті Інституту Масової Інформації. Професійне електронне медіа зобов'язується у заяві вказати достовірну інформацію щодо власника доменного імені, яке використовується веб-сайтом електронного медіа, та телефон для зворотного зв'язку. Заява приймається за умови, якщо кандидат відповідає стандартам професійного електронного ме-

діа (див. розділ 2) та викладеним нижче умовам:

3.3.1. Професійне електронне медіа зобов'язується розробити, затвердити й розмістити на власному веб-сайті свої Правила редакційної політики з урахуванням професійних стандартів, що викладені у розділі 2 даного Регламенту, та Правила поведінки користувачів.

3.3.2. Професійне електронне медіа зобов'язується розмістити на головній сторінці свого веб-сайту достовірну контактну інформацію про засоби зворотного зв'язку, а саме електронну пошту (e-mail) та номер телефону чи факсу (за бажанням).

3.3.3. Вихід професійного електронного медіа із Спільноти професійних електронних медіа відбувається двома шляхами: 1) за власною заявою, яка подається до одного з учасників Інформаційної ініціативи; 2) у разі невідповідності вимогам до професійних електронних медіа, визначеним у розділах 2 та 3 даного Регламенту. Підставою для виключення є:

а) систематична діяльність учасника об'єднання всупереч стандартам професійного електронного медіа (після застосування м'якших санкцій, у тому числі публічного попередження);

б) діяння, спрямовані на дискредитацію принципів свободи слова, демократії, поваги до прав особи та недотримання вимог до професійних електронних медіа, викладених у розділі 2, 3 даного Регламенту.

Професійне електронне медіа, виключене зі Спільноти, не може повторно бути прийняти до нього впродовж року після його виключення.

4. Розгляд скарг на контент, розміщений на веб-сайті професійного електронного медіа

4.1. Спільнота професійних електронних медіа делегує функції незалежного арбітра на незалежний саморегулюючий орган - Інформаційну ініціативу - створений представниками медіа-інтернет-спільноти на строк до 1 року з моменту підписання Регламенту.

4.2. Інформаційна ініціатива розглядає наступні питання:

а) скарги на контент електронних медіа незалежно від участі

в Спільноті після їх відхилення виданням, контент на веб-сайті якого оскаржується;

б) суперечки між учасниками Спільноти професійних електронних медіа.

4.3. Рішення з питань, зазначених у попередньому підпункті, легітимні за наявності кворуму в дві третини або більше учасників Інформаційної ініціативи. Рішення приймаються більшістю, яка складає дві третини голосів учасників Інформаційної ініціативи. При голосуванні жоден з учасників Інформаційної ініціативи не має права утримуватися.

4.4. Інформаційна ініціатива за наслідками розгляду питання може:

а) визнати відсутність порушень професійних стандартів з боку електронного медіа;

б) встановити факт порушення професійних стандартів з боку електронного медіа й застосувати до нього одну з санкцій, передбачених пп. 4.6.

4.5. Рішення Інформаційної ініціативи розміщуються для вільного перегляду на веб-сайті Інформаційної ініціативи (www.inau.org.ua) та веб-сайтах всіх її учасників. Учасники Спільноти професійних електронних медіа оприлюднюють на власному веб-ресурсі для вільного перегляду відповідні рішення Інформаційної ініціативи, відображаючи повну та достовірну інформацію, у тому числі щодо виключення учасника Спільноти.

4.6. Заходи, що можуть бути застосовані Інформаційною ініціативою до електронного медіа:

а) публічне попередження - за одноразове незначне порушення професійних стандартів (викладені в розділах 2 і 3 даного Регламенту);

б) тимчасове призупинення участі в Спільноті професійних електронних медіа на три місяці - за одноразове грубе або систематичне порушення професійних стандартів (розділи 2 і 3 Регламенту);

в) виключення зі Спільноти професійних електронних медіа - за наявності підстав, передбачених п. 3.3.3.

• У ЗАПИСНИК ЖУРНАЛІСТА

Хто регулюватиме Інтернет в Україні?

Значення Інтернету в суспільних відносинах як майданчика для комунікації постійно зростає. Це загальносвітовий процес. Після WikiLeaks та подій в Африці й Азії, цілком зрозуміло, що Інет – це не просто засіб інформації та комунікації, він здатен стати суб'єктом глобальних політичних процесів. Звідси – посилена увага до мережі з боку політиків.

За дослідженнями компанії InMind, від осені минулого року кількість вітчизняних користувачів мережі сягала майже 13 мільйонів. Це також достатньо серйозна цифра як для України.

І якщо йдеться про важливу сферу суспільного життя, то очевидно, що переміщення врегульованих правом суспільних відносин у мережу спричинятиме поширення законодавчого регулювання і на Інтернет.

Наразі кількість правових норм стосовно регулювання власне мережі Інтернет є незначною. Дається взнаки глобальний характер мережі та нематеріальний характер потенційного предмета правового регулювання – інформації, яка в мережі може бути змінена, переміщена, поширена або знищена за кілька миттєвостей.

Але поки суспільство в країнах Заходу не бачить чи то необхідності, чи то практичної можливості регулювати Інтернет, держава, а фактично чиновницький апарат з правлячою елітою на Сході робить спроби потроху запровадити таке регулювання. Серйозний крок у цьому напрямі зробила Росія.

14 червня цього року президент РФ Дмитро Медведєв підписав федеральний закон «Про внесення змін в окремі законодавчі акти РФ у зв'язку з удосконаленням правового регулювання у сфері ЗМІ», який доповнює закон РФ «Про ЗМІ» 1991 року поняттям мережевого видання.

Таким чином запроваджується можливість зареєструвати Інтернет-видання як засобу масової інформації. Така реєстрація не є обов'язковою, але внаслідок реєстрації Інтернет-видання набуває прав і обов'язків ЗМІ.

Питання – наскільки такий статус буде потрібен російським мережевим журналістам? Чи означає це, що державні органи відтепер надаватимуть акредитацію журналістами лише з зареєстрованих Інтернет-видань?

Цікаво, що навесні уряд РФ оголосив тендер на державний грант щодо вивчення досвіду регулювання Інтернету в інших країнах. Перелік країн дуже цікавий – США, Британія, Франція, Китай, Канада, Білорусь і Казахстан.

Російський уряд готовий заплатити майже один мільйон рублів за дослідження, яке, відповідно до технічного завдання, має дати відповіді щодо кола інформації, за розміщення якої настає юридична відповідальність, з'ясувати, які дії в Інеті є правопорушенням, чи встановлено право блокування сайтів чи припинення доступу до них, чи закриваються в національному сегменті сайти, інформація на яких шкодить національним інтересам.

Фактично, таке дослідження може стати початковим етапом більш радикального регулювання в цій країні.

Ще один цікавий приклад: 16 травня цього року на тридцять шостому пленарному засіданні Міжпарламентської асамблеї країн-учасниць СНД було прийнято модельний закон «Про засади регулювання Інтернету».

Він не має обов'язкової сили, але призначений стати прикладом регулювання суспільних відносин щодо Інтернету в країнах СНД. Модельний закон можна було б визнати прогресивним (наприклад, він передбачає участь саморегулюючих організацій користувачів та операторів послуг мережі в розробці нормативно-правових актів, громадський контроль з їх боку за діяльністю держорганів), якби не кілька «але».

По-перше, в частині 2 статті 9 модельного закону передбачено уповноважений орган держави, що «представляє та захищає її інтереси у сфері Інтернету». Можна було б зрозуміти, якби тут йшлося про інтереси суспільства, а так виходить, що держава, як надбудова над суспільством, покликана його обслуговувати, має якісь свої відмінні інтереси?

Мабуть, ці «інтереси держави» дивним чином збігатимуться з інтересами правлячої політичної сили.

По-друге, ставиться під питання захист приватності користувачів мережі. В останній, 13-й, його статті сказано, що держава встановлює обов'язок операторів послуг Інтернету зберігати інформацію про користувачів та надані їм послуги не менше року та надавати ці дані на запит судових, правоохоронних органів.

Зважаючи на низький рівень правової культури в пострадянських країнах, справедливо буде припустити, що в разі зберігання подібної інформації про особу за певну плату неофіційно до неї можна буде отримати доступ і іншим суб'єктам, окрім судових і правоохоронних органів.

Треба визнати, що в мережі існують очевидні проблеми, пов'язані з відсутністю системного й всеохопного регулювання та єдиних підходів на міжнародному рівні: починаючи від розсилання спаму й закінчуючи новітніми видами шахрайств та поширенням дитячої порнографії.

Як це регулювати без шкоди для права на інформацію, свободи слова, міжнародна спільнота єдиної відповіді ще не має.

Окрім не зовсім демократичні держави пропонують достатньо радикальні підходи щодо обмеження Інтернету.

Досягти ефективного «фільтрування» контенту мережі важко без досягнення лояльності ключових надавачів доступу в мережу – операторів, які надають доступ дрібнішим операторам, а ті вже надають доступ безпосередньо кінцевим споживачам.

Це є «вузьким місцем», на якому держорганам технічно можна було б поставити фільтри для блокування доступу до певного контенту в мережі. Важливою тут є кількість цих самих ключових операторів мережі.

Як бачимо на прикладі електронних ЗМІ, українській владі вдалося досягти такої лояльності від більшості загальнонаціональних телеканалів, внаслідок чого спостерігаємо замовчування інформації з низки суспільно важливих тем при формальній відсутності державного органу з цензури та явних ознак системної координації інформаційної політики телеканалів ззовні чи поміж ними.

У радянській правовій науці правові норми однозначно трактувалися як продукт держави, тому прихильники державного регулювання Інтернету позиціонуватимуть державу як єдиного суб'єкта, спроможного навести лад у цій сфері.

Проте в Європі правові норми не розглядаються як продукт виключно держави, історичним прикладом цього є правовий звичай, як усталене правило поведінки в певній сфері, яке склалося без участі держави внаслідок багаторазового застосування.

На сучасному етапі створення певних норм для регулювання окремого виду суспільних відносин відбувається більш централізовано. Суб'єкти правовідносин у певній сфері об'єднуються, часто під загрозою запровадження несприятливого для них державного регулювання, в саморегулювній організації для вироблення власних правил поведінки у своїй сфері відносин та нагляду за їх дотриманням.

Імовірно, це єдиний спосіб реагування українських Інтернет-видань, який дасть можливість вибити козири з рук прихильників державного регулювання українського сегменту мережі.

Необхідно створити саморегулюючу організацію вітчизняних Інтернет-видань, яка запровадила б єдині стандарти професійної етики серед своїх учасників та наглядала б за їхнім дотриманням. Простіше кажучи, потрібна розробка й запровадження публічних правил редакційної політики в Інтернет-виданнях.

Такі правила могли б базуватися на типових засадах журналістської етики, кілька спроб прийняти які вже мали місце в Україні, але, на жаль, не привели до їх активного практичного застосування.

Звичайно, що правила редакційної політики Інтернет-видань мали б урахувати особливості роботи в мережі, зокрема, «зачистку» контенту користувачів від ксенофобських висловлювань, наявність ефективного зворотного зв'язку з редакцією Інтернет-видання та інше. Наявність правил редакційної політики, до речі, дозволить провести межу між професійними

журналістами та блогерами й іншими користувачами. В принципі зрозуміло, що метою перших є передусім повноцінне інформування своєї аудиторії. Других – передусім самовираження і донесення своїх думок загалом. Але такі акценти варто формалізувати.

*Роман Головенко,
Інститут масової інформації, «Українська правда»*

ДОВІДКОВИЙ РОЗДІЛ

МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ

НОРМАТИВИ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ДО ЗАНЯТТЯ 2

ПОВНОВАЖЕННЯ КОМІСІЇ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

Ці «Повноваження...», які є Статутом Комісії з журналістської етики, ухвалено на зборах журналістів 14 квітня 2002 року, введено в дію з моменту ухвалення і діють вони як рамковий документ, що визначає основи статусу існування Комісії. Положення Статуту щодо кількісного складу Комісії, періодичності з'їздів підписантів і зборів Комісії було змінено 24 квітня 2004 року та 19 листопада 2006 року на чергових з'їздах журналістів-підписантів Етичного кодексу українського журналіста.

I. Преамбула

Комісія є корпоративним інститутом громадянського суспільства, що розглядає конфліктні ситуації етичного та професійного характеру, які виникають у журналістському середовищі та між цим середовищем і громадськістю у зв'язку з виконанням журналістами свого професійного обов'язку.

II. Повноваження та сфера діяльності комісії

Комісія розглядає конфліктні ситуації етичного характеру як за зверненням журналіста, так і за зверненням інших фізичних та юридичних осіб, зацікавлених в етичній оцінці професійної діяльності конкретного журналіста, головного редактора, засновника або власника ЗМІ або державного органу, що має компетенцію у галузі масової інформації.

Комісія виносить рішення, спираючись на норми законодавства України, статтю 19 Декларації прав людини, статтю 10 Європейської Конвенції про захист прав людини і основних свобод, ст. 34 Конституції України тощо, застосовуючи до конкретних ситуацій згаданий вище Етичний кодекс українського журналіста.

Діяльність Комісії спрямована на досягнення таких цілей:

- формування культури професійної та чесної журналістики;
- становлення довіри до ЗМІ;
- зміцнення принципу свободи слова в Україні;
- встановлення конструктивного діалогу між учасниками конфлікту на умовах рівноправ'я сторін;
- усвідомлення широкими колами журналістів міжнародно визнаних правил поведінки та необхідності дотримуватися їх у щоденній діяльності;
- досягнення точної кваліфікації дій, що оскаржуються, і формулювання рішень, які застосовуватимуться у майбутньому як прецеденти.

III. Склад комісії

Комісія складається з 15 членів, яких обирають на з'їзді підписантів Етичного кодексу українського журналіста. До Комісії входять журналісти, які відомі суспільству своїми високими професійними принципами.

На своїх перших після з'їзду зборах Комісія обирає Голову.

Члени Комісії здійснюють свою діяльність на громадських засадах.

За кожним членом Комісії визнається право не брати участі у розгляді конфліктного випадку за умови існування обставин, що можуть поставити під сумнів його незаангажованість у конкретній справі.

За кожним членом Комісії зберігається право на добровільну відставку.

Комісія звітує про свою діяльність перед з'їздом не рідше одного разу на два роки.

Ротація членів Комісії або підтвердження повноважень дійсних членів відбувається на з'їзді підписантів Етичного кодексу українського журналіста не рідше одного разу на два роки.

IV. Функціонування комісії

IV-A. Збори Комісії

Розгляд справ та ухвалення рішень Комісії відбуваються на Зборах. Збори є повноважними, якщо на них присутні не менше

третини складу Комісії та Голова Комісії.

Комісія збирається не рідше одного разу на два місяці. Також Комісія збирається на позачергові збори за поданням члена Комісії або Секретаріату Комісії.

Збори готують Секретаріат і Голова Комісії. Усі члени Комісії отримують матеріали, винесені на розгляд зборів, не пізніше, ніж за тиждень до дати зборів (окрім випадків, коли звернення до Комісії надійшли пізніше, ніж за тиждень до проведення зборів і проведення позачергових зборів Комісії).

IV-Б. Робочі групи Комісії, їхні повноваження та сфера відповідальності

Комісія формує зі свого складу робочі групи, відповідальні за:

- Розгляд звернень до Комісії та підготовку рішень Комісії
- Здійснення зовнішньої діяльності Комісії, членство Комісії в міжнародних організаціях та участь у необхідних для Комісії заходах інших організацій (ініціатив)

- Здійснення політичної діяльності Комісії, а саме організацію роботи з розробки та лобювання прогресивного щодо ЗМІ законодавства та впливу на пов'язані зі ЗМІ конфліктні ситуації.

Склад робочих груп формується Комісією зі своїх членів. Перегляд складу робочих груп відбувається на кожних наступних зборах після кооптації до складу Комісії нових членів, тобто після з'їзду підписантів Етичного кодексу, або за поданням членів Комісії.

IV-В. Секретаріат Комісії

Секретаріат Комісії з журналістської етики формується Комісією та підпорядковується Голові Комісії. До функцій Секретаріату входить збір необхідної для роботи Комісії інформації, підготовка зборів і рішень Комісії, реалізація рішень Комісії. Склад Секретаріату і порядок функціонування цього органу визначається Комісією з огляду на обсяг фінансування.

V. Розгляд справ та ухвалення рішень комісії

Комісія розглядає заяви, подані на публікації у друкованих ЗМІ не пізніше одного року від дати публікації та заяви на теле-, радіопроеграми та публікації в інформаційних Інтернет-ви-

даннях, подані не пізніше 6 місяців від дати ефіру цих програм або опублікування матеріалу в інформаційному Інтернет-виданні.

Комісія ухвалює рішення у таких формах:

- Дружнє попередження – найм'якша форма рішення. Застосовується у випадках, коли Комісія розцінила порушення норм журналістської етики журналістом або органом ЗМІ, які стали об'єктом слухань Комісії, як ненавмисну помилку. Дружнє попередження не є обов'язковим для публікації, воно надсилається журналісту, керівнику ЗМІ та особі, яка звернулася із заявою.

- Заява Комісії – застосовується у випадках, коли дії журналіста чи ЗМІ розцінюються Комісією як такі, що порушили норми журналістської етики, порушили право громадськості на отримання правдивої інформації або загрожують іміджу українських ЗМІ. Заява Комісії надсилається журналістам, керівникам ЗМІ, які стали об'єктом слухань Комісії; особі, яка звернулася із заявою; керівним органам організацій – колективних членів Комісії; розповсюджується серед журналістів, які підписали Етичний кодекс. ЗМІ оприлюднюють або не оприлюднюють Заяву на власний розсуд.

- Заява у формі публічного осуду. Застосовується у випадках, коли дії журналістів або ЗМІ розцінюються Комісією як свідоме порушення норм журналістської етики і є абсолютно несумісними з поняттями професійної журналістики. Заява Комісії про публічний осуд розповсюджується якнайширше всіма доступними Комісії засобами. Комісія та Секретаріат докладають зусиль для того, щоб Заява про публічний осуд була оприлюднена якомога більшою кількістю ЗМІ.

Рішення ухвалюється шляхом голосування. У випадку рівного розподілу голосів голос Голови Комісії є вирішальним.

Комісія може ініціювати розгляд справи самостійно (за ініціативою члена(ів) Комісії або Секретаріату).

Комісія залучає до своєї діяльності юристів як консультантів.

При розгляді конфліктних ситуацій Комісія враховує кодекс професійної етики, які діють у даному редакційному колек-

тиві чи іншому об'єднанні журналістів.

Розгляд конфліктів у Комісії відбувається в обстановці гласності, якщо за вмотивованою вимогою однієї зі сторін Комісія не дійде висновку про необхідність проведення засідання в обстановці конфіденційності.

Комісія відмовляється від розгляду справи, якщо вважає її такою, що виходить поза межі компетенції Комісії або не відповідає цілям діяльності Комісії.

Комісія має право переглянути своє рішення.

Оприлюднення рішень Комісії у ЗМІ, насамперед у тих, щодо яких вони ухвалені, відповідає поняттю чесного висвітлення подій.

VI. Порядок звернення до комісії

Право на звернення до Комісії мають:

- кожен журналіст, який здійснює свою діяльність згідно із Законом України «Про засоби масової інформації» та визнає компетенцію Комісії;

- кожен громадянин, який вважає, що професійна діяльність конкретного журналіста суперечить основним принципам та загальноприйнятим етичним нормам журналістики;

- Комісія має право за власною ініціативою розпочати розгляд випадків про порушення професійних та етичних норм журналістики, якщо такі зафіксовано у процесі моніторингу ЗМІ.

Заява про розгляд конфліктної ситуації подається до Комісії у письмовій формі і розглядається у розумно стислий термін, необхідний для вивчення обставин конфлікту і запрошення зацікавлених осіб.

Звернення до Комісії має містити таку інформацію:

- Ім'я заявника або назву організації, що подає позов
- Назву ЗМІ, на який подається позов (ТБ / радіо / видання / Інтернет-сайт та назва органу)
- дату оприлюднення матеріалу, який не задовольняє пошукувача (дата публікації для друкованих та Інтернет ЗМІ, дата і час виходу в ефір програми для ТБ та радіо)
- Назву статті або програми, в яких міститься оскаржувана

інформація

- Відповідь на запитання: «Чи вплинув оскаржуваний матеріал особисто на Вас/Вашу організацію, і якщо так, то в який спосіб?» (маються на увазі випадки наклепу на особу/організацію, викривлення змісту інтерв'ю, неадекватне з точки зору заявника поводження з ним під час його участі в програмі, і т.п.)
- Пояснення заявника, якщо відповіддю на попереднє запитання було «ні»
- Примірник видання (повний)/ роздрукована версія Інтернет-публікації з вказаною [http-адресою](#) або касета із записом повної програми, в якій був розміщений оскаржуваний матеріал

VII. Фінансування комісії

Комісія фінансується з добровільних внесків журналістів і членів Комісії.

Комісія шукає гранти для забезпечення своєї діяльності в українських неурядових та міжнародних донорських організаціях.

Бюджет Комісії витрачається на забезпечення діяльності Комісії: організаційні витрати з проведення зборів Комісії та вивчення матеріалів; відрядження членів Комісії та Секретаріату, пов'язані з вивченням справ та популяризацією ідей Комісії; на діяльність Секретаріату Комісії.

Бюджет Комісії складається, виходячи з грошових надходжень, і затверджується Зборами Комісії, на яких присутні не менше 60% членів та представлені всі частини Комісії.

Комісія звітується про використання коштів перед з'їздом підписантів Етичного кодексу українського журналіста, тобто не рідше одного разу на два роки.

ДО ЗАНЯТТЯ 5

РЕДАКЦІЙНИЙ СТАТУТ ТЕЛЕКОМПАНІЇ

1. Загальні положення

1.1. Цей Редакційний статут (далі - Статут) містить вимоги до створення та поширення інформації.

1.2. Власники телеорганізації ТОВ «Поверхність Спорт-ТВ» (далі – «Телеорганізація») не мають права втручатися у творчу діяльність телерадіокомпанії в інший спосіб, ніж через внесення змін до цього Статуту.

1.3. Цей Статут згідно із Законом України «Про телебачення і радіомовлення» містить вимоги до створення та поширення інформації Телеорганізацією.

1.4. Цей Статут визначає:

– порядок створення, діяльності та повноваження Редакційної ради Телеорганізації (далі - Редакційна рада);

– основні права та обов'язки творчих працівників Телеорганізації. Творчий працівник Телеорганізації - особа, яка професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації, що розповсюджується Телеорганізацією;

– порядок створення, використання та поширення/розповсюдження інформації Телеорганізацією;

– порядок внесення змін та доповнень до Редакційного статуту.

1.5. Положення цього Статуту є обов'язковими для органів управління Телеорганізації, всіх працівників творчого колективу Телеорганізації та його власників.

2. Редакційна політика

2.1. Загальні засади

2.1.1. Редакційною політикою Телеорганізації є зведення базових принципів та норм, які регламентують професійну діяльність журналістів, а також взаємини власників, керівництва і творчого колективу телекомпанії.

2.1.2. Засади редакційної політики Телеорганізації визначені цим Статутом, їх публічно встановлюють власники телекомпанії

з урахуванням позиції колективу.

2.1.3. Будь-які зміни редакційної політики власники телекомпанії запроваджують публічно шляхом внесення змін до цього Статуту. Рішення про зміну редакційної політики, зокрема, і через зміну власників, повинно бути оприлюднене не менш ніж за місяць до внесення змін до цього Статуту.

2.2. Принципи редакційної політики

2.2.1. Журналісти Телеорганізації здійснюють свою професійну діяльність на основі Конституції України, чинного українського законодавства, ратифікованих Верховною Радою України міжнародних правових актів ООН, Ради Європи та інших, а також норм журналістської етики, які обумовлені цим Статутом.

2.2.2. Інформаційні програми Телеорганізації висвітлюють усі суспільно значущі події спортивної галузі в Україні та за її межами. Журналісти працюють в інтересах усього українського суспільства, не віддаючи переваги жодній політичній, соціальній, етнічній чи релігійній групі.

2.2.3. У своїй діяльності журналісти Телеорганізації спираються на принципи демократії, свободи слова, верховенства права, рівності всіх громадян перед законом, неприйняття будь-яких форм расової, релігійної та політичної дискримінації. Телеорганізація не розповсюджує інформацію, яка пропагує насильство, розпалює міжнаціональну ворожнечу, містить заклики до насильного повалення конституційного ладу.

2.2.4. Телеорганізація не допускає в інформаційних та інших телепрограмах систематичного цілеспрямованого безпідставного загострення уваги на війні, насильстві і жорстокості, розпалюванні расової, національної та релігійної ворожнечі або позитивного їхнього подання (трактування).

2.3. Телеорганізація не допускає:

2.3.1. поширення відомостей, що є державною таємницею, або іншої інформації, яка охороняється законом;

2.3.2. закликів до насильницької зміни конституційного ладу України;

2.3.3. закликів до розв'язування війни, агресивних дій або їхньої пропаганди;

2.3.4. необґрунтованого показу насильства;

2.3.5. пропаганди винятковості, зверхності або неповноцінності осіб за ознаками їхніх релігійних переконань, ідеології, належності до тієї чи іншої нації або раси, фізичного чи майнового стану, соціального походження;

2.3.6. трансляції програм або їхніх відеосюжетів, які можуть завдати шкоди фізичному, психічному чи моральному розвитку дітей та підлітків, якщо вони мають змогу їх дивитися;

2.3.7. розповсюдження і реклами порнографічних матеріалів та предметів;

2.3.8. пропаганди наркотичних засобів, психотропних речовин з будь-якою метою їхнього застосування;

2.3.9. поширення інформації, яка порушує законні права та інтереси фізичних і юридичних осіб, зачіпає честь і гідність особи;

2.3.10. здійснення інших вчинків, за якими передбачена кримінальна відповідальність.

2.4. Телеорганізація не використовує у програмах та передачах прихованих вставок, які впливають на підсвідомість людини та/або шкідливо впливають на стан її здоров'я.

2.5. Взаємна відповідальність

2.5.1. Власники Телеорганізації, покладаючись на професіоналізм журналістів, не втручаються безпосередньо у висвітлення подій спортивного світу, зокрема, не нав'язують і не забороняють висвітлення окремих тем. Відповідальність за зміст і тематичне наповнення інформаційного продукту телеканалу лежить на керівниках творчих підрозділів.

2.5.2. Власники Телеорганізації гарантують творчому колективу відсутність будь-яких форм цензури в межах чинного законодавства України. Спортивно-інформаційні програми Телеорганізації не можуть бути використані з метою прихованої комерційної та політичної реклами.

2.5.3. Власники і керівники Телеорганізації сприяють розвитку спортивно-інформаційного мовлення телекомпанії, збільшенню творчих можливостей колективу, вдосконаленню матеріально-технічної бази, створюють умови для професійного і кар'єрного зростання працівників.

2.5.4. Працівники Телеорганізації визнають право власників на ефективне управління комерційним підприємством і зобов'язуються підтримувати його своїми творчими зусиллями. Колектив сприяє веденню ефективного, стабільного телевізійного бізнесу, зміцненню авторитету телекомпанії, пропагуванню нею культурних та загальнолюдських цінностей.

2.5.5. Журналісти Телеорганізації у своїй професійній діяльності гарантують власникам дотримання визначених цим Статутом інформаційних стандартів та норм журналістської етики. Вони уникають дій, що можуть завдати шкоди репутації власників і телекомпанії. Журналісти зобов'язуються дотримуватися комерційної таємниці та не поширювати конфіденційну внутрішню виробничу інформацію, окрім випадків порушення власниками засад публічно проголошеної редакційної політики.

3. Інформаційні стандарти

3.1. Основними принципами інформаційних відносин Телеорганізації є:

3.1.1. гарантованість права на інформацію;

3.1.2. відкритість, доступність інформації та свобода її обміну;

3.1.3. об'єктивність, вірогідність інформації;

3.1.4. повнота і точність інформації;

3.1.5. законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

3.2. Принципи подання інформації Телеорганізацією:

3.2.1. Оперативність

Телеорганізація прагне повідомляти новини раніше від конкурентів. Будь-яка важлива інформація має готуватися до ефіру найближчого випуску спортивних новин у тій формі, яка можлива на той час. У наступних випусках ця інформація може бути розширена і доповнена.

3.2.2. Точність

У процесі збирання та створення інформації творчий працівник повинен віддавати перевагу першоджерелам та офіційним джерелам.

Журналісти зобов'язані повідомляти будь-які факти макси-

мально точно, не спотворюючи їхнього первинного змісту. Особливо це стосується імен, прізвиськ, власних назв, цифр, виняткових характеристик («вперше», «найбільше» тощо).

Повідомляючи про подію з чужих слів, журналіст має перевірити її щонайменше з двох незалежних джерел. Якщо неможливо, то про це слід повідомити глядачів.

Переклади прямої мови, що звучать в оригіналі іноземною мовою, повинні бути максимально дослівними, але з урахуванням норм літературної української мови.

За точність оприлюдненої інформації відповідає кореспондент. У разі виникнення сумнівів щодо точності він має повідомити про це керівника творчого підрозділу, який ухвалює остаточне рішення. Телеорганізація визнає підтверджені фактичні помилки та, наголошуючи на цьому, виправляє їх у найближчих випусках новин.

3.2.3. Достовірність

Творчий працівник зобов'язаний передавати лише вивірені факти, в достовірності яких він переконався; повинен завжди чітко посилатись на джерела своєї інформації. Журналіст завжди однозначно ідентифікує інформацію, отриману ним безпосередньо, від тієї, що надійшла з інших джерел.

Інформацію, яка надходить з інших ЗМІ (агентств, періодики, радіо, телебачення), Телеорганізація прагне перевірити або продублювати інформацією з власних джерел.

Журналіст персонально відповідає за достовірність оприлюдненої інформації. Автор кожного оригінального сюжету у випуску спортивних новин Телеорганізації однозначно ідентифікується титрами, представленням ведучим зі студії або журналістом у кадрі.

3.2.4. Збалансованість

Телеорганізація подає позиції усіх сторін відтворюваного конфлікту, різні міркування щодо суперечливого питання. Якщо думку однієї зі сторін не можна отримати одразу, вона обов'язково подається пізніше. У випадку, коли одна зі сторін відмовляється від коментарів, про це слід чітко повідомити, по можливості пояснивши причини відмови. Телеорганізація залишає

право стороні конфлікту повідомити свою позицію пізніше. Висловленню позицій сторін у кожному матеріалі, по можливості, необхідно надавати однаковий ефірний час.

Телеорганізація не допускає маніпулювання фактами (побудова хибного зв'язку причин і наслідків, замовчування ключових мотивів позиції однієї зі сторін), відеорядом (навмисне спотворення об'єктивної картини події за допомогою спеціальних прийомів знімання чи монтажу), емоціями (навмисне надання позиції однієї зі сторін більшого емоційного забарвлення).

3.2.5. Вичерпність

Будь-яка інформація в спортивних новинах Телеорганізації повинна обов'язково містити відповіді на такі запитання: що, де і коли сталося, за яких саме обставин, хто винуватець, учасник, спостерігач. При цьому, залежно від важливості події, бажано дати відповіді й на інші запитання, що можуть виникнути у глядача: яким чином досягнуто результатів, які наслідки тощо. Для вичерпності висвітлення спортивної події бажано надати передісторію, пояснити складні поняття і тези, вписати подію в широкий інформаційний контекст.

3.2.6. Доступність

У своїй роботі журналісти Телеорганізації послуговуються літературною українською мовою. Тексти повідомлень мають складатися з простих речень. Необхідно стежити за послідовністю викладу, уникати стилістичних і логічних нагромаджень. Кожна значуща теза повинна супроводжуватися відповідною аргументацією. Для полегшення сприйняття інформації в новинних сюжетах необхідно робити короткі смислові паузи (абзаци) між групами речень, що мають завершену думку. Паузи при цьому заповнюються смисловим інтершумом.

У повідомленнях новин Телеорганізації треба максимально уникати слів іншомовного походження, жаргонізмів, штампів і слів-паразитів. Фразеологізми й образні поняття можна використовувати як допоміжні стилістичні засоби. Абревіатури (крім загальноновживаних) слід розшифровувати під час першої згадки.

3.2.7. Інформація про особу

Творчі працівники мають виходити з того, що право на недо-

торканність приватного життя є одним з основних конституційних прав людини і може порушуватись тільки, коли його переважає значний суспільний інтерес. Суспільний інтерес слід розуміти не лише як бажання громадськості знати інформацію, але й з погляду цінності інформації для суспільства за умов демократії.

Творчий працівник зберігає в таємниці відомості про особу, яка передала інформацію або інші матеріали за умови нерозголошення її імені.

3.2.8. Інформація зі сценами насильства

Держава всіма можливими законними засобами не допускає в інформаційних та інших телепрограмах систематичного цілеспрямованого безпідставного загострення уваги на війні, насильстві й жорстокості, розпалюванні расової, національної та релігійної ворожнечі або позитивного їхнього подання (трактування), а також забезпечує ідеологічний і політичний плюралізм у сфері аудіовізуальних засобів масової інформації. Творчий працівник дотримується загальнодержавного спрямування у цьому питанні.

Творчий працівник має уникати необґрунтованого показу насильства.

3.2.9. Інформація про злочини

Журналіст не має права назвати особу злочинцем поки щодо неї не набрав чинності звинувачувальний вирок суду. Будь-які звинувачення у кримінальних злочинах можуть бути оприлюднені лише з посиланням на правоохоронні органи або конкретних осіб, які є однією зі сторін конфлікту чи судового процесу. Журналіст повинен докласти всіх зусиль, аби дізнатися про точку зору обвинуваченої особи, її адвокатів або інших уповноважених осіб.

Творчий працівник зобов'язаний пам'ятати, що Телерадіоорганізація не має права без письмової згоди батьків або осіб, що їх замінюють, розголошувати будь-яку інформацію, яка може сприяти ідентифікації особи неповнолітнього правопорушника.

Творчий працівник не повинен використовувати у відеосюжетах страшні сцени з місця злочину. Подаючи інформацію про

злочини, потрібно робити акцент передусім на суспільній небезпеці скоєного та на тому, як можна уникнути подібного.

Журналіст має право будувати власні версії подій у рамках журналістського розслідування, ґрунтуючись на неспростовних фактах. Водночас він зобов'язаний спростувати будь-яку інформацію, здатну дискредитувати особу, якщо така інформація не була підтверджена в майбутньому.

Журналіст не має права оприлюднювати особисті відомості про жертв злочинів (особливо про дітей та жертв сексуальних злочинів) без згоди цих людей чи уповноважених осіб. Винятком можуть бути лише випадки, коли інформація становить надзвичайний суспільний інтерес або жертва звинувачує конкретних осіб у злочині, не вдаючись до правового вирішення конфлікту. Таке рішення має бути схвалене на рівні керівництва Телеорганізації.

3.2.10. Конфіденційна інформація

Інформація, яка згідно із законодавством України є конфіденційною (інформація професійного, ділового, виробничого, банківського, комерційного та іншого характеру, якою володіють, користуються або розпоряджаються окремі фізичні чи юридичні особи), може бути оприлюднена тільки зі згоди власника такої інформації та відповідно до передбачених ним умов.

Телеорганізація не розголошує відомості, що становлять державну або іншу передбачену законодавством таємницю, а також відомості, що стосуються лікарської таємниці, грошових вкладів, прибутків від підприємницької діяльності, усиновлення (удочеріння), листування, телефонних розмов і телеграфних повідомлень, крім випадків, передбачених законом.

Журналісти Телеорганізації мають право не розкривати свої джерела інформації, якщо така інформація надана на умовах збереження конфіденційності її джерела. При цьому журналіст повинен з'ясувати мотиви відмови інформатора від оприлюднення відомостей про нього. Розголошення допускається на вимогу суду або лише за умови надзвичайних обставин, коли винятковий суспільний інтерес до цієї інформації перевищує необхідність зберегти конфіденційність джерела. Таке рішення має

бути ухвалене на рівні керівництва Телеорганізації.

3.2.11. Дотримання авторських та суміжних прав

В етичні принципи творчого працівника входить повага до інтелектуальної власності, зокрема недопустимість плагіату.

Використання у матеріалах творів та відео інших авторів, інших компаній здійснюється лише за згодою та на умовах, визначених авторами, й відповідно до законодавства.

Під час підготовки інтерв'ю з будь-якою особою та до моменту поширення такого інтерв'ю творчий працівник має отримати від цієї особи згоду на його оприлюднення, переробку в процесі підготовки інтерв'ю до телевізійної трансляції. Редакційна обробка матеріалів інтерв'ю, відповідність відеоряду і текстового супроводу тощо не повинні фальсифікувати зміст інтерв'ю.

3.2.12. Особливості поширення інформації про політичні партії та політиків під час виборчого процесу та поза його межами

Під час виборчих кампаній Телеорганізація працює в особливих умовах, що визначені відповідними нормами чинних законів «Про вибори народних депутатів України», «Про вибори Президента України», «Про вибори депутатів місцевих рад та сільських, селищних, міських голів». Журналісти у своїй роботі дотримуються усіх норм вітчизняного виборчого законодавства.

Головним орієнтиром діяльності Телеорганізації під час виборів є забезпечення права громадян на інформований, свідомий вибір. Разом з цим Телеорганізація зобов'язана також дбати про забезпечення прав кандидатів, партій або блоків, зокрема, й права на рівні можливості доступу до засобів масової інформації та права на відповідь.

4. Реклама та спонсорство

4.1. Рекламна діяльність Телеорганізації здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про рекламу».

4.2. Використання у рекламі об'єктів авторського права і/або суміжних прав здійснюється відповідно до вимог законодавства України про авторське право і суміжні права.

4.3. У телепередачах, які створені й проводяться за участю спонсорів, не наводиться жодна інформація рекламного харак-

теру про спонсора та/або його товари, крім інформації, дозволеної нормами чинного законодавства. Не можуть бути спонсорами особи, що виробляють чи розповсюджують товари, реклама яких заборонена законом, а також особи, що виробляють чи розповсюджують товари, виробництво та/або обіг яких заборонені законом. Програма, передача, підготовлена за підтримки спонсора, позначається за допомогою титрів чи дикторського тексту на її початку та/або наприкінці.

4.4. Телеорганізація не допускає прихованої реклами та одержання творчими працівниками Телеорганізації товарів і послуг безкоштовно або за пільговими цінами.

4.5. Поширення інформації або відмова від поширення інформації творчим працівником з метою отримання винагороди, іншої особистої вигоди чи преференцій для членів сім'ї і близьких, створення замовних матеріалів, участь у просуванні товарів чи послуг і в популяризації осіб у спосіб, що не охоплюється відповідними угодами, забороняється. Подібний вчинок призводить до оголошення догани або звільнення творчого працівника.

5. Права та обов'язки творчого колективу

5.1. Творчий колектив Товариства має право:

5.1.1. проводити Збори творчого колективу;

5.1.2. обирати зі свого складу осіб, які представлятимуть інтереси Телеорганізації з питань, що входять до компетенції творчого колективу перед третіми особами;

5.1.3. використовувати у своїй діяльності об'єкти права інтелектуальної власності відповідно до норм чинного законодавства України;

5.1.4. на отримання інформації, необхідної для здійснення своєї діяльності, від державних органів, підприємств, установ та організацій, незалежно від форм власності;

5.1.5. через своїх представників, членів Редакційної ради, вносити на розгляд Зборів Редакційної ради питання та вимагати їх розгляду;

5.1.6. відстоювати інтереси творчих працівників та здійснювати контроль за дотриманням їхніх прав, вимог щодо заборони

цензури і втручання у творчу діяльність Телеорганізації;

5.1.7. звертатися до Редакційної ради Телеорганізації з приводу порушень прав творчих працівників, вимог щодо заборони цензури і втручання у творчу діяльність Телеорганізації, порушень цього Статуту;

5.1.8. журналіст Телеорганізації має право відмовитися від виконання редакційного завдання, якщо воно суперечить засадам редакційної політики чи нормам журналістської етики, які обумовлені цим Статутом, або чинному законодавству. Про виникнення такої ситуації необхідно обов'язково повідомити керівництво Телеорганізації.

5.2. Творчий колектив зобов'язаний:

5.2.1. дотримуватися норм чинного законодавства України у сфері телерадіомовлення;

5.2.2. дотримуватися положень цього Статуту;

5.2.3. дотримуватись положень внутрішніх документів Телеорганізації;

5.2.4. дотримуватися наказів та розпоряджень керівних посадових осіб Телеорганізації;

5.2.5. сприяти Телеорганізації в здійсненні нею своєї діяльності;

5.2.6. не використовувати неперевірену на достовірність інформацію, інформацію, розповсюдження якої заборонено чи обмежено законодавством та/або локальними актами Телеорганізації.

5.2.7. журналіст не зобов'язаний дотримуватися принципів, не передбачених цим Статутом. Керівник творчого підрозділу не має права вимагати від журналіста виконання редакційних завдань, які суперечать цьому Статуту;

5.2.8. кожен творчий працівник Телеорганізації має бути ознайомлений із засадами редакційної політики, викладеними в цьому Статуті. Підписуючи трудову угоду з керівництвом телекомпанії, він бере на себе зобов'язання дотримуватися визначених цим Статутом інформаційних та фахових стандартів.

5.3. З метою врахування інтересів творчого колективу до Редакційної ради призначаються його представники, які обираються Зборами творчого колективу та діють в інтересах та від імені творчого колективу.

5.4. У Зборах творчого колективу мають право брати участь усі творчі працівники Телеорганізації, що перебувають у трудових відносинах з Телеорганізацією.

5.5. Збори творчого колективу обирають половину складу Редакційної ради. Рішення Зборів оформляється протоколом. На час проведення Зборів творчого колективу з його складу обирають Голову, котрий веде Збори, та секретаря, який оформляє протокол Зборів. Протокол оформляється в письмовій формі та підписується Головою і секретарем Зборів.

5.6. Про проведення Зборів творчого колективу його членів повідомляють через оголошення в приміщеннях Телеорганізації, за допомогою електронного повідомлення або особисто по каналах телефонного чи мобільного зв'язку із зазначенням часу та місця їхнього проведення та порядку денного. Повідомлення повинно бути зроблено не менш як за 14 днів до дня скликання Зборів творчого колективу із зазначенням часу та місця їхнього проведення та порядку денного.

5.7. Рішення приймаються шляхом відкритого голосування та вважаються прийнятими, якщо за них проголосувала проста більшість присутніх на Зборах. У випадку рівного розподілу голосів голос Голови Зборів є вирішальним.

5.8. Позаштатна робота

Журналісти Телеорганізації не можуть працювати в інших телерадіокомпаніях, окрім випадків, які погоджені з керівництвом Телеорганізації. Публікації в друкованих та Інтернет-ЗМІ дозволяються без обмежень та без попереднього узгодження, якщо вони не суперечать етичним принципам, які обумовлені цим Статутом. Водночас журналіст не може використати для публікації в іншому виданні ексклюзивну інформацію, добуту ним в межах Телеорганізації.

6. Порядок утворення, діяльності та повноваження Редакційної ради

6.1. Редакційна рада Телеорганізації є спеціальним колегіальним наглядовим органом Телеорганізації та входить до складу органів управління Телеорганізації.

6.2. На редакційну раду покладається:

6.2.1. контроль за дотриманням тележурналістами цього Статуту;

6.2.2. контроль за дотриманням прав тележурналістів, вимог щодо заборони цензури та вимог про невтручання у творчу діяльність Телеорганізації;

6.2.3. контроль за дотриманням вимог до розповсюдження конфіденційної інформації, інформації про насильство, злочини та іншої інформації, перевірка якої здійснюється відповідно до законодавства;

6.2.4. внесення на розгляд органів управління Телеорганізації питання про відсторонення від керівництва Телеорганізацією або її окремими підрозділами осіб, які порушували Редакційний статут та/або вимоги законодавства щодо прав членів творчого колективу, заборони цензури та втручання у творчу діяльність Телеорганізації.

6.2.5. призначення службового розслідування щодо порушень згідно з п. 6.2.4 цього Редакційного статуту та звільнення винних осіб відповідно до закону в разі підтвердження наявності зазначених порушень.

6.3. Склад та порядок утворення Редакційної ради

6.3.1. Редакційна рада складається з 4 (чотирьох) членів.

6.3.2. З метою врахування інтересів власників Телеорганізації до Редакційної ради загальними зборами засновників (учасників) Телеорганізації призначаються 2 (два) представники власників Телеорганізації. Такі представники діють в інтересах та від імені власників Телеорганізації.

6.3.3. Інші члени Редакційної ради обираються зборами Творчого колективу Телеорганізації. Членами Редакційної ради від творчого колективу можуть бути творчі працівники Телеорганізації, які перебувають у трудових відносинах з Телеорганізацією.

6.3.4. Члени Редакційної ради працюють на громадських засадах.

6.3.5. Кожен член Редакційної ради має право в будь-який час вийти зі складу Редакційної ради за власним бажанням з обов'язковим повідомленням про це Генерального директора Теле-

організації та Голову творчого колективу за 14 календарних днів до дати виходу.

6.3.6. У такому випадку загальні збори засновників (учасників) Телеорганізації та/або творчий колектив призначають нового члена Редакційної ради.

6.4. Порядок діяльності Редакційної ради

6.4.1. Основною формою діяльності Редакційної ради є збори Редакційної ради (далі – Збори).

6.4.2. Редакційна рада проводить чергові Збори не рідше одного разу на рік. За ініціативою простої більшості членів Редакційної ради проводяться позачергові Збори.

6.4.3. Збори Редакційної ради є повноважними, якщо у них бере участь більше половини членів від її складу, визначеного Редакційним статутом.

6.4.4. Про проведення Зборів члени Редакційної ради повідомляється письмово (шляхом надіслання рекомендованого листа, кур'єром або листом через електронну пошту) із зазначенням часу, місця проведення Зборів та порядку денного. Повідомлення повинно бути зроблено не менш як за 14 днів до дня проведення Зборів.

6.4.5. На час проведення Зборів зі складу присутніх обирають Голову, котрий веде Збори, та секретаря, який оформляє протокол Зборів. Протокол оформляється у письмовій формі та підписується Головою та секретарем Зборів.

6.4.6. Редакційна рада приймає рішення шляхом відкритого голосування простою більшістю голосів присутніх на Зборах членів Редакційної ради. У випадку рівного розподілу голосів голос Голови Зборів є вирішальним.

6.4.7. Рішення Редакційної ради доводяться до відома творчого колективу та є обов'язковими до виконання.

6.5. Члени Редакційної ради

6.5.1. Всі члени Редакційної ради обираються/призначаються строком на 3 (три) роки.

6.5.2. Повноваження Членів розпочинаються з моменту прийняття рішення про їхнє обрання зборами творчого колективу або прийняття рішення про їхнє призначення загальними зборами

засновників (учасників) Телеорганізації.

6.5.3. Повноваження члена Редакційної ради припиняються у разі:

- закінчення строку повноважень;
- звільнення члена Редакційної ради з Телеорганізації;
- добровільного складання членом Редакційної ради з себе повноважень;
- прийняття загальними зборами засновників (учасників) Телеорганізації або зборами творчого колективу рішення про відкликання члена Редакційної ради, який ними призначений.

7. Порядок внесення змін та доповнень до Редакційного статуту

7.1. Внесення змін та доповнень до цього Редакційного статуту здійснюються в письмовій формі та затверджуються Генеральним директором Телеорганізації.

7.2. Зміни можуть вноситися шляхом викладення Редакційного статуту в новій редакції або шляхом внесення до нього змін і доповнень.

7.3. Зміни набувають чинності з моменту затвердження їх Генеральним директором Телеорганізації.

8. Прикінцеві положення

8.1. Цей Редакційний статут набирає чинності з дня його затвердження Генеральним директором Телеорганізації.

8.2. Цей Редакційний статут, зміни та доповнення до нього оприлюднюються шляхом їхнього розміщення на Інтернет-сторінці Телеорганізації.

8.3. Копія Редакційного статуту, змін та доповнень до нього надсилаються Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення протягом семи днів з моменту їхнього затвердження.

Сім орієнтирів ТЕЛЕБАЧЕННЯ: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші

Документ, який опублікувала «Телекритика» - це рекомендації щодо виробництва новин, які нібито були поширені серед редакторів і журналістів інформаційної служби «1+1». Достеменно невідомо, хто є його автором. Документ подано із збереженням граматики та пунктуації першоджерела.

Наповнення ТСН здійснюється наступним чином

90 відсотків новин, що входять до випуску формуються за ознаками шести – «С» та одного – «Г».

Йдеться про **Скандали, Сенсації, Страх, Секс, Смерть, Сміх та Гроші**

Тобто майже усі новини, що наповнюють випуск і відповідно цікаві для глядачів ТСН мають вищезгадані ознаки.

Дуже ефективні журналістські розслідування, прихована камера.

Виняток деякі новини культури і мистецтва? – вони глядача мають розважати. (Тут важливо обирати дійсно цікаві самі події. І головне відповідно цікаво їх подати. Принцип інфотеймент або таблоїду).

Загалом у випуску мають бути різні сюжети, різні жанри, різна форма подачі того чи іншого матеріалу. Комбінація: Екшн-фільм, Емоція, Корисна, важлива інформація, Теленовина, Таблоїд, Інфотеймент.

ВИМОГИ ДО СЮЖЕТІВ

Кожен сюжет має обов'язковий стендап журналіста.

Стендапи: Якщо цьому сприяє тема, подія, місце з'йомки має бути обіграний.

Надзвичайна подія: журналіст демонструє присутність.

В деяких випадках журналіст-актор, перевтілюється.

Будь-який рух має бути виправданий. Звідки й куди йдеш і чому.

Сюжети короткі, виняток спец теми, розслідування.

Речення короткі, лаконічні. Мова проста, доступна зрозуміла

заголові (без діалектизмів, складних професійних термінів)

Синхрони героїв до 15 секунд (винятки, щось дуже важливе).

Високий темпоритм начитки, динамічний сюжет.

Без оціночних суджень.

Без мораліте, власних висновків.

Кожен сюжет міні кіно. Зрежисоване журналістом. Початок, затравка, кульмінація, розв'язка.

Тексти завжди відштовхуються від відео картинки. Відео на телебаченні головне. Текст – це доповнення до картинки, а не навпаки. Ми телебачення, а не газета. Максимальне використання Ноу - коментс

Все про що говорить журналіст має бути візуалізовано. Все, що не можна показати, не було можливості зняти, відображається завдяки графіці. Приклад: ДТП є відео наслідків автопригоди. Дизайнери малюють, як це могло статися. Кілька версій.

А цифри – не сприймаються на слух – їх треба писати на графіці.

Для посилення ефекту графіка супроводжується звуковими ефектами. Музикою, тощо. Яскрава мультяшна 3D графіка – завжди покращить сюжет.

Кожен сюжет є авторським та індивідуальним. Кожен журналіст зберігає свій власний стиль. Водночас, він працює в стилістиці новин ТСН.

В подачі політичних сюжетів - перевага інфотейменту – інформуючи розважай. Баланс. Об'єктивність. Якщо доцільно сатирично, іронічно.

Розслідування – прихована камера.

Соціалка, через людей, їхні емоції.

В деяких сюжетах головний герой сам кореспондент. Використання суб'єктивної камери. Камера знімає – веде самого журналіста.

Ексклюзивність: Синхронів тем.

Помічати і акцентуватись на деталях.

Радіопетлічка на журналістові та героєві.

Головний критерій – сюжет має бути яскравим та цікавим. Кожен раз журналіст має ставити себе на місце телеглядача.

Чи був би йому самому цікавий такий матеріал.

ТИП НОВИН-СЮЖЕТІВ

Інфотеймент.- Інформуючи розважай. Прийом можна використовувати в різноманітних темах.

Таблоїд.- Жовті теми, шоу-біз, політика, що усіх дістала.

Журналістські розслідування. Прихована камера, детективні серіали. Людям дуже подобається.

Життєві історії. Наркотик для глядача. Через емоції героїв. Сюжети, які викликають сміх та сльози глядачів. Міні-кіно.

Здоров'я, медицина. Теми, що завжди хвилюють усіх. Міні-кіно. Обов'язково - герой. Людська драма або навпаки дивовижне зцілення.

Злі новини. – Кримінал, трагедії, страх. Не смакуємо криваві відео епізоди. А піднімаємо проблематику. Чому так стається. Осоцілюємо. Герой – жертва, герой злочинець. Свідки. Хто винен – Держава. Змушуємо коментувати держдіячів. Якщо треба – прихована камера

Культура, мистецтво. Веселий таблоїд інфотеймент, розважальний, яскравий матеріал. Позитивні емоції.

Комбінація, інфотеймент, екшн.

СТИЛЬ ПОДАЧІ

Цікаві анонси, які заінтригують глядача. Короткі фрази. Влучні міні-синхрони до 5 секунд. Спеціальні записані для анонсів стендами (краще ігрові, ролеві, на фоні події). Глядач після анонсу не може переключити телевізор.

Ведучі: Перша фраза має бути влучною інтригуючою та водночас інформативною.

Перше слово головне – ЩО, ХТО? . вже потім ДЕ? Коли? Чому. В кожній наступній студії першою може бути коротка фраза - місток між новинами. Але якщо вона яскрава та цікава.

Кожна нова студія зачіпка для глядача. Вона має вражати, чіпляти за живе. Речення короткі. Тривалість студії не більше 25 сек.

Проста людська мова. Мова якою спілкуємося в повсякденному житті. Без штампів та офіціозу.

Журналісти: в сюжетах речення короткі. Прості речення легше читати. Додає темпоритм. Синхрони героїв короткі або суть або емоція. Для сюжету головне відео картинка. Репортер режисер свого сюжету. Думаємо картинкою. Максимальне використання ноу - коментів. Стендапи – підхід творчий. Рух якщо виправдано, коли розумієш куди йдеш і навіщо. Стендапи на фоні події, яка розгортається просто зараз. Біля місця куди не пустили. Адресні тощо. Акторство, перевтілення якщо це дійсно гарно. Залежить від особистого смаку журналіста.

ДО ЗАНЯТТЯ 6

ПРИНЦИПИ ПОВЕДІНКИ преси, радіо, телебачення та поліції для уникнення перешкод при виконанні завдань поліції та вільного поширення повідомлень (Німеччина)

Ухвалила Конференція міністрів внутрішніх справ 26 листопада 1993 року та Німецька пресова рада, асоціації видавців, газет і журналів, телекомпанії ARD, ZDF, Асоціація приватних теле- і радіокомпаній та телекомунікації, професійні об'єднання журналістів.

Основний Закон, закони про пресу федеральних земель, закони про радіо та телебачення і державні договори у цій сфері, кримінально-процесуальне право та законодавство про поліцію визначають права преси, радіо і телебачення (ЗМІ) та поліції.

До інформаційних завдань засобів масової інформації належить інформування громадськості про події, які викликають її інтерес, зокрема, великі заходи, нещасні випадки, демонстрації, акти насильства або сенсаційні кримінальні справи, на основі безпосередніх знань і спостереження цих подій. Засоби масової інформації на власну відповідальність вирішують, в якому обсязі та в якій формі вони подають повідомлення.

Завдання поліції полягає у відверненні загроз та переслідуванні злочинців. У полі напруги між діяльністю журналістів та поліції можуть виникати ситуації, коли одна зі сторін відчуває, що друга сторона їй заважає.

Подальші принципи мають допомогти засобам масової інформації та поліції у відповідних випадках завжди поводитись так, щоб по можливості було забезпечено безперешкодне виконання завдань кожною стороною.

1. Регулярні контакти між засобами масової інформації та поліцією створюють найкращі умови для уникнення непотрібних конфліктних ситуацій. При цьому кожна сторона повинна намагатись виробити розуміння роботи іншої сторони та виявляти його.

2. Саме у випадках, які привертають найбільшу увагу, необхідні

ділові, довірчі, відкриті та надійні взаємини сторін між собою.

3. Для засобів масової інформації та поліції корисно, що поліція через свої прес-служби та інформаційні пункти (можливо, й на місцях) встановлює та підтримує прямий контакт зі ЗМІ. Як засвідчує досвід, безпосереднє спілкування допомагає уникнути непорозумінь.

4. Навіть у складних ситуаціях поліція має інформувати засоби масової інформації на ранньому етапі, широко та зрозуміло, якщо цьому не суперечать вимоги права. Під час розслідування кримінальних справ поліція повинна враховувати повноваження прокуратури щодо керівництва та надання вказівок.

5. За нещасних випадків, катастроф і проявів найтяжчої злочинності засоби масової інформації мають зважати на те, що такі правові блага, як життя та здоров'я людей мають пріоритет перед правом громадськості на отримання інформації. У випадках найтяжчої злочинності подробиці щодо тактичних заходів поліції (наприклад, заходів з розшуку або захоплення) не можна оприлюднювати без узгодження з відповідальними керівниками поліції – які в разі необхідності узгоджують це з прокуратурою.

6. Журналісти зображують перебіг подій та їхні причини, однак не повинні перетворюватись на інструмент злочинців. Під час злочинних дій вони не мають права давати злочинцям можливість публічно презентувати себе. У подібних випадках спосіб роботи кореспондентів не має створювати перешкод для виконання завдань поліції.

7. Для висвітлення діяльності поліції пресою перша має створити спеціальну, чітко позначену та мобільну прес-службу, по можливості якомога ближче до місця подій. У разі необхідності роботу преси узгоджують з прокуратурою. Якщо поліційна операція передбачувана, поліція має своєчасно інформувати про неї засоби масової інформації.

8. Пресове посвідчення єдиного для всієї ФРН зразка дозволяє поліції перевірити, хто працює кореспондентом. Слід брати до уваги рішення Конференції міністрів внутрішніх справ від 14 травня 1993 року.

9. Фотографування та фільмування поліцейських операцій не підлягають правовим обмеженням взагалі. Фотографування чи фільмування кількох чи окремих поліціантів також загалом допустимі під час операцій, які викликають особливу увагу. ЗМІ поважають законні інтереси зображених та особливою мірою дотримуються норм закону про авторські права у сфері мистецтва при публікації кіно- та фотоматеріалів.

10. Під час своїх операцій, зокрема, в разі захоплення заручників або демонстрацій, поліція надає підтримку засобам масової інформації в отриманні інформації. З іншого боку, представники ЗМІ не повинні перешкоджати проведенню акцій поліції. На них також поширюються розпорядження поліції, наприклад, щодо перекриття території чи її звільнення, хіба що будуть допущені винятки.

11. Щоб забезпечити докази, поліція може використовувати створений нею фото-, кіно- та звуковий матеріал. Відповідний матеріал засобів масової інформації може бути вилучений та конфіскований лише у тому випадку, якщо це допускає актуальна правова ситуація з урахуванням сумірності.

ЗРАЗОК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАПИТУ ВІД РЕДАКЦІЇ ГАЗЕТИ

Бланк редакції

(найменування розпорядника інформації)

(адреса місцезнаходження розпорядника інформації)

(телефон, інші засоби зв'язку)

ЗАПИТ НА ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Редакція газети _____ висловлює подяку за вчасну та повну відповідь на наш інформаційний запит № 25 від 12.02.11р. щодо надання письмової інформації про розподілен-

ня коштів бюджету 2010 року серед приватних перевізників по КФК 170102 «Компенсаційні виплати на пільговий проїзд автомобільним транспортом окремим категоріям громадян». Надана інформація є надзвичайно важливою при підготовці журналістського розслідування про проблеми, які виникають при перевезенні пільгових категорій громадян.

Після вивчення інформації у редакції виникла потреба ознайомитися з деякими офіційними документами щодо витрачання приватними перевізниками державної субвенції на компенсаційні виплати на пільговий проїзд автомобільним транспортом окремими категоріями громадян.

Відповідно до ст. 34 Конституції України кожному гарантовано право на отримання, зберігання та поширення інформації. Гарантія права на інформацію забезпечується обов'язком органів державної влади та органів місцевого самоврядування, як розпорядників інформації, оприлюднювати інформацію, яка була отримана або створена в процесі їхньої діяльності згідно зі ст. 3, 4, 14 Закону України «Про доступ до публічної інформації».

Відповідно до ч. 5 ст. 6 зазначеного закону не може бути обмежено доступ до інформації про розпорядження бюджетними коштами, володіння, користування чи розпорядження державним, комунальним майном, у тому числі до копій відповідних документів, умови отримання цих коштів чи майна, прізвища, імена, по батькові фізичних осіб та найменування юридичних осіб, які отримали ці кошти або майно.

Зважаючи на викладене вище, просимо надати копії наступних офіційних документів:

– Звіти ТОВ _____, ПП _____, вказати інших перевізників, про фактичні обсяги надання транспортних послуг пасажиром пільгових категорій;

– Звіти інших підприємств, що отримали кошти субвенції, про цільове використання коштів державної субвенції на компенсацію пільгового автомобільним транспортом пільговими категоріями громадян.

Звертаємо Вашу увагу, що запитовані документи не є інформа-

цією з обмеженим доступом, оскільки стосуються інформації про розпорядження бюджетними коштами та стосуються підприємств, які претендують на отримання коштів з державного бюджету. Процес виділення/призначення субвенцій має відповідати принципам прозорості та доступності для обговорення громадськістю згідно зі ст. 7, 28 Бюджетного кодексу України та ст. 4 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні».

Відповідно до ст. 20 Закону України «Про доступ до публічної інформації», просимо надати відповідь протягом п'яти робочих днів з дня отримання запиту.

У випадку, якщо запитувана інформація буде перевищувати 10 сторінок, гарантуємо відшкодування фактичних витрат на копіювання та друк згідно зі ст. 21 Закону України «Про доступ до публічної інформації».

Наперед вдячні за розуміння потреб журналістів та громадськості щодо контролю за розподілом та витрачання коштів державного бюджету.

З повагою
головний редактор _____ ПІБ

« _____ » _____ 20__ р.

Примітка: Запит подається до департаменту фінансів органу місцевого самоврядування або до відділу контролю за використанням коштів державних субвенцій. Інформація про розподіл повноважень органу місцевого самоврядування, найменування відділів (департаментів), адреси і телефони, відповідальних осіб за напрямками роботи знаходиться на веб-сайті органу місцевого самоврядування. Інформація, яку розпорядники зобов'язані публікувати на веб-сайті, визначена в ст. 15 Закону «Про доступ до публічної інформації».

*Розроблено юридичним відділом
Інституту розвитку регіональної преси (ІРРП)*

ДО ЗАНЯТТЯ 10

Кодекс професійної етики Української асоціації зі зв'язків із громадськістю (UAPR)

Українська Асоціація зі зв'язків із громадськістю (далі - UAPR) визнає Статут Організації Об'єднаних Націй, зокрема, загальні права на свободу слова, свободу засобів масової інформації, свободу зібрання та вільний доступ до достовірної, точної та правдивої інформації.

Керуючись цими принципами, правовими нормами та професійними стандартами у сфері міжнародних зв'язків із громадськістю, які викладено у Стокгольмській Хартії Міжнародної організації консультантів у галузі комунікацій, а також у професійних статутах Королівського Інституту Зв'язків із Громадськістю та Міжнародної Асоціації зв'язків із громадськістю, Українська Асоціація зв'язків з громадськістю цим проголошує такі принципи та стандарти професійної та етичної поведінки.

1. Члени Асоціації зобов'язані:

1.1. Відповідати найвищим стандартам у практичній діяльності у сфері зв'язків із громадськістю, завжди належним чином поводитися з колишніми та теперішніми клієнтами, іншими членами Асоціації та іншими спеціалістами в галузі зв'язків із громадськістю, представниками інших професій, постачальниками, посередниками, журналістами та засобами комунікації, співробітниками і понад усе з громадськістю.

1.2. Знати, розуміти та виконувати цей Кодекс, будь-яке доповнення до нього, будь-які інші кодекси, які є частиною цього, та завжди знати зміст і рекомендації останніх положень або практичних інструкцій, виданих UAPR, а також відповідати високим стандартам діяльності, зазначеним у цих документах.

1.3. Підтримувати цей Кодекс та співпрацювати з іншими членами Асоціації в цьому напрямку шляхом виконання рішень з будь-якого питання, яке виникає щодо його застосування. Член Асоціації, який свідомо примушує або дозволяє іншому члену

або своєму працівнику діяти таким чином, що суперечить цьому Кодексу, є учасником цієї дії та вважається його порушником.

Членам Асоціації заборонено:

1.4. Брати участь в будь-якій діяльності або поводитися таким чином, що може зашкодити репутації Асоціації або репутації та інтересам професії спеціаліста зі зв'язків з громадськістю.

2. Поведінка по відношенню до громадськості, засобів масової інформації та інших спеціалістів.

Члени Асоціації зобов'язані:

2.1. Проводити свою професійну діяльність з належним урахуванням суспільних інтересів.

2.2. Поважно ставитися до правдивої і ніколи свідомо або необережно не розповсюджувати неправдиву або помилкову інформацію та дбати про те, щоб не робити цього через необачність.

2.3. Пересвідчитися, що інтереси будь-якої організації, з якою у них є професійні контакти, представлені належним чином згідно з чинним законодавством.

2.4. Працюючи зі спеціалістами інших професій, знати та поважати кодекси цих професій та свідомо їх не порушувати.

2.5. Надавати інформацію новинного характеру для оприлюднення засобам масової інформації без будь-якої грошової або іншої винагороди ЗМІ або їхнім працівникам, або третім особам, за її використання або оприлюднення. Новинні матеріали повинні з'являтися лише за рішенням редакторів або журналістів, а не в результаті будь-яких винагород.

2.6. У випадку, якщо час або місце у медіа були придбані з недвозначною метою публікації або трансляції непрямого рекламного матеріалу, наполягати на тому, щоб цей час або місце було чітко позначено як «Реклама»

2.7. Чітко дотримуватися основоположних принципів Асоціації щодо прозорості по відношенню до подарунків, не пропонувати та не давати, не змушувати клієнта пропонувати або давати будь-який подарунок або іншу винагороду засобам масової інформації, посадовим особам державних установ, службовцям будь-яких установ чи організацій, з метою сприяти інтере-

сам клієнта шляхом недозволеного оприлюднення інформації, або якщо такі дії суперечать суспільним інтересам.

2.8. Не розголошувати конфіденційну інформацію, отриману або надану в ході професійної діяльності.

2.9. Не пропонувати та не чинити будь-яких дій, які можуть мати неналежний вплив на державні або законодавчі органи, або на засоби комунікації.

2.10. Не використовувати особисто та не дозволяти своїм клієнтам використовувати службове становище посадових осіб державних установ або засобів масової інформації, щоб сприяти інтересам клієнта, якщо такі дії суперечать суспільним інтересам.

3. Поведінка по відношенню до клієнтів та працівників

Члени Асоціації зобов'язані:

3.1. Виконувати прийняті принципи конфіденційності по відношенню як до наявних, так і до колишніх клієнтів, не розголошувати та не використовувати конфіденційну інформацію для завдання збитків чи іншої шкоди клієнтам або для отримання фінансової вигоди членом Асоціації або компанією члена Асоціації, за винятком тих випадків, коли клієнт самостійно оприлюднив таку інформацію або надав особливий дозвіл на її розголошення; виняток із цього положення становить розголошення інформації за рішенням суду.

3.2. Відкрито заявляти про випадки, коли його власні інтереси або обставини суперечать інтересам клієнта

3.3. Приймати оплату, комісійні або інші винагороди за послуги, які будуть надані або надаються клієнту / роботодавцю, лише за умови, що вищевказані фактори доведені до відома та погоджені з клієнтом / роботодавцем.

3.4. У випадку, коли надання послуг клієнту або роботодавцю може призвести до порушення цього Кодексу, член Асоціації повинен негайно проінформувати про це клієнта або роботодавця та вжити всіх заходів, щоб переконати клієнта або роботодавця поважати цей Кодекс. Якщо клієнт або роботодавець наполягає на діях, які порушуватимуть цей Кодекс, член Асоціації

повинен виконувати цей Кодекс, незважаючи на наслідки.

Членам Асоціації заборонено:

3.5. Зловживати інформацією стосовно бізнесу клієнта, в тому числі інформацією для службового використання або конфіденційною інформацією, для отримання фінансової або іншої вигоди.

3.6. Надавати послуги клієнту на таких умовах, які можуть зашкодити незалежності, чесності, об'єктивності або принципам члена організації.

3.7. Представляти інтереси сторін, що конфліктують або конкурують між собою, без їхньої на це згоди.

3.8. Гарантувати результати, досягнення або недопущення яких виходить за рамки можливостей члена Асоціації.

3.9. Укладати контракт з клієнтом або роботодавцем, в якому член Асоціації гарантує досягнення кількісних та якісних результатів, використовуючи методи та засоби, які суперечать цьому Кодексу.

3.10. Пропонувати роботу співробітнику компанії члена Асоціації або клієнту, з яким член Асоціації має юридичні відносини (контракт), без попередніх переговорів з керівництвом цієї компанії або клієнта (цей пункт не стосується оголошень про вакансії в засобах масової інформації).

3.11. Радити своїм клієнтам встановлювати ділові відносини з компаніями або організаціями, де член Асоціації має фінансові, комерційні або інші інтереси, попередньо не повідомивши про такі інтереси. Неприпустимо, щоб член Асоціації одержував будь-яку винагороду від третьої сторони за послуги, надані на вимогу клієнта або роботодавця без попередньої згоди клієнта або роботодавця.

3.12. Член Асоціації не має права відмовити або прийняти пропозицію від клієнта на основі поглядів або кола інтересів його або її роботодавця.

4. Поведінка по відношенню до професії спеціаліста зі зв'язків з громадськістю

Члени Асоціації зобов'язані:

4.1. Твердо дотримуватися найвищих стандартів точності та правдивості, уникати безглузвих заяв або несправедливих порівнянь, та віддавати належне визнання ідеям та висловам, запозиченим від інших.

4.2. Член Асоціації має право надавати свої можливості та послуги будь-якому потенційному клієнту, зі своєї власної ініціативи або за дорученням клієнта, за умови, що цим він не намагається порушити будь-який існуючий контракт або заподіяти шкоду репутації та можливостям будь-якого іншого члена Асоціації або консультанта, який вже надає послуги цьому клієнтові.

4.3. У випадку, якщо клієнт просить представника Асоціації оцінити професіоналізм роботи іншого її члена, запрошений до оцінювання представник має повідомити клієнта та оцінювану сторону про проведення такої оцінки.

4.4. За наявності доказів того, що член Асоціації або компанія члена Асоціації веде неетичну, непорядну або незаконну діяльність, яка порушує цей Кодекс, члени Асоціації зобов'язані доповісти про цей факт керівництву та Комітету з етичних стандартів Асоціації.

Членам Асоціації забороняється:

4.5. Завдавати шкоди професійній репутації або діяльності іншого члена Асоціації.

5. Дискримінуюча поведінка

5.1. Член Асоціації зобов'язаний дбати про те, щоб професійні обов'язки виконувалися без дискримінації на підставі статі, расової або релігійної приналежності, інвалідності або будь-яких інших форм дискримінації.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

КОЛОКВІУМ «ЖУРНАЛІСТСЬКА ЕТИКА»

Теми для обговорення:

1. Кодекси професійної етики: їхній зміст і функції.
2. Історія прийняття перших журналістських кодексів.
3. Витоки етичних дилем у професійній діяльності журналіста.
4. Журналістські права та обов'язки у світлі Європейської конвенції з прав людини.
5. Порівняння Етичного кодексу українського журналіста з 2-3 кодексами інших країн: спільні положення та відмінності.
6. Етичний кодекс українського журналіста: реалії та перспективи.
7. Моральний вибір журналіста і соціальна оцінка персонажа.
8. Критерії, за якими обирають джерело інформації.
9. Економічна база ЗМІ: вплив форми власності на концепцію видання.
10. Морально-етичні правила, які регулюють стосунки працівників у редакційному колективі.

Завдання. Підготуйте доповіді на запропоновані теми та обговоріть їх у групі. Обов'язково проілюструйте свою доповідь практичним прикладом із ЗМІ.

ЦИТАТА ДЛЯ РОЗДУМІВ

Ми, журналісти, змушені існувати в умовах компромісу між владою та власною совістю, межу якого кожен окреслює згідно зі своїми моральними принципами (Ірина Ванникова).

Який першокласний публіцист не починав із журналістського хуліганства? (Мирослав Марінович)

Мовцєві агресивного типу не варто вести новини. Новини – це доля толерантних і врівноважених людей (Володимир Різун).

Журналістику затопила хвиля дрібних тем і дрібних жанрів (Ігор Михайлин).

За теперішньої влади легше працювати – якщо повністю пристати на запропоновані правила гри (Андрій Куликов).

Прес-служби багатьох відомств, особливо силових, виконують функції цензорів, дбаючи насамперед про честь мундира, а не про громадські інтереси (**Володимир Здоровега**).

Гроші, становище, визнання – річ вторинна. Здебільшого вони приходять, в тій чи іншій пропорції, але не як міра успіху самі по собі, а як супутній фактор (**Юрій Макаров**).

Журналістика – той інститут суспільства, який мусить бути над політикою і водночас бути в опозиції до будь-якої влади, бо інакше можновладці дрімають або дозволяють собі забагато (**Юрій Бідзіля**).

Журналістський твір пишеться на основі фактів. Можна сказати і по-іншому: в основі будь-якого твору лежить факт – це аксіома (**Віталій Карпенко**).

Не змінилася телекартинка, вона така ж липка та ядуча, як розлитий на паркеті лимонад (**Сергій Жадан**).

Особливо щедро пересипають журналісти метафорами свої матеріали тоді, коли відчувається певний брак фактичної інформації (**Борис Потятинник**).

Професійна етика не може суперечити загальнолюдській моралі. Суспільство завжди віддаватиме перевагу правді й толерантності, а не викривленню фактів чи заангажованості (**Галина Пагутяк**).

Завдання. 3 якими цитатами вітчизняних журналістів, науковців та письменників ви можете беззаперечно погодитися, а з якими – ні? Обґрунтуйте свою думку.

Прокоментуйте висловлювання Андрія Куликова. Що саме мав на увазі український журналіст, який контекст цього висловлювання?

Підготуйте коротку біографічну довідку про авторів висловлювань. Як, на вашу думку, професія і творчий шлях автора могли вплинути на його точку зору?

ТИПОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТІВ

Російська дослідниця і практик соціальних комунікацій О.Котикова розробила на основі психології дещо жартівливу класифікацію журналістів та їхніх етичних стандартів.

Тип перший - умовна назва «одержимий». Такі журналісти відрізняються величезною цілеспрямованістю, особливо в «журналістських розслідуваннях». Відрізняються безкомпромісністю, готові заради роботи або ідеї навіть серйозно ризикувати. Як правило, хороші професіонали.

Тип другий - умовна назва «свій хлопець». Відрізняються великою схильністю до компромісів, скрізь шукають вигоду, не виділяються принциповістю. Професіоналізм зазвичай невисокий. Ненадійні.

Тип третій - «інтелектуал». Такі журналісти схильні демонструвати свій високий інтелектуальний рівень, люблять аналізувати і складати прогнози. Професіоналізм досить високий, але мало уваги приділяють формі роботи, «замикаючись» на змісті. Надійні. Не схильні вступати в гостру конфронтацію.

Тип четвертий - «демонстративний». Для таких журналістів головне - справити сильне враження, їм необхідна атмосфера захоплення і обожнювання. Заради цього вони готові багато на що, але тільки на те, що дасть бажаний результат. Професіоналізм не дуже високий. Ненадійні.

Тип п'ятий - «професіонал». Високий рівень професіоналізму, впливовість, високий статус позначаються на поведінці й стосунках. Уміють тонко розраховувати всі свої ходи, не люблять ризикувати, солідні. Грунтовні.

Тип шостий - «ніякий». Такі журналісти відрізняються низьким рівнем професіоналізму. Готові до будь-якого завдання, але з натяком на прийнятні умови.

Завдання. Наскільки ви можете погодитися з вказаною класифікацією? Чи «впізнали» ви декого із своїх знайомих (відомих вам) журналістів? Який тип журналіста, на вашу думку, найбільше схильний до порушення етичних норм?

ЗБЕРІГАЮЧИ ДЖЕРЕЛО

Таємниця журналістських джерел – це не лише право журналіста, коли він може на власний вибір визначати, хоче він повідомляти джерело чи ні. З погляду етичних принципів, збереження конфіденційності джерела є одним з основних обов'язків журналіста. На жаль, в українській журналістиці етичні стандарти тільки розвиваються. Натомість можна навести декілька прикладів із практики Сполучених Штатів Америки. У цій країні захист джерел встановлено на рівні законодавства штатів. Не всі штати мають відповідне законодавство або не завжди захист є абсолютним (коли суд має право вимагати від журналіста розкрити джерело). Однак у багатьох випадках журналісти навіть на вимогу суду відмовлялися це робити, посилаючись на власні професійні стандарти та переконання. За таких обставин журналістам часто доводилося вирішувати дилему: розкрити джерело чи потрапити за ґрати. Почуття професійної гідності американських журналістів штовхало їх до того, що вони радше вибирали сидіти у в'язниці.

Ось декілька яскравих прикладів. Журналіст Майрон Фарбер з «Нью-Йорк Таймс» провів за ґратами 40 днів, у той же час газета сплатила 285 тисяч доларів штрафу (100 тисяч одразу плюс 5 тисяч за кожен день відмови). Журналіст Білл Фарр з «Лос Анжелес Геральд Екземінер» провів за ґратами 46 днів, але його юридичні проблеми розтягнулися на цілих 10 років. Ванессу Леджет, яка збирала матеріали про вбивство для своєї книги, протримали за ґратами аж 168 днів за відмову надати свої записи інтерв'ю, фотокартки та назвати прізвища осіб. Усі ці особи так і не видали своїх джерел, за умови, що перебували під загрозою довічного ув'язнення – їх мали тримати до того часу, доки вони не нададуть інформацію, яку вимагав суд. Однак журналісти поставили професійні стандарти вище власної свободи, чим заслужили повагу серед колег.

Завдання. Проаналізуйте наведені директором Інституту медіа-права Тарасом Шевченком приклади. Чи можливі подібні ситуації в Україні? Як би ви вчинили на місці американських журналістів? Чим визначається така важливість захисту джерел інформації?

ЗАРАДИ ЧОГО ГИНУТЬ ЖУРНАЛІСТИ?

А чи знаєте ви, що журналістика - небезпечна професія? Звичайно, якщо ви будете репортером зі світських тусовок, то вам побоюватися нічого. В крайньому разі, якась зірка кине у вас коктейлем за настирливість. Щоправда, потім, на пенсії, вам нічого буде згадати, крім смаку цього коктейлю.

Але одного разу раптом ви вирішите написати про всякі неподобства, тому що вони вас обурюють. І ось тут журналістика повернеться до вас своєю іншою, небезпечною стороною.

«Уотергейт» став класикою.

Журналісти ризикують життям і стоять під бомбами.

У країнах з диктаторами при владі вони гниють у в'язницях.

Вбивство журналістів стало звичним явищем.

Чому я пишу про це? Тому що це правда! Тому що, вибравши цю професію, ви можете загинути.

І ви повинні чітко це розуміти.

Вас можуть убити з політичних мотивів, тому що ви дізналися щось серйозне, що влада не хоче оприлюднювати.

Вас можуть убити з релігійних мотивів, тому що релігійні фанатики будь-яке слово на їхню адресу сприймають як замах на їхні догми. Багато європейських журналістів ходять з цілодобовою охороною.

Вас можуть взяти в заручники терористи.

Вас можуть убити місцеві «авторитети», тому що ви про них неправильно написали і взагалі лізете в їхні справи.

Ви скажете – я згущую фарби? Анітрохи. Журналіст – фігура завжди соціальна, навіть якщо пише про місцеву дискотеку. Звичайно, журналіста захищає закон, але вам навряд чи буде цікаво після похорону дізнатися, що ваше вбивство розкрили і негідників покарано.

Я особисто ховав своїх друзів, яких безмірно поважав. Вони не були військовими, але загинули на війні. Що ж вони захищали?

Вони захищали, можливо, самі того не знаючи, невеликий документ, який знає і поважає все людство. Він називається

«Загальна декларація прав людини». Він був проголошений ООН 10 грудня 1948 року.

Там є стаття 19.

Всього кілька слів: «Кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення. Це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань і свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів».

За ці кілька рядків щороку в світі гине більше сотні журналістів. Я не кажу, що ви обов'язково повинні загинути. Але ми з вами домовилися, що я буду говорити вам правду. У житті буває все.

Якщо ви до цього не готові – не йдіть у журналістику.

Завдання. Для чого, на вашу думку, Матвій Гананпольський у книзі «Квасно-солодка журналістика» розповідає про небезпечність професії журналіста? У чому цінність процитованої статті 19 Загальної декларації прав людини?

ПЕРЕД НАПИСАННЯМ МАТЕРІАЛУ

Запитання до самого себе, які потрібно ставити при вирішенні етичних проблем, із Довідника Товариства професійних журналістів (США)

1. Що я знаю? Що мені потрібно дізнатися?
2. Яка моя журналістська мета?
3. Що з погляду етики мені не подобається в цій ситуації?
4. Яку організаційну тактику і професійні норми можна застосувати в моїй ситуації?
5. Як можна залучити до процесу прийняття рішень людей з різними переконаннями і думками?
6. На кого вплине моє рішення? Чим вони керуються? Чиї інтереси законні?
7. А що, як помінятися ролями? Що б сталося, якби я був на місці одного з тих, кого торкнеться моє рішення?
8. Які можливі наслідки моїх вчинків, як короткострокові, так і довгострокові?

9. Як я можу максимально повно повідомити правду про подію і зменшити при цьому негативні наслідки для інших людей?

10. Чи зможу я зрозуміло і повністю виправдати хід своїх думок і своє рішення? Перед своїми колегами? Перед тими, чий інтереси зачіпає мій матеріал? Перед громадськістю?

Завдання. За запропонованими питаннями проаналізуйте якусь конкретну етичну проблему із журналістської практики. Які б ви запитання додали? Які б вилучили з даної Пам'ятки?

СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ

Розділ перший. З ПРАКТИКИ КОМІСІЇ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ (УКРАЇНА)

Завдання 1. «Оскар» чи осуд?

У зв'язку з періодичними пограбуваннями банків журналісти «Нового каналу» вирішили поставити експеримент, як діятимуть охоронці, банківські працівники та відвідувачі у разі спроби пограбування. Залучивши сторонніх осіб з так званого Товариства придурків, одягнених в шапки з прорізями та чорні рукавички (склавши руки у вигляді пістоleta – імітувалася зброя), оператор «Нового каналу» знімала інсценування пограбування. Група осіб із закритими обличчями заскочила в приміщення Ощадбанку з криками про пограбування. Після нетривалого перебування у приміщенні вони втекли. Потім сюжет про це інсценування вийшов у новинах «Нового каналу». Чи мали право журналісти задля виконання своєї місії використовувати це інсценування?

Завдання 2. Нічого особистого, це – бізнес!

До Комісії з журналістської етики надійшла скарга прокурора м. Харкова Є.М. Поповича на сюжет з циклу «Жесть мундира» під назвою «Небізнесова історія», підготовлений журналістом «1+1» Ж. Новосельцевим, який вийшов в ефір 21 вересня 2009 р. в програмі ТСН.

У сюжеті йшлося про те, що міліція Харкова здійснює рейдерське захоплення великого автопрокатного підприємства. Чотирьох його власників заарештовано, а п'ятий переховується в лісі, де дає інтерв'ю журналістам «1+1». Під час розбору цієї справи виявилось, що насправді інтерв'ю в лісі знімав не оператор «1+1», а стороння особа. Жоден із працівників каналу «1+1» там не був, а касета з записом пізніше була передана Ж. Новосельцеву. Чи мав право журналіст давати в ефір той запис від імені каналу? Як треба перевіряти інформацію в подібних випадках?

Завдання 3. Всі хочуть бути журналістами...

До КЖЕ звернулася народний депутат України з приводу того, що під час виборчого процесу у виборчій комісії приходило багато людей з посвідченнями певних газет. Вона просила дати оцінку фактам масового надання посвідчень людям, що не є журналістами. Чи мають право редакції видавати свої посвідчення на власний розсуд? Чи мають бути для цього якісь етичні обмеження?

Розділ другий. З ПРАКТИКИ ГРОМАДСЬКОЇ КОЛЕГІЇ З КОМУНІКАЦІЙ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ І СВОБОДИ СЛОВА В ЗМІ (Російська Федерація)

Справа «І. Ясавеев проти телепрограми «Перехват»

СКАРГА

до Громадської колегії

На сайті телекомпанії «Ефір» (м. Казань) у розділі програми «Перехват» розміщено відеофолік під назвою «Обезглавлений бомж», в якому демонструється оголене тіло й окремо голова.

Раніше цей сюжет був показаний в телеефірі.

Програма «Перехват» регулярно демонструє кров і мертві тіла, при цьому вона виходить в ефір щодня о 19.35, коли біля телеекранів ще перебувають діти.

Низку таких сюжетів («Закривавлена жінка» тощо) можна знайти на сайті телеканалу «Ефір»: http://www.efir.tv/video_archiv/58/.

Треба зазначити, що, на жаль, ця програма користується популярністю у казанської аудиторії. Як зізнається сама авторка і ведуча програми Ольга Лаврова, «у нас працюють ночами – не секрет, що саме вночі вся нечисть вилазить, вбиває, частіше трапляються ДТП, пожежі. Вранці ми відбираємо найцикавіше. На зображенні дивимося, де більше крові. Це цинічно, але так доводиться робити (Лаврова О. Живих переносу гірше, ніж трупи // Східний експрес. – 2003, 25-31 серпня).

Прошу вас розглянути питання про відповідність подібних натуралістичних сюжетів програми «Перехват» професійній журналістській етиці.

*З повагою Іскандер Ясавеев,
доцент кафедри соціології
Казанського державного університету*

Справа «О. Харенко проти телеканалу «НТВ»

СКАРГА

*на порушення правил професійної етики та поведінки
у сфері масової інформації*

Я, Харенко Олена Миколаївна, є завідувачкою лабораторії нормування Федерального державного унітарного підприємства «Всеросійський науково-дослідний інститут рибного господарства і океанографії», маю вчений ступінь доктора технічних наук.

У середині жовтня 2010 р. працівник телевізійної компанії НТВ запропонував взяти участь у зйомках документального фільму про косметику з використанням продукції з гідробіонтів, зокрема з осетрових риб. При взаємодії з кореспондентами мова йшла про зйомки документального фільму, про те, що знімається сюжет для програми «Максимум», кореспонденти чомусь не повідомили.

У зйомках, крім мене, були задіяні мої колеги, які брали участь у дослідженнях та розробці технічної документації на ікорний золь осетрових риб для косметичної промисловості – вчений секретар ФГУП «ВНІРО», к.т.н. Ситова М.В. і мол. наук. співробітник Дмитрієва О.О.

Оскільки наш інститут в даний час проводить дослідження і розробки з використання вторинної сировини осетрових риб «Ізол» в косметичній промисловості, працівники ФГУП «ВНІРО» представили інформацію, що стосується результатів таких досліджень. Косметика, що виробляється косметичними фірмами, які не використовують розробки ФГУП «ВНІРО», в ході телевізійного запису не обговорювалася. Ко-

ментарі щодо якості косметичних товарів якихось фірм мною і працівниками ФГУП «ВНІРО» не давалися.

Проте кореспондент, який здійснював інтерв'ювання, наполегливо намагався втягнути нас в обговорення продукції компанії ТОВ «МНПО «БІОКОН».

При зйомках кореспонденти НТВ вручили мені упаковку з кремом DIAMANT de la MER і попросили прокоментувати, на що дослівно була дана відповідь: «З продукцією цієї компанії я не знайома, тому не можу дати жодних коментарів».

Далі було поставлено запитання про корисність застосування кремів з осетрової ікри. Я описала корисні властивості ікри і похідних з неї у складі косметичних засобів. Коли працівники НТВ запитали про можливу шкоду у разі використання неякісної ікри, я підтвердила, що неякісна сировина не повинна служити основою як для виробництва харчової, так і косметичної продукції. При цьому мова не йшла про компанії-виробники косметичних засобів, а тільки про вимоги до сировини.

Ознайомившись із записом сюжету «Гроші на вітер» програми «Максимум», присвяченої косметиці, виготовленої з використанням ікорної сировини, я побачила, що представлений матеріал з моєю участю є сфабрикованим, відірваним від контексту обговорюваних в ході інтерв'ю питань. Протягом запису інтерв'ю задавали запитання загального характеру, що стосуються розробок ФГУП «ВНІРО», якості ікри, що спрямовується на харчові цілі, на експорт, на інші цілі, включаючи косметику, а також ряд інших питань про ікру осетрових риб.

Представлений в ефір сюжет є не дослівним, а штучно змонтованим (підігнаним) з відповідей на інші запитання, що спотворює сенс моїх висловлювань. У результаті зазначених дій телеглядач побачив, що в ході інтерв'ю, показуючи упаковку крему DIAMANT de la MER, я нібито повідомляю, що дана продукція шкідлива для шкіри. Насправді мені не задавали запитання про якість будь-якої косметичної продукції конкретних виробників, і тим більше я не робила жодних заяв про косметику, вироблену ТОВ «МНПО «БІОКОН».

Після виходу в ефір сюжету «Гроші на вітер» програми

«Максимум» на адресу керівника ФГУП «ВНІРО» надійшов лист від ТОВ «МНПО «БІОКОН» з вимогою спростувати відомості, що порочать ділову репутацію ТОВ «МНПО «БІОКОН» і проханням звернути увагу на невідповідність Олени Харенко своїй кваліфікації як фахівця галузі.

Журналісти програми «Максимум» грубо порушують принципи своєї професійної діяльності, а також права та інтереси інших осіб, Кодекс професійної етики російського журналіста (Кодекс схвалений Конгресом журналістів Росії 23 червня 1994 року, Москва), відповідно до положень якого:

«1. Журналіст завжди зобов'язаний діяти, виходячи з принципів професійної етики, зафіксованих у цьому Кодексі.

3. Журналіст поширює і коментує лише ту інформацію, в достовірності якої він переконаний і джерело якої йому добре відоме. Він докладно зусиль до того, щоб уникнути заповідія шкоди кому б то не було її неповнотою або неточністю, навмисним приховуванням суспільно значимої інформації або розповсюдженням завідомо неправдивих відомостей.

Журналіст чітко проводить у своїх повідомленнях відмінність між фактами, про які розповідає, і тим, що становить думки, версії чи припущення, в той же час у своїй професійній діяльності він не зобов'язаний бути нейтральним.

При виконанні своїх професійних обов'язків журналіст не вдається до незаконних і недостойних способів отримання інформації. Журналіст розглядає як тяжкі професійні злочини зловмисне перекручування фактів, наклеп.

Переконавшись у тому, що він опублікував помилковий або спотворений матеріал, журналіст зобов'язаний виправити свою помилку, використовуючи ті ж поліграфічні і (або) аудіовізуальні засоби, які були застосовані при публікації матеріалу».

Використовуючи нечистоплотні журналістські прийоми, кореспонденти НТВ без мого відома зробили мене знаряддям у чорному піарі компанії ТОВ «МНПО «БІОКОН», спровокувавши цим негативні звернення на мою адресу з боку ТОВ «МНПО «БІОКОН».

Мабуть, метою програми «Максимум» є не доведення істини до глядача, а дешева популярність, властива так званим жовтій пресі, а не шанованому державному каналу. Насправді жодної правди і об'єктивності в даному репортажі немає, як немає і поваги до законів і прав людей.

Вважаю за необхідне звернути вашу увагу на підтасовування журналістами програми «Максимум» реальних подій шляхом використання можливостей монтажу.

Сюжет «Гроші на вітер» програми «Максимум» дискредитує мене як шанованого фахівця в науковій сфері, працівника Всеросійського науково-дослідного інституту рибного господарства та океанографії, що надалі може вкрай несприятливо позначитися на моїй професійній діяльності та особистій долі. Розумію, що свобода преси є гарантом вільного суспільства. Але в мене як громадянина вільного суспільства передбачаються, у свою чергу, права і свободи, які в даному випадку були порушені.

Прошу відповідно до ст. 6 Статуту Громадської колегії за скаргами на пресу розглянути справжню скаргу на дії журналістів програми «Максимум» Телекомпанії НТВ за сюжетом «Гроші на вітер» програми «Максимум», яка вийшла в ефір 30 жовтня 2010 р., вжити щодо винних осіб відповідних заходів реагування і поставити до відома про дані заходи мене і керівництво ФГУП «ВНІРО».

Мої колеги, які беруть участь у зйомках програми, – Ситова Марина Володимирівна і Дмитрієва Катерина Олександрівна, готові дати свідчення по суті описаних у скарзі подій...

Справа «С.Мітіна і С.Штаркова проти газети «СПИД-ИНФО»

Скарга до Громадської колегії

У газеті «СПИД-ИНФО» (№ 25 за 2009 рік) опублікована стаття «Добити, щоб не мучився!», автор А. П. Ніконов.

Окремо і відразу хочу підкреслити, що 2009 рік, коли стаття була опублікована, в Москві був проголошений Роком рибних можливостей.

Я знаю, що у нас в країні свобода слова, і ви мені можете відповісти, що текст статті - це лише особиста думка її автора, на яку він має повне право.

Проте автор не виховує дитину-інваліда, тому його узагальнені висновки про життя інвалідів та їхніх сімей як про пекло, муку, тягар - лише домисли (у статті не вказано джерела, конкретні приклади), і я, як мати дитини-інваліда, заявляю на підставі свого досвіду, що дані міркування не мають нічого спільного з дійсністю, а отже, не є правдою.

Автор у тексті іменує дітей-інвалідів «дебілами», «бракованими», «овочами», а їхнім батькам, які не здали своїх дітей в інтернати, відмовляє в нормальності. Все це вже не особиста думка, а неповага й образа.

Автор стверджує, що дитині-інваліду не місце в родині, тим самим наводячи читачів на думку, що хворих дітей треба здавати до притулків (автор пише, що нормальні люди так і роблять), що, в свою чергу, є пропагандою соціального сирітства. І хоча законодавчо у нас в країні не заборонено поміщати дітей у притулки, в той же час за Конституцією РФ кожна дитина має право на сім'ю і виховання дітей у сім'ї є пріоритетним.

Заголовок статті є прямим закликком екстремістського і дискримінуючого характеру - «Добити, щоб не мучився!». У Конвенції про права інвалідів, яку підписала Російська Федерація в 2009 році, говориться: «дискримінація за ознакою інвалідності» означає будь-яке розрізнення, виняток або обмеження за причини інвалідності, метою чи результатом якого є применшення або заперечення визнання, реалізації або здійснення нарівні з іншими всіх прав людини та основних свобод у політичній, економічній, соціальній, культурній, громадській або будь-якій іншій сфері.

Сучасному російському суспільству у спадок від СРСР перейшов негативний, неповажний образ інвалідів. Нині держава і самі інваліди намагаються переламати цей стереотип, виховати толерантне і доброзичливе ставлення до людей з обмеженими можливостями. Але такі статті не тільки цьому не сприяють, а навпаки, заважають. І це підтверджується без-

лічю жорстоких, образливих коментарів у Живому Журналі автора статті.

Можливо, газета «СПИД-ИНФО» має певний імідж і аудиторію, що наводить на думку, що не варто звертати «на таких» увагу. Але тим не менше, офіційний її тираж - 700 000 прим., автор - людина відома, журналіст, письменник, володар кількох премій, у тому числі й державних.

У п. 5 Кодексу професійної етики російського журналіста сказано: «Виконуючи свої професійні обов'язки, він протидіє екстремізму та обмеженню громадянських прав за будь-якими ознаками, включаючи ознаки статі, раси, мови, релігії політичних чи інших поглядів, так само як соціального і національного походження.

Журналіст поважає честь і гідність людей, які стають об'єктами його професійної уваги. Він утримується від будь-яких зневажливих натяків або коментарів щодо раси, національності, кольору шкіри, релігії, соціального походження або статі, а також щодо фізичної вади або хвороби людини.

У п. 7 Декларації принципів поведінки журналіста сказано: «Журналіст повинен усвідомлювати ту небезпеку, яку таїть в собі заклик до дискримінації, розповсюджений через ЗМІ, і повинен зробити все можливе для того, щоб уникнути навіть мимовільного стимулювання дискримінації на основі раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних чи інших поглядів, національного і соціального походження».

Я вважаю, що опублікувавши вищезгадану статтю, її автор А. П. Ніконов повністю порушив обидва пункти. У зв'язку з усім вищесказаним, я прошу Комісію розглянути мою скаргу з метою публікації вибачень з боку журналіста А. П. Ніконова.

Сніжана Мітіна,
Світлана Штаркова

ДОБИЙ, ЩОБ НЕ МУЧИВСЯ! (А.Ніконов, «СПИД-ИНФО»)

Народження в родині дебіла – трагедія. А громадяни народжують собі дітей для задоволення, а не для мук.

Тому **БІЛЬШІСТЬ НОРМАЛЬНИХ ЛЮДЕЙ ЗДАЄ** бракованих **ДІТЕЙ ДЕРЖАВІ**.

Вона у нас добра, возиться з ними подалі від очей людських, бо видовище це не для людей зі слабкими нервами. Наші притулки і так не цукор, а вже богадільні для людей зі слабкими нервами взагалі – вимикай світло... Може здатися, що дебілу краще рости в сім'ї, але це оманливе враження.

Тому що сім'ї, які забрали з пологового будинку божевільну дитину, зазвичай розпадаються. Як правило, чоловік не витримує цього пекла і йде. Відповідно, пекло для жінки подвоюється. І посилюється з роками, тому що жінка розуміє: опорою в старості недоумкувата дитина їй не стане, навпаки, до смерті буде тягарем. А найстрашніше - що з нею трапиться потім? Якщо у притулках дебіли ростуть у товаристві собі подібних і хоч якось соціалізуються, там за ними доглядають, то куди піде 40-річний божевільний, раптово втративши материнську опіку? Кому він потрібен?

Не гуманніше було б таких дітей присипляти при народженні? Адже ліквідація новонародженого, по суті, нічим не відрізняється від абортів або так званих штучних пологів (надпізній аборт) – в обох випадках переривається життєдіяльність не самосвідомої людської особистості, а лише болванки для майбутньої особистості. І якщо болванка бракована...

Зараз у світі багато говорять про евтаназію, коли невиліковно хвора людина, відчуваючи пекельні болі, просить лікарів її умертвити, щоб позбавити від нестерпних мук, і лікарі це прохання виконують. Але іноді хворий не може сам попросити про цей останній акт милосердя, наприклад, коли він лежить в комі, і лікарі кажуть, що ніколи з неї не вийде – по суті, людина перетворилася на «овоч». Тоді до справи беруться найближчі родичі і просять відключити «овочу» життєпідтримуючу апаратуру. Впевнений: таке ж право повинні мати і батьки новонародженого дебіла. Тому що ця хвороба невиліковна. А життя неповноцінного – суцільна мука. І сам він попросити про це не може. Треба йому допомогти.

Це і є гуманізм...

Розділ третій. З ПРАКТИКИ ПРЕСОВОЇ РАДИ (НІМЕЧЧИНА)

Ситуація 1. ФОТОАПАРАТ ПІД БІЛИМ ХАЛАТОМ

Статс-секретар скаржитися в Німецьку пресову раду на методи розслідування працівників бульварної газети. Приводом є перебування в лікарні бранденбурзького міністра з соціальних питань пані Регіне Гільдебрандт, яка тим часом померла від раку. Після прес-конференції з приводу проведеного медичного втручання журналістка бульварної газети та фотограф видали себе в лікарні за колишніх колег пацієнтки і так проникли в палату. Лише коли обман виявили, їх вивели з палати. Всупереч цьому редакція заявляє, що обидва її працівники вже на вході до відділення представилися черговій сестрі як журналісти. При цьому редакторка згадала, що вона є колишньою колегою по роботі чоловіка пацієнтки. Міністр повідомила, що сказане статс-секретарем правда. Журналістка та її супутник, за її словами, не називалися журналістами ні персоналові лікарні, ані їй самій. І що вони працівникам клініки представилися її колегами. Під час бесіди вона сама виходила з того, що вони обоє є колишніми працівниками однієї з установ, пов'язаних з міністерством. Коли фотограф вийняв фотоапарат, її це здивувало, і вона попросила не робити жодних знімків. У цей момент до лікарні надійшла також інформація, що йдеться про працівників бульварної газети.

Спонування до дискусії

1. Чи були дії журналістки та фотографа, виходячи зі статті 4 Німецького пресового кодексу, «недобросовісними»?
2. Чи існує право громадськості на інформацію щодо хвороби публічної особи?
3. Чи є чинними для публічних осіб відмінні умови розслідувань?

Ситуація 2. ЯК ДЕПУТАТИ «ДОЛІТАЛИСЯ»...

Одна бульварна газета повідомила про приватне використання одержаних політиками під час службових відряджень бонус-

них миль. У статтях названо прізвища. Найвідомішими є Юрген Тріттин, Реццо Шлаух, Грегор Гізі та Джем Оздемір (Партія зелених). Крім того, були названі Клаус Леннартц (СДПН), Улла Єльпке (ПДС), Гюнтер Носке (ХДС) та Ренате Бланк (ХСС).

У коментарі під заголовком «Нам усім було завдано збитків» автор повідомляє, що газеті відомо кілька прізвищ депутатів Бундестагу, які літають безкоштовно. На думку скаржника, газета приховала всю правду й тим самим змалювала незбалансовану картину. Це, мовляв, може мати вирішальний вплив на виборах. Він, зокрема, критикує повідомлення про приватне використання бонусних миль серед інших Грегором Гізі. У цій статті зазначено, що Гізі внаслідок викриттів газети мусив піти з політики. Наступного дня у загальних новинах заявлено, що в основі повідомлення лежав список прізвищ, які склала Спілка платників податку, і там названо також депутатів Бундестагу від ХДС. З повідомлення це не випливало, натомість заголовок створював враження, що була інформація про зловживання державними коштами тільки з боку представників певних партій.

Свідчення редакції

Газета повідомляє, що її повідомлення не були вибірковими, і кампанії проти певних партій вона не вела. Моменту публікації під час виборчої боротьби газета не вибирала. Поза сумнівом, слід повідомляти про негаразди у зв'язку з бонусними мілями. Тут має місце однозначне право населення на інформацію, також і під час виборчої боротьби. Повідомлення аж ніяк не були уривчастими. Конкретна інформація про депутатське зловживання службовими бонусними мілями стала відома лише з повідомлень про аферу Гунцінгера (Моріц Гунцінгер – німецький радник з питань піару. Свого часу був радником федерального міністра оборони Рудольфа Шарпінґа та депутата Бундестагу Джема Оздеміра, котрі мусили піти у відставку). Відтак газета попросила висловити свою позицію щодо закидів політиків усіх партій, представлених у Бундестазі.

Депутати відреагували з різною швидкістю. При цьому в дуже багатьох випадках вдалося повністю зняти всі закиди. Тому необґрунтованим виявився закид в обмеженні висвітлення тільки

представниками червоно-зеленої коаліції (тобто СДПН та Партії зелених). Газета зачепила політиків усіх партій. Першим відреагував Джем Оздемір, котрий без відповідей на запитання пішов у відставку. Наступного дня запитання були передані Ґрегору Ґізі. Він також на них не відповів, натомість у заяві для преси закиди підтвердив. В інших випадках адресати запитів уповільнювали необхідні розслідування або затягували заявами, котрі вимагали подальших запитів. Частково політики, наприклад, Носке та Шлаух, самі зверталися до громадськості, не ознайомившись із закидами або запитами газети.

Спонування до дискусії

1. Чи допустимо публікувати часткові результати розслідування?
2. Чи чекали б ви з публікацією, поки не надійдуть усі відповіді політиків?
3. Чи бачите ви проблему в тому, що розслідувана інформація принагідно здобута протиправно (наприклад, через балакучість працівника «Люфтганзи»)?

Ситуація 3. «НІЧИЙНЕ» ІНТЕРВ'Ю

Бульварна газета передруковує витяги з інтерв'ю з бургомістром, яке перед тим вийшло у безкоштовній газеті. Останню, випуск якої тимчасом припинено, як першоджерело не називають. У «шапці» інтерв'ю сказано, що бургомістр дав інтерв'ю різним, названим поіменно журналістам. Один з інтерв'юєрів критикує те, що ця публікація не була названа як джерело. Крім того, він повідомляє, що ні його самого, ні його співавторів не спитали, чи вони згодні з новою публікацією у бульварній газеті.

Свідчення редакції

Редакція повідомляє, що питання необхідності авторизації з правового погляду є сумнівним. В юридичній літературі переважно висловлюють думку, що у випадках, коли інтерв'ю за змістом складається тільки з висловлювань опитуваного, останнього слід розглядати як суб'єкт авторського права. Подібна ситуація була з інтерв'ю бургомистра. Під захист авторського права потрапляє тільки він. Правовий відділ надалі вважає, що інтерв'ю могло

бути відтворене у цій формі, оскільки публікація захищена § 49 абз. 1 Закону про авторське право. Згідно з цим законом, тиражування та поширення завершених статей з газет та інших подібних інформаційних листків, що слугують лише злободенним інтересам, а також публічне відтворення таких статей допустимо, якщо вони стосуються політичних, економічних або релігійних злободенних питань і не містять застереження прав. Інтерв'ю не містить застереження прав і представляє публічну думку найвищого представницького органу міста щодо певної події. Політичний бік зачеплено уже тим фактом, що йдеться про бургомистра. Жодним чином стаття не створює враження, що інтерв'ю вели за дорученням газети. У вступі міститься зауваження, що газета «документує» бесіду у витягах. Таким чином, стає зрозуміло, що не йдеться про власне інтерв'ю. Чітко і ясно було також наведено прізвища інтерв'юєрів. Якщо цим були знехтувані журналістські стандарти, то редакція дуже шкодує з цього приводу.

Спонування до дискусії

1. Як ви оцінюєте свідчення редакції з цього приводу? Чи достатнім є зауваження газети, що вона «документує» інтерв'ю без зазначення джерела?

2. Чи відіграє роль при оцінюванні можливості запозичення інтерв'ю той факт, що безкоштовної газети більше немає?

Прочитайте норму 2.4 Пресового кодексу Німеччини та обговоріть приклад у цьому аспекті.

Норма 2.4

Інтерв'ю є в будь-якому випадку з журналістського боку коректним, якщо воно авторизоване інтерв'юєром або його довіреною особою. Через особливий брак часу також коректно публікувати висловлювання в неавторизованій формі, якщо співбесідникам зрозуміло, що висловлювання призначені для дослівної або смислової публікації. Журналісти повинні представлятись саме журналістами.

Якщо інтерв'ю повністю або значними частинами запозичено дослівно, то треба наводити джере-

ло. Якщо суттєвий зміст висловлених думок передано своїми словами, то наведення джерела є необхідним і відповідає журналістській порядності.

При анонсуванні інтерв'ю у формі короткого резюме слід зважати на те, що співбесідник є захищеним проти перекручень та порушення його справедливих інтересів.

3. Восени 2003 р. різні денні газети протестували проти практики авторизації з боку політиків і знаменитостей. Прочитайте підказки з практики та обговоріть рекомендації газети «Файненшл таймс Дойчланд» (ФТД) і Асоціації журналістів Німеччини.

4. Як ви чинитиме при авторизації інтерв'ю, зокрема, якщо сказане викреслюють, а неказане додають?

Підказка з редакційного повсякдення

Все сказане в інтерв'ю є публічним – не повинно бути різниці, чи опитуваний говорить наживо на телебаченні, чи перед диктофоном журналіста. Так це записано у нас у довіднику зі стилю ФТД. Кожен співбесідник при цьому, звичайно, має право у взятому інтерв'ю забрати назад кожне зі своїх висловлювань або оголосити його конфіденційним. Але якщо запис закінчено, у нас прийнято: що було сказано «on the record» (укр. «на мікрофон» – *Прим. перекл.*), залишається публічним. В англосаксонських країнах – і також в нашому сестринському виданні «Файненшл таймс» – інтерв'ю, які беруть згідно з цим правилом, на авторизацію співбесідникам не подають. У німецькому праві, однак, слово опитуваного захищене авторським правом, тому він може наполягати на авторизації своїх цитат. Якщо це веде до викривлення змісту, ми залишаємо за собою право не друкувати інтерв'ю.

*Ульф Шлютер, заступник головного редактора,
«Файненшл таймс Дойчланд»*

Підказка з редакційного повсякдення

Асоціація журналістів Німеччини попереджає: інтерв'ю стають інструментами піару.

Інтерв'ю, котрі після авторизації співбесідник дуже змінює, журналісти не повинні публікувати. (...) У журналістській роботі є неприпустимим, щоб журналісти занадто довго мусили чекати на авторизацію і, крім того, ще й отримували повністю змінені тексти. (...) Політики мають нарешті зрозуміти, що до функцій журналіста аж ніяк не належить політичний піар.

*Джерело: Асоціація журналістів Німеччини, Берлін
Повідомлення для преси від 3 грудня 2003 р., www.djv.de*

КЛЮЧІ ДО ВИРІШЕННЯ СИТУАЦІЙНИХ ЗАДАЧ

УКРАЇНА

Завдання 1.

Рішення Комісії з журналістської етики «Про незаконні методи отримання інформації»

Комісія з журналістської етики констатує порушення Етичного кодексу українського журналіста з боку журналістів Нового каналу під час підготовки сюжету про охорону банків для програми? «Репортер» 6 лютого 2008 року. Зокрема, журналісти порушили пункти 6 та 13 Кодексу:

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

13. Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правовому полі України і може вдатися до будь-яких законних, в тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації».

Комісія вважає, що тема, якій присвячено сюжет, є суспільно значущою і чітко виокремлена журналістами:

«У 2007 році грабіжники обібрали 62 банки. І це часто не провина міліції. Адже якщо є фінансова установа, будуть і люди, які захочуть її пограбувати. А коли так – банк бодай трохи повинен дбати, як не про безпеку своїх грошей, то хоч би про безпеку клієнтів».

Але для висвітлення цієї теми журналісти використали інсценоване пограбування відділення одного з банків.

Комісія сподівається, що самі журналісти, редактори чи інші працівники Нового каналу не причетні до організації та безпосереднього виконання дій, що мають ознаки злочину, відповідальність за який передбачено Кримінальним кодексом України.

Комісія зауважує журналістам та редакторам Нового каналу свідоме порушення етичних норм, передбачених як міжнародним та українським законодавством й етичними принципами, так і норм, встановлених Редакційним Статутом ЗАТ «Новий канал» (прийнятим у 2007 році, опублікованим на офіційній веб-сторінці Нового каналу), а саме:

«25. У журналістській професії мета не виправдовує засоби, тому інформацію слід одержувати правовими та етичними способами». Резолюція ПАРЄ № 1003 (1993) «Про етичні принципи журналістики».

«Принцип 7. Журналістська практика в справжній демократії має кілька особливостей. Ці особливості, які вже знайшли відображення в багатьох професійних кодексах поведінки, включають: (...) б) збір інформації чесними способами; (...)» Резолюція РЄ № 2 «Свободи журналістів і права людини».

Статті 5, 44 Закону України «Про інформацію» обов'язки учасників інформаційних відносин: «законність одержання, використання (...) інформації».

Розділ 3 Редакційного Статуту ЗАТ «Новий канал» «Основні вимоги до створення та поширення інформації».

Редакційні та етичні норми для виробництва програм (наприклад, «Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі») навіть містять спеціальні застереження щодо інсценованих подій, зважаючи на те, що «існують групи людей, які влаштовують публічні виступи перед громадськістю з метою привернути до себе увагу» та в будь-якому разі «програмовиробники не повинні бути причетними до замовляння, сприяння чи заохочення злочину. Якщо журналісти є свідками чи роблять запис злочину, вони ніяким чином не повинні спрямовувати цю діяльність».

При підготовці сюжетів журналісти і редактори повинні керу-

ватися принципами поваги до права громадян на отримання інформації, а не намаганням перевершити інших завдяки уявній сенсаційності новини.

Для найкращого інформування громадськості допускається деяка провокативність журналістів або перебільшення. В даному випадку журналісти перейшли межу, заохочуючи хуліганські дії групи з сумнівною репутацією та наражаючи на небезпеку навколишніх.

Навіть добрі наміри журналістів – привернути увагу суспільства та державних органів до суспільнозначимої теми – не можуть виправдовувати свідоме порушення етичних норм. Оскільки це призводить до втрати довіри суспільства до журналістів і ЗМІ загалом.

З огляду на вищесказане, Комісія:

– висловлює дружнє попередження журналістам та редакторам «Нового каналу»; закликає журналістів інших засобів масової інформації при зборі інформації дотримуватись норм Етичного кодексу українського журналіста;

– пропонує редакторам ЗАТ «Новий канал» провести для працівників навчання принципів журналістської етики. Комісія готова сприяти цьому, надавши підручник «Журналістська етика» та забезпечивши участь у такому тренінгу членів Комісії.

Голова Комісії з журналістської етики В.Мостовий

Завдання 2.

Рішення Комісії з журналістської етики «Про необхідність перевірки інформації»

До Комісії з журналістської етики звернувся прокурор м. Харкова Є.М. Попович з проханням дати оцінку сюжету з циклу «Жесть мундира» під назвою «Небізнесова історія», підготовленому журналістом «1+1» Ж. Новосельцевим, який вийшов в ефір 21 вересня 2009 р. в програмі ТСН.

Комісія зустрілася з Ж. Новосельцевим, правозахисницею О. Повідайчик, провела телефонну бесіду із заявником та оз-

найомилася з сюжетом, який оспорювався у скарзі.

Було встановлено, що органи внутрішніх справ затримали п'ятьох осіб, які підозрюються у вчиненні тяжких злочинів. Один з учасників групи О. Філатов до затримання дав інтерв'ю, що було показано в сюжеті. Однак виявилось, що це інтерв'ю надійшло до журналіста в записаному вигляді, його знімали не оператори каналу, а сторонні особи, найняті інтерв'ююваним. Таким чином, глядачі були введені в оману через те, що вважали, що сюжет повністю підготовлений журналістами каналу «1+1». Також журналіст належним чином не перевіряв слова джерел щодо недопуску адвокатів до затриманих, вилучення гранати «у задній кишені», вилучення без оформлення автомобілів. Таким чином, в ефір було подано не перевірену належним чином інформацію. Виходячи з такої логіки, будь-хто може скористатися ефіром, переконавши журналіста у власних негараздах. У своєму сюжеті журналіст фактично став на бік однієї зі сторін конфлікту без достатньої доказової бази.

Комісія вважає, що упередженість журналіста, використання ним неперевіреної інформації, подача в ефір відеоряду, знятого сторонніми до каналу особами, без відповідного повідомлення про це аудиторії, є порушенням права аудиторії на повне та адекватне інформування.

З огляду на вищесказане, Комісія з журналістської етики:

– засуджує дії журналіста каналу «1+1» Ж. Новосельцева за порушення п. 6 Етичного кодексу українського журналіста: «Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста» та п. 13: «Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правовому полі України і може вдатися до будь-яких законних, у тому числі судових, процедур проти осіб, які перешкоджають йому в зборі інформації».

Комісія з журналістської етики оголошує журналісту Ж. Новосельцеву громадський осуд.

Голова Комісії з журналістської етики В.Мостовий

ПОЯСНЕННЯ

До Комісії з журналістської етики звернувся прокурор м. Харкова Є.М. Попович з проханням дати оцінку сюжету під рубрикою «Жесть мундира» під назвою «Небізнесова історія», підготовленому журналістом «1+1» Ж. Новосельцевим, який вийшов в ефір 21 вересня 2009 р. в програмі ТСН.

Представники Комісії зустрілися з Ж. Новосельцевим, правозахисницею О. Повідайчик, провели телефонну бесіду з заявником та ознайомилися з сюжетом, який оспорювався у скарзі.

У результаті розгляду було прийнято рішення винести журналісту Ж. Новосельцеву громадський осуд. Варто, мабуть, нагадати, що Комісія може виносити тільки дві форми попередження: дружнє попередження та громадський осуд. На чому ж ґрунтувалася КЖЕ і чому вона вирішила стати на бік скаржника? Було встановлено, що органи внутрішніх справ затримали п'ятьох осіб, які підозрюються у вчиненні тяжких злочинів. Один з учасників групи О.І. Філатов до затримання дав інтерв'ю, що було показано в сюжеті.

Однак виявилось, що це інтерв'ю надійшло до журналіста в записаному вигляді, його знімали не оператори каналу, а сторонні особи, найняті інтерв'ююваним. Таким чином, глядачі були введені в оману через те, що вважали, що сюжет повністю підготовлений журналістами каналу «1+1». Також журналіст належним чином не перевіряв слова джерел щодо недопуску адвокатів до затриманих, вилучення гранати «у задній кишені», вилучення без оформлення автомобілів. Це не висловлення думок, це твердження, які обвинувачують визначених посадових осіб у здійсненні тяжких злочинів. Ці особи принаймні мають право на те, щоб відповісти на такі звинувачення. Але ця можливість їм надана не була. Таким чином, в ефір була подана не перевірена належним чином і не збалансована інформація. Виходячи з такої логіки, і про це було сказано на засіданні Комісії, будь-хто може скористатися ефіром, переконавши журналіста у власних негараздах. У своєму сюжеті журналіст фактично став на бік однієї зі сторін конфлікту без достатньої доказової бази чесності однієї сторони і провини іншої.

Але взагалі проблема, мабуть, лежить глибше. У журналістському середовищі давно точаться запеклі дискусії щодо журналістської етики. Одні її повністю відкидають, інші вважають обов'язковим атрибутом професійної діяльності. На наш погляд, журналісти мають чітко усвідомлювати, що в кінцевому підсумку журналістська етика – це не обов'язково кодекси чи інші закріплені на папері правила. Це насамперед внутрішні переконання тих, хто займається журналістським ремеслом, у тому, що можна і чого не можна робити. Причому, тут журналісти мають враховувати не тільки і не стільки свої особисті або корпоративні інтереси, а насамперед інтереси суспільства в цілому та окремих його складових, соціальних груп зокрема. Для кожної людини існують свої моральні норми, свої межі прийнятеного та неприйнятного в поведінці та професійній етиці. Звичайно, ці норми залежать від суспільної практики, починаючи від виховання до виробничої діяльності та міжособистісного спілкування. Але журналістське середовище в процесі функціонування виробило загальні правила, які діють незалежно від кордонів. Саме ці правила були порушені у даному випадку.

Починаючи роботу із збирання матеріалів для публікації, журналіст має пам'ятати, що його основною метою є задоволення права аудиторії на отримання достовірної та повної інформації, яка має суспільний інтерес. Він не є героєм або «обраним» для того, щоб боротися за правду та справедливість. Суспільство не уповноважує журналіста вершити суд та бути істиною в останній інстанції. Його роль в іншому. А саме, знову-таки, в чесному інформуванні. Така інформація конче потрібна людям, бо без неї вони не зможуть зорієнтуватися в сучасному складному світі, виробити уявлення та орієнтири. Тому основна робота й основне завдання журналіста – саме збирання фактів, робота з інформацією, а не висловлення власних міркувань з її інтерпретації.

Обов'язком журналіста є чесне, точне та збалансоване висвітлення подій та вчинків окремих осіб. Причому ці вимоги є загально визнаними стандартами в світі. В п. 2.2.2 Вказівок продюсерам Бі-Бі-Сі говориться, що новини мають подаватися з належною точністю і неупередженістю. Журналіст може вислов-

лювати професійні журналістські, але не особисті погляди, які мають сприйматися як безсторонні. Аудиторія не повинна мати підстав оцінювати особисті погляди журналіста. Це стосується і серій передач (п. 2.2.5). В аудиторії не повинна виникнути думка, ніби інтерв'юери Бі-Бі-Сі підтримують окрему позицію, якщо ця позиція спірна (п. 11.6). А ось думка з Редакційних настанов Бі-Бі-Сі: «Результат нашої роботи має ґрунтуватися на надійних джерелах, твердих доказах, ретельній перевірці... Ми маємо бути чесні і відверті щодо того, що нам невідомо, і уникати необґрунтованих спекуляцій». Такі саме положення містяться в кодексах всіх провідних медіа світу.

Журналіст має виявляти обережність у поводженні з фактами, не перекручувати їх, уникати помилок, обов'язково перевіряти інформацію. Перекручування фактів неприпустиме за жодних обставин. Мета не виправдовує засобів. Таким чином, не можна подавати неперевірену інформацію, навіть якщо журналіст вважає її правдивою. Він має ретельно перевіряти інформацію (достатньою вважається перевірка у двох незалежних джерелах). Цього, на жаль, зроблено не було. При цьому слід пам'ятати, що саме база джерел журналіста є ознакою його професійності. Журналіст, який не напрацював джерел, в яких він може перевірити інформацію по темі, на якій спеціалізується, не може вважатися професіоналом.

Особливу увагу слід звертати на візуальні матеріали. Вони мають носити реальний, а не постановочний, як в кількох епізодах розглянутого сюжету, характер. Якщо матеріали взято зі сторонніх джерел, то обов'язковим є посилання на це. Тобто не можна використовувати постановочні елементи при запису інтерв'ю. Тобто аудиторія має бачити картинку, максимально наближену до реальності. Журналістика – це не художня фоточі кінозйомка. Показово описується у Вказівках продюсерам Бі-Бі-Сі випадки, коли використовується відео чи звук, записані й надані іншими організаціями чи особами (п. 17.2): «Ми не завжди можемо поручитися за обставини, за яких цей матеріал записано, тому ми повинні бути обережними у користуванні ним... Якщо він надається людьми, які можуть бути особисто зацікав-

лені в його предметі, ми повинні бути впевнені, що використовуємо його з поважних редакційних міркувань та що не складеться враження, ніби ми схвалюємо товар, організацію чи тему цього матеріалу. Звичайно, слід позначати матеріал, який надано зацікавленою стороною, щоб пояснити його походження».

Важливою також є вимога збалансованості журналістських матеріалів. Якщо журналіст пише на контроверсійні теми, то аудиторія МАЄ ПРАВО знати точки зору основних фігурантів події. Це один з основних стандартів роботи журналіста.

Журналіст надає інформацію для споживання її аудиторією. При цьому він повинен утримуватися від ангажованості. Ангажований журналіст передає викривлену інформацію. На жаль, чимало медіа дають ангажовану інформацію, в якій за старими традиціями радянської пропаганди світ поділений на дві частини: правих і неправих, гарних і поганих. Звичайно, це не має нічого спільного з традиціями якісної журналістики. Такі журналісти нехтують принципом збалансованості інформації, вони не подають усіх основних точок зору на проблему, намагаються бути своєрідними інформаційними суддями, які вирішують: хто правий, а хто винний, чию точку зору має знати аудиторія, а чию їй знати зайве.

Лише за умови незаангажованості журналіста можуть бути досягнуті такі норми, як достовірність, збалансованість і повнота інформації. Неупередженість журналіста є обов'язковою умовою його професійної діяльності. Журналіст має чітко усвідомлювати, що його матеріали повинні відображати не його (або його середовища) погляди, а те, що дійсно відбувається в суспільстві, що він не є суддею або арбітром, і аудиторія має право знати всі основні точки зору на проблему, що розглядається.

Журналіст має постійно відчувати відповідальність за своє слово. Бо слово журналіста може стати зброєю.

Особливо обережним необхідно бути у разі оприлюднення інформації, яка належним чином не перевірена або якщо джерело інформації зацікавлене в її висвітленні певним чином. Зазвичай оприлюднення при цьому не допускається, а у випадках

винятків (суспільна значущість інформації) аудиторія має право знати про всі сумнівні моменти. Цього також не відбулося.

Робота з інформацією із суду, прокуратури, правоохоронних органів має свою специфіку. Журналіст має максимально точно давати таку інформацію, тобто тут немає місця суб'єктивізму. Потрібно якнайзбалансованіше передавати позиції всіх сторін конфлікту. Тобто журналіст не є судом, і він не повинен намагатися його підмінити. Журналіст має подавати збалансовану інформацію, а висновки тут робить вже сама аудиторія.

Журналіст повинен критично ставитися до своїх джерел інформації. Кожного разу треба з'ясовувати питання: «А які мотиви, які інтереси є у джерела?». Якщо існують особисті мотиви у джерела, то треба особливо ретельно перевіряти його інформацію. Журналіст не повинен бути інструментом для виконання намірів джерела. Адже цілком можливо, що воно просто хоче використати журналіста, «зливши» недостовірну або неповну (тобто тенденційну) інформацію. Журналіст має уникати останнього, бо його завданням є всебічно інформувати аудиторію, а не бути агентом впливу якоїсь сторони конфлікту. Тобто журналіст не повинен бути заручником чи рупором своїх джерел. Вихід тут в тому, щоб мати багато джерел, і тоді з'явиться можливість продублювати інформацію, перевірити її, доповнити.

Головний висновок, який хотілося б донести до п. Ж.?Новосельцева та його прихильників, це те, що журналіст - це важка, часто невдячна професія, яка полягає в копіткій роботі із знаходження та перевірки інформації, з напрацювання джерел інформації, в тому, що неперевірена інформація не має потрапляти до аудиторії, що журналіст має чесно вказувати, якщо якась частина сюжету взята з інших джерел (при цьому, звичайно, не обов'язково називати оператора, якщо той бажає залишитися анонімним). На жаль, частина молодих журналістів розглядає професію як героїчний наскок, боротьбу з силами темряви, свідомо або несвідомо стаючи на бік однієї з сторін конфлікту і не розуміючи головного – таким чином вони вбивають професію, перетворюють журналістику на паблік рилейшнз чи

пропаганду. Звичайно, це хвороба росту, вона виникла через масовий прихід у професію аматорів. Причому, хотілося б підкреслити, що мається на увазі не наявність професійної освіти, а те, що люди, які прийшли з інших професій, не вважають для себе потрібним освоїти ази журналістики, те, що напрацьовано поколіннями їхніх колег по всьому світу.

Меседж, який хотілося б донести до молодих колег, дуже простий: якщо ви журналісти, то маєте знати і дотримуватися основних стандартів своєї професії. Їх небагато, але вони дуже важливі хоча б для того, щоб журналістам довіряли, а не ставилися до них як до представників другої найдавнішої.

Завдання 3.

Рішення Комісії з журналістської етики «Про масове надання журналістських посвідчень»

До Комісії з журналістської етики звернулася народний депутат України О.А. Бондаренко з проханням дати оцінку фактам масового надання посвідчень газет «Урядовий кур'єр», «Вечерние вести», «Молодогвардеец» особам, які не мають відношення до роботи в цих виданнях.

Комісія зробила запит до редакцій газет, названих у заяві. На жаль, станом на 2 лютого 2010 р. відповіді від редакцій газет не надійшло.

З відкритих джерел (фотознімки посвідчень та осіб, яким вони були надані, заяви чиновників) було встановлено, що напередодні першого туру виборів Президента України ряд газет видавали посвідчення особам, що не співпрацюють з ними. Таким чином, газети служили «прикриттям» для досягнення політичними своїми цілей.

З огляду на вищесказане, Комісія з журналістської етики:

– вважає, що головні редактори газет «Урядовий кур'єр», «Вечерние вести», «Молодогвардеец» порушили п. 2 Етичного кодексу українського журналіста «Служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста».

Комісія висловлює попередження / осуд головним редакторам названих газет і закликає припинити практику надання журналістських посвідчень особам, які не співпрацюють з відповідними мас-медіа.

Також Комісія звертає увагу на актуальність Звернення Комісії з журналістської етики, Національної спілки журналістів України, професійного об'єднання «Незалежні медіа-профспілки України» 2004 року.

*Голова Комісії з журналістської етики
В.Мостовий*

РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ

Справа «І. Ясавеев проти програми «Перехват»

РІШЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ КОЛЕГІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З КОМУНІКАЦІЙ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ І СВОБОДИ СЛОВА В ЗМІ

1. Громадська колегія з жалем приймає до відома відмову телекомпанії «Ефір» від участі у розгляді скарги І.Г. Ясавеева на програму «Перехват». Прохання про «заочний розгляд» скарги, що надійшла від керівництва ТК «Ефір» в той час, коли половина ad hoc колегії вже прибула в місто Казань для участі у виїзному засіданні Колегії, кваліфікується Колегією як ухилення телекомпанії від обговорення цілей, засобів і методів роботи програми «Перехват» методом відкритої дискусії.

Відмова медіа-суб'єкта, що позиціонує себе лідером регіонального телевізійного простору, від публічного діалогу, від обговорення конкретних претензій конкретного громадянина до мовника з питань, що становлять виражений суспільний інтерес, неможливо визнати проявом культури зрілої соціальної, громадянської і професійної відповідальності, вчинком, що піддається раціональному поясненню.

2. На запитання заявника про відповідність того ряду «натуралістичних» сюжетів, який був представлений у випуску про-

грами «Перехват» від 2 червня 2010 р., «професійній етиці журналіста» і медіа-етиці в цілому, а також про «обґрунтованість практично щоденної демонстрації в телеєфірі крупним планом тіл загиблих людей, закривавлених осіб, рук і предметів», Громадська колегія відповідає однозначними не відповідає і неприпустима (а не просто «не обґрунтована»).

3. Конкретні телевізійні сюжети, запропоновані заявником до розгляду і оцінки (випуск програми «Перехват» від 2 червня 2010 р.), дозволяють Колегії зробити такі зауваження і висновки:

– Демонстрація смерті, насильства, гострих емоційних і стресогенних ситуацій привертає увагу глядачів і сприяє підвищенню рейтингу, який пов'язаний з прибутком компанії.

– Наслідком систематичної демонстрації такого роду сюжетів є спотворення реальності, віртуальне збільшення масштабу злочинних кримінальних ситуацій у місті. Остання обставина не тільки не працює на реалізацію слогана «... щоб з вами такого не трапилось», а навпаки, збільшує відчуття страху життя, провокуючи тим самим насильство і сприяючи його зростанню. Іншим наслідком такої демонстрації є порушення відчуття соціальної солідарності і зростання аномії в суспільстві; люди в підсумку виявляються менш захищеними перед іншими, у тому числі не кримінальними, проявами та викликами життя.

– Масована присутність повсякденного насильства на телеекрані має наслідком дестабілізацію емоційного статусу життя різних соціальних груп і великих спільнот. Одним з конкретних результатів останнього обставини стає нездатність людей виробляти адекватні мотиваційні та поведінкові програми.

– Погоджуючись зі сказаним експертом С.К. Шайхїтдіновою щодо проблеми «баналізації насильства», Колегія звертає увагу на надання – через механізми документальності – статусу справжності, правдоподібності жахам, представленим на телеекрані. Члени Колегії безумовно підтримують стурбованість експерта тим, що наслідком систематичної демонстрації «страхотливих історій» виявляється порушення (або навіть руйнування) базової довіри глядачів, у тому числі неповнолітніх, до цінності життя, розумності картини світу.

4. Демонстрація проявів насильства (тим більше – надмірного насильства) і жорстокості не може бути визнана нормальною, легітимною частиною повсякденного життя телевізійної журналістики і в силу глибинного суперечності базовим цінностям і нормам суспільної моралі, і з причини тяжкості впливу, в тому числі латентного, на свідомо неоднорідну масову телеаудиторію, і, нарешті, із суто професійних (професійно-етичних, ціннісно-нормативних) підстав.

4.1. Не заглиблюючись в теорію питання про належне чи прийнятне висвітлення сюжетів, пов'язаних з проявами насильства і жорстокості, а також у повсякденну практику реалізації професійних стандартів телебаченням т.зв. стійких демократій, Колегія вважає за необхідне нагадати про імперативність позиції «Відмова від демонстрації або опису в телерадіопрограмах надмірної жорстокості та насильства», що міститься в Хартії телерадіомовників (Хартія ТРВ; Росія, 1999), призначеної до виконання в режимі добровільно прийнятого самозобов'язання. Колегія нагадує також, що «під демонстрацією або описом надмірної жорстокості і насильства» Хартією ТРВ розуміється «зайво натуралістичний, невиправдано докладний і шокуючий показ документальних сцен смерті людей і тварин, знущань над людьми і тваринами з використанням фізичного насильства, а також сцен наслідків злочинів, катастроф і стихійних лих з детальним зображенням поранень, трупів, значних каліцтв, слідів катувань або побоїв».

Не вважаючи дане формулювання Хартії ТРВ досконалим чи вичерпним, Колегія вважає важливим звернути на неї увагу працівників телекомпанії «Ефір» як на системну установку, визначену придатною до практичної реалізації провідними російськими телемовниками. Як на своєрідний «рамковий» орієнтир для всіх тих, хто прагне проявляти соціальну і професійну відповідальність при формуванні сюжетів у жанрі кримінальної хроніки або судового репортажу, але не завжди здатний обійтися при цьому не універсальною, що піддається повсякденному випробуванню на стійкість самою тематикою програми «Перехват» заходом особистого такту і смаку телевізійних журналістів.

5. Обмеженість числа сюжетів, розглянутих в рамках цього інформаційного спору, не дозволяє Колегії судити про те, якою мірою обов'язкова для журналіста вимога «поваги приватного життя» дотримується програмою «Перехват» у відомих, стандартних для кримінальної хроніки і репортажів із зали суду ситуаціях, поведінка в яких журналіста та ЗМІ здатна набувати характеру втручання (в тому числі недопустимого) в життя і долю конкретної людини. Колегія не знає, якою мірою працівниками програми дотримуються стандарти професійно прийнятної (професійно допустимої) поведінки в тому, що стосується (не) ідентифікації жертв і свідків злочинів, насамперед неповнолітніх, (не) ідентифікації родичів, близьких, друзів підозрюваних або засуджених, (не) поширення відомостей про стан фізичного і психічного здоров'я конкретного громадянина і т.д.

При цьому пред'явлений саме в розглянутих членами ad hoc колегії сюжетах підхід програми «Перехват» до ситуації смерті, критично важливої як для окремої людини, так і для суспільства в цілому, змушує Колегію звернути увагу працівників і самої цієї програми, і телекомпанії «Ефір» загалом на важливість обговорення, визнання і добровільного дотримання журналістами та ЗМІ «правил самообмеження»: встановлюють, кажучи словами преамбули Хартії телерадіомовників, «межу дозволеного в публічному поширенні матеріалів, здатних завдати шкоди моральному, фізичному і психологічному здоров'ю людей».

6. Колегія виявила в сюжетах програми «Перехват» від 2 червня 2010 року різноманітні порушення таємниці особистого життя людини. Ці порушення полягають у показі крупним планом конкретних людей: без їхньої згоди, або зі «згоди», отриманої від них у стані алкогольного сп'яніння; без використання техніки «розмивання» кадру або окремих його частин і т.д. Колегія вважає, що таке ставлення до прав, гідності, репутації, долі конкретної людини рішуче не може бути обґрунтовано «інтересом» (цікавістю) рядового телеглядача, його готовністю сприймати сюжети такого роду без видимого, публічно виявленого обурення або протесту.

6.1. Колегія вважає неприпустимим проявлену в тих же сюже-

тах байдужість до того, який збиток конкретній особі, а також і суспільству в цілому, завдається або може бути завдано самим фактом недостатньо професійного звернення до людини, що перебуває в ситуації горя і / або шоку.

6.2. Колегія звертає особливу увагу на те, що люди, які перебувають у стані горя і/або шоку, часто потребують не просто співчуття і турботи, а й захисту від зловживання, нехай і мимовільного, увагою журналіста взагалі і телевізійного журналіста особливо.

Умовами і факторами запобігання зловживанням такого роду є професійна підготовка журналіста, оператора і редактора, зайнятих розробкою відповідних сюжетів. І, що особливо важливо, зрозуміла установка (особиста, окремого журналіста, оператора, редактора, а й редакційна, що принципово важливо) на незаподіяння жертві повторної травми публікаціями, в яких негідні засоби дезавуюють, в тому числі, благі, добрі наміри.

6.3. Колегія знаходить очевидно недостатньою увагу тих, хто готує і випускає в ефір програму «Перехват» до того впливу, який здатний надати опис (саме засобами телевізійної журналістики) нещасних випадків або конкретних обставин кримінальних подій на самих потерпілих, їхніх родичів, друзів або колег, так само як на родичів, друзів або колег обвинувачених або підозрюваних у злочині.

7. Колегія вважає корисним звернути увагу авторів та редакторів програми «Перехват» на феномен непрямой пропаганди зразків девіантної й кримінальної поведінки. Виявляючи в програмі сюжети зі зразками такої поведінки, Колегія, на жаль, не знайшла в ній (принаймні в межах вивченого матеріалу) оцінок таких сюжетів з погляду загальноприйнятих норм життя.

8. Громадська колегія нагадує журналістам та редакторам програми «Перехват» про просте, відоме, але, очевидно, таке, що далеко не завжди дотримується працівниками програми, правило – бути критичними до джерел інформації, контролювати коректність відомостей, що надаються зовнішніми джерелами. Дотримання цього правила є особливо важливим у тих випадках, коли мова йде про джерела анонімні, ексклюзивні і платні.

8.1. Не отримавши можливості задати в процесі засідання запитання про роботу з джерелами цих категорій представникам конкретної програми «Перехват», Колегія змушена відзначити в узагальненому вигляді, що силові відомства і їхні прес-служби, будучи регулярним постачальником інформації для програм кримінальної хроніки і міських подій, потребують постійного і ретельного контролю (саме як постачальники ексклюзивної відомчої інформації, що транслюється з допомогою ЗМІ суспільству як інформації важливої, що працює - імовірно - на підвищення градусу суспільної та особистої безпеки) з боку журналістів, так само як і в активному і також постійному самоконтролі самих журналістів і медіа-організацій.

8.2. Громадська колегія переконана, що методи і способи створення програми «Перехват» не можна відривати від реальних умов, в яких дана програма створюється. Проблема повсякдення, масованої присутності жорстокості і насильства в новинних сюжетах на російських телеканалах в принципі не може бути вирішена без зміни ставлення до неї силових міністерств і відомств та їхніх прес-служб, з одного боку. З іншого ж - без радикальної зміни ставлення до цієї проблеми тих, хто володіє телеканалами та/або має вирішальний вплив на формування редакційної політики і мережі їхнього мовлення. Громадська колегія має підстави вважати, що саме позиція реальних власників телекомпанії «Ефір» щодо змісту та форм подачі матеріалів програми «Перехват» унеможливила прямий контакт тих, хто готує та випускає цю програму. із заявником, експертом, членами ad hoc колегії в процесі виїзного засідання Громадської колегії...

12. Громадська колегія вважає необхідною, своєчасною, очікуваною суспільством спробу розгорнути суспільно-професійну дискусію з проблеми визначення характеру і меж «соціально прийнятної» або ж «соціально допустимого» рівня демонстрації насильства на російському, в тому числі регіональному телебаченні.

Вважаючи, що вихідною точкою такої спроби може стати сам факт розгляду на виїзному засіданні Колегії звернення І.Г. Яса-

веева, а також основні пункти цього Рішення, Колегія висловлює надію на те, що працівники програми «Перехват» і телекомпанії «Ефір» вважатимуть не просто можливим, а й практично корисним для себе і своїх глядачів зробити в дискусію серйозний, гідний, що просуває теорію і практику вітчизняного телебачення внесок...

Справа «О.М. Харенко проти телеканалу «НТВ», програма «Максимум»

РІШЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ КОЛЕГІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З КОМУНІКАЦІЙ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ І СВОБОДИ СЛОВА В ЗМІ

1. Громадська колегія констатує, що фрагмент заключного сюжету «Нові дива маркетингу. Розслідування Дар'ї Кирилової» («Програма Максимум», ефір від 30.10.2010 р.) став предметом справжнього інформаційного спору, є фальсифікацією, що видається за журналістське розслідування.

1.1. Судячи з характеру матеріалу, автори сюжету (працівники програми «Максимум») не прагнули досліджувати заявлену проблему методами і засобами чесної, добросовісної журналістики. В їхніх діях, безумовно, виявляються не лише зловживання увагою і довірою фахівців ФГУП «ВНІРО», обманним шляхом залучених до зйомки чужого їхнім професійно-етичним установкам телесюжету, а й спроба маніпуляції свідомістю масових адресатів Програми: російських (і не тільки) телеглядачів.

1.2. Громадська колегія уточнює, що використання маніпулятивних технологій і прийомів у засобах масової інформації несумісне з базовими ціннісно-нормативними установками професійної етики журналіста і медіа-етіки; звернення до технологій і прийомів такого роду суперечить усталеним уявленням про обов'язок і відповідальність у журналістській професії. «Повага правди і права суспільства знати правду - першочерговий обов'язок журналіста»: нагадуючи цю вихідну позицію «Декларації принципів поведінки журналіста» Міжнародної федерації журналістів, Громадська колегія висловлює впев-

неність в тому, що маніпулятивні прийоми і технології підривають наріжний принцип «поваги правди», на якому стоїть журналістика.

2. Громадська колегія вважає, що словосполучення «нечистоплотні журналістські прийоми», використане заявницею, може бути застосоване до авторів сюжету, який викликав справжній інформаційний спір, тільки в тому випадку, якщо є достатні підстави розглядати матеріал, що став предметом інформаційного спору, як грубу (безумовно), але саме журналістську помилку. У Громадській колегії, тим часом, немає підстав вважати, що фрагмент сюжету, що позначається авторами «розслідувальне», має відношення до журналістського розслідування (як підвищено складного, а тому й високорепутаційному професійному жанру), – при тому, що є серйозні підстави сумніватися в його приналежності до журналістики як такої.

2.1. На думку членів Колегії, спеціальні професійні прийоми, застосовані при виготовленні матеріалу «Нові дива маркетингу» (як мінімум, в тій його частині, яка досліджувалася в рамках даного інформаційного спору), дозволяють судити про те, що прайм-таймовий телеглядач НТВ мав справу скоріше з «продуктом» інформаційної війни, ніж телевізійної журналістики як такої, тим більше - журналістики соціальної, цивільної, що захищає права споживача.

Ось тільки перший ряд ознак, що свідчать про те, що у випадку, розглянутому Громадською колегією, заявниця та її колеги виявилися мимовільними співучасниками саме інформаційної атаки, по суті, – спеціальної операції, проведеної на тій частині території масової інформації, яку російський телеглядач, не обтяжений основами медіа-грамотності, вважає саме журналістською і саме розслідувальною.

– Застосування методу не журналістської провокації; вкладаючи упаковки крему в руки експерту, знімають сюжет не для встановлення істини, пов'язаної із захистом суспільного інтересу (в умовах, коли ця істина не встановлена легальним, доступним шляхом), а для створення видимості «експертної» достовірності викривально-застережливого (дезінформаційного за характе-

ром і змістом) «конструкту», справжній характер, цілі і завдання виготовлювачів якого, очевидно, не збігаються із задекларованими (а);

– Використання експерта не просто «втемну», а безособистісно, інструментально: без оглядки на загрозу заподіяння йому професійної та моральної шкоди помилковою, штучною ідентифікацією його наукового статусу та імені з «програмною» точкою зору (б);

– «Адресне» включення потужного культурного резонатора («захист здоров'я та безпеки»), «вкидання» в телеаудиторію імпульсу страху, пов'язаного із загрозою здоров'ю і безпеці; «заземлення» штучно викликаних негативних емоцій на конкретний продукт, «образ» якого фактично відразу ж виводиться на «образ ворога»: несумлінного (приблизно) виробника, продукція якого (приблизно) здатна завдати шкоди здоров'ю та безпеці громадян, – за їхні ж гроші (в).

– Множинне (як мінімум, триразове) повторення основних ідентифікаційних ознак конкретного товару, його «образу» прочитує назву тієї самої продукції, якому «викривальне» повідомлення створює в підсумку запам'ятовується антирекламу (г).

– Характерний прийом монтажу візуального та аудіоряду, і сама «нарізка» кадрів, яку відзначила заявниця. «Нарізка» в даному випадку забезпечує і прикриває підміну експертної думки наклепницькими «припущеннями», до яких експерт не мала ні найменшого відношення. Але які (і це, судячи з усього, закладалося в сюжет конкретною метою) повинні були асоціюватися у телеглядачів саме з її експертним ім'ям, спеціалізацією, вченим ступенем, позицією у «ВНІРО» і т.д. (д).

– Руйнівна за спрямованістю установка-завдання («чорний піар», як його визначила заявниця), яка має на меті викликати недовіру до певного, конкретного продукту або до низки товарів, виготовлених конкретним товаровиробником (е).

3. Громадська колегія розглядає заявницю та її колег не стільки мимовільними співучасниками, скільки жертвами недобросовісного підходу виробників розглянутого сюжету. Його

автори, незалежно від того, до якої категорії матеріалів самі вони відносять свою продукцію, визначено порушили, як мінімум, ту норму Хартії телерадіомовників, яка зобов'язує проводити чіткі відмінності між повідомленнями про факти, коментарями і припущеннями (щоб уникнути їхнього ототожнення).

4. Громадська колегія вважає, що передбачене Хартією телерадіомовників «негайне виправлення допущених в повідомленнях помилок і неточностей в такій формі, щоб телеглядачі і радіослухачі мали повну можливість його помітити», в даному випадку може бути інтерпретоване таким чином. Програми «Максимум» доречно ініціативно надати працівникам ФГУП «ВНІРО» (і ТОВ «МНПО» «БІОКОН», якщо останні того побажають) право на виклад в одному з найближчих випусків «Програми Максимум» своєї точки зору як по суті інформації, що пройшла в конкретному ефірі, так і в тому, що стосується оцінки самого сюжету. Вважаючи принесення вибачень потерпілим проявом особистої і професійної культури тих, хто доставив моральні страждання конкретним людям, Громадська колегія рекомендує працівникам програми «Максимум» скористатися і цією формою врегулювання конфлікту.

5. Громадська колегія звертає особливу увагу засобів масової інформації на проблему чистоти використання і захисту експертного імені.

На думку членів Колегії, недбале поводження з судженнями експертів і з їхніми іменами завдає істотної шкоди не тільки тим конкретним людям, що погоджуються надавати свої знання, досвід, добре ім'я фахівця в інтересах громадян, які звертаються до засобів масової інформації в пошуку відповідей на свої запитання, часто мають виражений суспільний інтерес, а й конкретним громадянам, інтересам громадянського суспільства і перспективам його облаштування та сталого побутування в Росії.

6. Громадська колегія звертає увагу керівництва ВАТ «Телекомпанія НТВ» на те, що сюжет, який послужив причиною інформаційного спору, в силу своєї специфіки сприймається скоріше актом інформаційного забезпечення режиму недобро-

совісної конкуренції, дією працівників Програми «Максимум» в інтересах третіх осіб, ніж прикладом невдалої телевізійної журналістики. Не вважаючи можливим давати керівництву телекомпанії якісь конкретні рекомендації чи поради, Громадська колегія сподівається, разом з тим, що проблема межі, яка відділяє «ще журналістику» від «вже не журналістики» у випусках програми «Максимум», стане предметом інтересу та уваги всіх, хто зацікавлений в репутації і самої телекомпанії НТВ, і продукції, що випускається під її маркою.

7. Громадська колегія нагадує керівництву ВАТ «Телекомпанія НТВ» про те, що з 2005 року розгляд інформаційних спорів, що відносяться до категорії скарг аудиторії засобів масової інформації на порушення правил професійної етики і поведінки в даній сфері і здатних знайти врегулювання на досудовому рівні, в Російській Федерації, здійснюється незалежною структурою громадянського суспільства, що здійснює саморегулювання і співрегулювання у сфері масової інформації: саме Громадською колегією за скаргами на пресу.

7.1. До компетенції Колегії (що пояснюється, в т.ч., п. 20 Постанови Пленуму Верховного суду РФ від 15 червня 2010 р. «Про практику застосування судами Закону Російської Федерації» «Про засоби масової інформації») належить «розгляд інформаційних спорів, перш за все, морально-етичного характеру, що виникають у сфері масової інформації, у тому числі справ про порушення принципів і норм професійної журналістської етики. До компетенції Колегії належить також розгляд інформаційних спорів, що зачіпають права людини у сфері масової інформації».

7.2. Запрошуючи ВАТ «Телекомпанія НТВ» до розгляду скарги О.М. Харенко, Громадська колегія, крім вирішення основного завдання, врегулювання конкретного інформаційного спору, що відноситься до її компетенції, прагнула сприяти реалізації таких статутних для неї цілей, як «формування культури професійної і чесної журналістики» і «відновлення та зміцнення довіри до засобів масової інформації».

7.3. Вітаючи висловлену в листі О.А. Адамова готовність ВАТ

«Телекомпанія НТВ» «безпосередньо розглянути скаргу пані Харенко на програму «Максимум» і підготувати відповідну відповідь заявнику», Громадська колегія висловлює подив висуванням вимог, якими обумовлюється ця нормальна, очікувана від ВАТ «Телекомпанія НТВ» дія. Громадська колегія вважає, що «мотивована» скарга О.М. Харенко вже отримана ВАТ «Телекомпанія НТВ»: через звернення заявниці до Громадської колегії – і через передачу цієї скарги Колегією безпосередньо керівництву ВАТ «Телекомпанія НТВ».

Дебюрократизацію процедури відповіді на скаргу О.М. Харенко (включаючи ініціативне звернення ВАТ «Телекомпанія НТВ» до заявниці), Громадська колегія вважає для ВАТ «Телекомпанія НТВ» актом скоріше репутаційним, ніж формальним.

8. Громадська колегія буде вважати заявника звільненим від взятого на себе при підписанні Угоди з Колегією зобов'язання не шукати вирішення даного інформаційного спору в суді, якщо протягом місяця з моменту публікації цього рішення сама заявниці і ФГУП «ВНІРО» не отримують з боку посадових осіб НТВ чітких свідощтв того, що це Рішення отримало очікуваний і при цьому досить серйозний професійний відгук...

Справа «С. Мітіна і С. Штаркова проти газети «СПИД-ИНФО»

РІШЕННЯ ГРОМАДСЬКОЇ КОЛЕГІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ З КОМУНІКАЦІЙ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ І СВОБОДИ СЛОВА В ЗМІ

1. Громадська колегія вважає, що проблеми осіб з фізичними вадами (включаючи дітей, приречених на інвалідність) та їхніх близьких, так само як і проблеми евтаназії, можуть і повинні бути предметом публікацій і дискусій в засобах масової інформації. Однак будь-яка публікація матеріалів з даної проблематики вимагає крайньої обережності, співчуття і чуйності. Журналіст, який пише на ці теми, і редактор, що публікує такі матеріали, повинні усвідомлювати складність, глибину і делікатність цих питань. Суспільний інтерес до даної тематики за жодних

обставин не може служити виправданням свідомо провокованої скандальності й сенсаційності публікованих матеріалів.

Публікація в газеті «СПИД-ИНФО» колонки Олександра Ніконова «Добий, щоб не мучився!..», на думку Громадської колегії, не відповідає цим вимогам. Авторська позиція не базується, за зізнанням самого автора, на скільки-небудь поглибленому вивченні проблеми. Мета такої публікації - і з боку автора, і з боку редакції - провокування скандального інтересу читачів навколо теми, яка, навпаки, вимагає від журналіста і редактора максимально дбайливого, обережного і тактовного ставлення до кожного слова.

2. Громадська колегія враховує позицію Європейського суду з прав людини, згідно з якою свобода самовираження «застосовується не тільки до «інформації» або «ідей», які зустрічають прихильний прийом або розглядаються як необразливі чи байдужі, але також і до тих, які ображають, шокують або хвилюють державу або частину її населення» (рішення у справі «Санді таймс» проти Сполученого Королівства), а свобода журналістів включає «звернення до деякої дози перебільшення або навіть провокацій» (рішення у справі Жізелєс проти Бельгії). На думку Громадської колегії, «журналістська провокація» може бути ситуаційно необхідною і етично виправданими методи збору інформації (наприклад, «журналіст змінює професію») або спосіб подачі матеріалу (наприклад, шокуючий заголовок). У будь-якому разі, використання «журналістської провокації» має бути спрямоване на захист громадського інтересу.

Проте в авторській колонці Олександра Ніконова Громадська колегія бачить виключно провокацію заради створення галасу навколо власного імені, на шкоду певним категоріям інвалідів та їхніх близьких, які мають право на невтручання в їхнє приватне життя. Дана публікація – грубе і образливе вторгнення газети в найтоншу сферу людських відносин, що викликає страждання, з використанням журналістом зневажливих стереотипних порівнянь, абсолютно неприпустимих для будь-яких матеріалів з даної тематики.

У зв'язку з цим Громадська колегія нагадує вимогу Резолюції

ПАРЕ 1003 (1993) «Про журналістську етику»: «спірні або сенсаційні теми не повинні змішуватися з питаннями, по яких необхідне надання інформації. Журналіст не повинен використовувати своє становище з метою підвищення свого престижу або особистого впливу».

3. У будь-яких публікаціях, що прямо чи опосередковано зачіпають питання життя і смерті, насильства, журналісти повинні виходити з того, що право на життя первинно щодо всіх інших прав і свобод. Порівнюючи текст аналізованої колонки з усними поясненнями її автора, даними в ході засідання, Громадська колегія бачить тут явну підміну понять. Так, у своїх усних заявах автор наполягає, що він виступає за право надання батькам права на вільний вибір долі своїх дітей-інвалідів. Проте з тексту колонки випливає, що єдино розумним вибором автор вважає позбавлення життя таких дітей. Цей висновок, зокрема, проявив себе в заголовку «Добий, щоб не мучився!..», який може бути сприйнятий як заклик до припинення життя дітей-інвалідів. Все це суперечить Кодексу професійної етики російського журналіста (1994), де вказується, що «журналіст повністю усвідомлює небезпеку обмеження, переслідування і насильства, які можуть бути спровоковані його діяльністю».

4. Відповідно до Декларації принципів поведінки журналіста, затвердженої Міжнародною федерацією журналістів у 1954 р., «журналіст зобов'язаний враховувати небезпеку дискримінації, яка може виникнути для людини через діяльність засобів масової інформації. Він повинен робити все можливе, щоб не допускати в публікаціях такого роду дискримінації, обігруючи, зокрема, ознаки раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних та інших переконань, а також національного і соціального походження».

Кодекс професійної етики російського журналіста (1994) також вимагає поважати честь і гідність людей, які стають об'єктами професійної уваги. «Журналіст зобов'язаний утримуватися від будь-яких зневажливих натяків або коментарів щодо раси, національності, кольору шкіри, релігії, соціального походження або підлоги, а також щодо фізичної вади або хвороби людини».

Аналогічна норма закріплена в Резолюції ПАРЕ 1003 (1993) «Про журналістську етику», де говориться, що «ЗМІ мають моральні зобов'язання щодо захисту демократичних цінностей, поваги людської гідності, вирішення проблем мирним шляхом з проявом терпимості, і, як випливає з цього, вони повинні протистояти насильству, ненависті, конфронтації і заперечувати всі види дискримінації, заснованої на культурних, статевих чи релігійних відмінностях».

У даному випадку Громадської колегії очевидно, що авторська колонка Олександра Ніконова провокує дискримінацію як щодо дітей-інвалідів, відмовляючи їм у праві на життя, так і щодо їхніх батьків, відмовляючи їм у праві вважатися розумними людьми.

5. Громадська колегія констатує, що редакція газети «СПИД-ИНФО», яка позиціонує себе як науково-популярне видання, зважившись на публікацію скандальної колонки на тему евтаназії дітей-інвалідів, не повинна була обмежитися застереженням «Точка зору автора може не збігатися з думкою редакції». Надавши авторській колонці на тему евтаназії дітей-інвалідів відверто скандального характеру, редакції варто було збалансувати підкреслено провокаційну журналістську манеру свого оглядача іншими матеріалами, що відсилає до інших точок зору. Не зробивши цього, редакція розділила відповідальність автора за грубе порушення правил професійної етики при висвітленні проблем дітей з фізичними вадами та їхніх близьких.

6. Оцінюючи в сукупності заголовок і подальший текст публікації О. Ніконова, Громадська колегія розглядає її як приклад аморальності і журналістського непрофесіоналізму.

7. Громадська колегія приймає до відома, що, виконуючи її Рішення № 42 від 2.02.2010 р., редакція «СПИД-ИНФО» повернулася до теми дітей-інвалідів та надала заявникам Сніжані Мітіній і Світлані Штарковій можливість викласти свої думки з цієї проблеми. За погодженням із заявницями в газеті була опублікована стаття «Дитина для чистої радості», що виражає думку матері, яка виховує дитину з обмеженими можливостями. Крім того, в газеті опублікована резолютивна частина рішення № 42.

Враховуючи ці обставини, Громадська колегія пропонує редакції газети «СПИД-ИНФО» обговорити на журналістському колективі переглянуте рішення і проінформувати про нього своїх читачів.

8. Громадська колегія звертається до редакцій інших друкованих та Інтернет-ЗМІ, до теле- і радіокомпаній із закликом приділяти більше уваги всебічному і вдумливому обговоренню реальних, а не «скандальних» проблем, пов'язаних з утриманням, лікуванням, адаптацією, вихованням і освітою дітей-інвалідів.

9. Громадська колегія нагадує обом сторонам даного спору, що в силу моральних зобов'язань, прийнятих ними при підписанні Угоди про визнання професійно-етичної юрисдикції Громадської колегії, це рішення покладе край даному інформаційному спору і не передбачає його продовження в суді або в інших органах державної влади або місцевого самоврядування.

10. Громадська колегія просить: редакції журналів «Журналіст» і «Інформаційне право» - опублікувати рішення Громадської колегії;

Факультет журналістики МДУ ім. М. В. Ломоносова, а також факультети журналістики інших ВНЗ - обговорити рішення Громадської колегії зі студентами, що вивчають професійну етику;

Комісії Громадської палати Російської Федерації з комунікацій, інформаційної політики та свободи слова в засобах масової інформації - прийняти до відома рішення Громадської колегії...

НІМЕЧЧИНА

Ситуація 1.

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і вносить догану газеті. На думку Комітету, процес розслідування журналіста та фотографа суперечить статті 4 Пресового кодексу. Уточнення міститься у відповідній нормі:

Норма 4.1 – Засади розслідування

Розслідування є неодмінним інструментом журналістського обов'язку добросовісності. Журналісти закладничо представляються. Неправдиві дані журналі-

ста, який проводить розслідування, про свою ідентичність та про те, який орган він представляє, засадничо не сумісні з авторитетом і функцією преси.

Приховані розслідування є в окремих випадках виправданими, якщо так можна одержати інформацію, що має особливий суспільний інтерес, котра інакше не доступна.

За нещасних випадків і катастроф преса зважає на те, що рятувальні заходи щодо жертв і тих, хто перебуває в небезпеці, мають пріоритет перед правом громадськості на інформацію.

Згідно з позицією міністра, Комітет дійшов висновку, що обидва журналісти недобросовісним способом проникли в палату для одержання інформації та фото. На думку Комітету, такі дії суперечать чесній журналістській роботі, зокрема, також через те, що міністр перенесла тяжку операцію і ще не відновила повністю свої сили. Незалежно від особи пріоритетом у цьому випадку є потреба захистити особу.

Норма 4.2 – Розслідування стосовно осіб, які потребують захисту

При розслідуваннях стосовно осіб, які потребують захисту, необхідна особлива стриманість. Це стосується насамперед людей, які не повністю володіють своїми розумовими або фізичними силами або ж перебувають в екстремальній психічній ситуації, а також дітей та молодих людей. Обмежена сила волі або особливе становище таких осіб не можна цілеспрямовано використовувати для одержання інформації.

Нотатки з юридичної практики

Чи має право громадськість на інформацію при захворюванні публічних осіб?

Хвороби та проблеми здоров'я належать до приватної сфери, право на захист якої мають також громадські діячі. Тому ЗМІ зазвичай не можуть про це повідомляти. Звісно, все залежить від конкретного випадку, але засадничо є загальноприйнятним: якщо успішна спортсменка, відомий актор, впливовий підприє-

мець чи знаменитий митець захворюють, то вони не зобов'язані допускати повідомлення про це.

Інша ситуація, коли захворює або має проблеми із здоров'ям особа, котра прагне обійняти або обіймає офіційну посаду: той, хто, наприклад, претендує на посаду федерального президента або міністра, має змиритися з тим, що преса повідомить правду про два перенесені інфаркти. Позаяк така інформація стосується працездатності претендента й, отже, його посадової придатності. При розслідуванні про офіційну особу є чинними такі самі правила, як і в інших випадках. Особа не повинна миритися з випадками, коли преса у своїх розслідуваннях застосовує недобросовісні методи лише тому, що вона є знаменитою. Той, хто проти волі знаменитості вдирається або проникає до неї, порушує недоторканність житла. Журналіст, котрий без згоди свого знаменитого співбесідника записує телефонну розмову, порушує закон щодо конфіденційності слова (§ 201 Кримінального кодексу). Знаменитості засадничо не зобов'язані допускати, щоб журналісти брали в облогу їхній будинок. Інші правила діють хіба до фоторозслідування щодо абсолютних громадських діячів: якщо хтось, наприклад, бачить федерального канцлера суботнім ранком під час закупів на ринку, засадничо має право фотографувати його в такій ситуації. Стосовно інших осіб це не було б дозволено (прийнятно).

Д-р Гаральд Вітгензорн, адвокат, Гамбург

Ситуація 2.

Рішення

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він доходить висновку, що прописана в статті 1 Пресового кодексу вимога правдиво інформувати громадськість не була порушена. На думку органу, немає жодних ознак критикованого скаржником вибіркового публікування прізвищ зачеплених політиків і односторонньої підтримки у виборчій боротьбі, що з цього випливає. Газета вказує на те, що конкретна інформація про зловживання бонусними мільярдами, які отримали депутати під час службових відряджень, стала відомою лише через аферу

Гунцінгера. Відтак газета попросила політиків усіх партій, представлених у Бундестагу, висловити свою позицію. Вони відреагували по-різному швидко, й у дуже багатьох випадках вдалося повністю зняти всі закиди. На думку Комітету з розгляду скарг, цей підхід відповідає журналістському обов'язку добросовісності. Інформацію, яку мала газета про можливе приватне використання бонусних миль, отриманих під час службових відряджень, редакція мусила додатково розслідувати. Неперевірена публікація списку прізвищ з журналістського погляду була б недопустима. Після того, як зачеплені депутати висловили редакції свою позицію, вона повідомила про результати. Це стосувалося представників усіх політичних партій. Цілеспрямованим повідомленням про партії урядової коаліції це не було.

Підказка з редакційного повсякдення

Часто в основі публікації лежить порушення конфіденційності, наприклад, з боку учасників засідання Кабінету, про яке наступного дня з'являється повідомлення. Це і є свобода преси. Вона охоплює всі види діяльності, пов'язані з пресовою роботою – від заснування підприємства до друку газети. Свобода преси також не обмежена «серйозними» газетами, як це багаторазово підкреслював Федеральний конституційний суд. Під захистом також перебуває конфіденційність редакційної роботи.

При цьому ні основне право на свободу висловлення думки, ані свобода преси не захищають протиправне здобуття інформації. Основне право на свободу інформації також дає лише право безперешкодно одержувати відомості із загальнодоступних джерел.

У той же час суд розрізняє протиправне здобуття інформації та поширення протиправно отриманої інформації. Останнє засадничо захищає свобода преси. Тому що одне із завдань преси – «вказувати на негаразди громадського значення».

*Д-р Райнгард Мюллер,
політичний редактор з питань права та правової політики,
«Франкфуртер альгемайне» від 6.08.02 р.*

Ситуація 3.

Рішення

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює зауваження. Комітет вважає, що газета своєю публікацією порушила статті 2 та 4 Пресового кодексу. Необхідно було в «шапці» інтерв'ю вказати на безкоштовну газету як на джерело.

Позаяк цього не зроблено і названо лише прізвища журналістів, то в читача складається враження, що бургомістр дав інтерв'ю редакторам бульварної газети. Оскільки це було не так, то порушено журналістську добросовісність. Комітет визнав до того ж недобросовісність розслідування, оскільки співбесідника не запитали дозволу перед публікацією статті в бульварній газеті. А така авторизація друкування була необхідною. Однак рішень щодо можливих порушень авторського права Пресова рада преси не приймає. Це питання має з'ясувати звичайний суд.

Щодо обов'язку авторизації цитати в цитаті

Особлива обережність необхідна при авторизації цитат особи, що містять висловлювання про третю особу, тобто цитати в цитаті. Тут слід розрізнити два випадки: йдеться у висловлюванні про третю особу про захищене статтею 5 абз. 1 Основного Закону висловлення думки чи воно містить доказове твердження про цю третю особу. При доказових твердженнях недостатньо одержати авторизацію від першої особи. Згідно з постановою Федерального вищого суду від 8 червня 2004 р., чинним є таке положення: якщо йдеться про доказове твердження про цю третю особу, то обов'язок журналістської добросовісності має поширюватись також на перевірку, чи приховане твердження відповідає дійсності.

*Джерело: BGH VI ZR 343/03 –
www.bundesgerichtshof.de*

НОРМАТИВИ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

ДЕКЛАРАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ПОВЕДІНКИ ЖУРНАЛІСТІВ

*Прийнята на II всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (Бордо, 25-28 квітня 1954 р.),
зі змінами на 18-му всесвітньому конгресі МФЖ
(Хельсінгьор, 2-6 червня 1986 р.)*

Ця міжнародна Декларація проголошена як стандарт професійної поведінки журналістів, які займаються збиранням, передачею, розповсюдженням і коментуванням новин та інформації, висвітленням подій.

Повага до істини та права громадськості на правду - перший обов'язок журналіста.

Виконуючи цей обов'язок, журналіст має завжди захищати принципи свободи під час чесного збирання і публікації новин та право на правдивий коментар і критику.

Журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посилаючись на факти, походження яких він / вона знає. Журналіст не має ігнорувати суттєву інформацію чи фальсифікувати документи.

Журналіст має використовувати лише чесні методи для отримання новин, фотографій та документів.

Журналіст має робити все можливе, щоб виправити будь-яку опубліковану інформацію, що виявилася згубно неточною.

Журналіст зобов'язаний зберігати професійну таємницю щодо джерела інформації, отриманої конфіденційно.

Журналіст має усвідомлювати небезпеку дискримінації, якій сприяють засоби масової інформації, та повинен робити все можливе, аби уникнути поширення такої дискримінації, що базується, крім усього іншого, на расових, статевих, сексуально орієнтаційних, мовних, релігійних, політичних чи інших поглядах, на національному або соціальному походженні.

Журналіст має розцінювати як серйозні порушення: плагіат; зловмисне введення в оману; наклеп, злослів'я, диффамацию,

безпідставні звинувачення; отримання хабара у будь-якій формі, враховуючи публікацію чи приховування інформації.

Журналісти, які гідні так називатися, мають вважати своїм обов'язком чесно дотримуватися вищезазначених принципів. У межах основного закону кожної країни журналіст має визначати в професійних питаннях сферу компетенції колег, за винятком кожного виду втручання урядами тощо.

КОДЕКС ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА

*Прийнятий на X з'їзді Національної спілки
журналістів України (квітень 2002 року)*

Свобода слова в діяльності засобів масової інформації є одним з найважливіших інститутів демократії. Керуючись Загальною декларацією прав людини, Всесвітньою Хартією свободи преси ООН, Декларацією принципів поведінки журналіста МФЖ, Конституцією та чинним законодавством України, Кодекс професійної етики українського журналіста визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків з тим, щоб його діяльність всіляко сприяла якнайкращому і найефективнішому виявленню власних творчих можливостей в ім'я утвердження добра і справедливості.

1. Головний обов'язок журналіста – сприяти забезпеченню права громадян на одержання оперативної інформації. Це зобов'язує його у своїй діяльності завжди бути об'єктивним, коректним, відповідальним за свою справу. Журналіст поширює і коментує лише ту інформацію, у правдивості якої переконаний. Він уникає неповноти або неточностей чи викривлень інформації, які могли б завдати моральної шкоди честі та гідності людини, неприпустимі з його боку недостовірні повідомлення. Журналіст відповідальний перед читачем, слухачем та глядачем.

2. При виконанні професійних обов'язків журналіст не може вдаватися до протизаконних, некоректних способів одержання

інформації, використовувати своє службове становище в особистих цілях. Як тяжкий злочин мають сприймаються факти одержання ним за будь-яких обставин платні (хабара) за поширення брехливої або утаювання достовірної інформації. Журналіст поважає осіб, які надають йому інформацію, не розголошує її джерел.

3. Журналіст має право відмовитися від виконання завдання редакції з підготовки та поширення власної інформації, якщо її зміст після редакційної правки зазнав істотних змін, що суперечать його переконанням або пов'язані з порушенням норм професійної етики. В усіх інших випадках, коли журналіст оприлюднює неправдиву інформацію, в якій перекручено факти або ж зведено наклеп чи завдано моральної образи людині, він зобов'язаний у тому ж самому засобі масової інформації визнати свою провину через вибачення і виправлення помилок.

4. Журналіст повинен уникати у своїх публікаціях та передачах образ з приводу національних, расових, етичних та релігійних поглядів і почуттів людей, протидіяти екстремізму та обмеженню громадянських прав за будь-якими ознаками. Він утримується від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, зобов'язаний уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики. Особливу чуйність і тактовність журналіст має виявляти щодо дітей та неповнолітніх. Водночас журналіст зобов'язаний сприяти зміцненню моральних та етичних засад суспільства, збереженню національних, культурних традицій, протистояти впливу культу насильства, жорстокості, порнографії.

5. Журналіст у своїх повідомленнях не втручається у судові справи, поки ведеться слідство, уникає характеристик людей, запідозрених у злочині, але вина яких не встановлена вироком суду, що набрав законної сили. Не виключається його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, що мають громадське звучання і покликані захищати інтереси суспільства та особи.

6. Журналіст дорожить власним авторитетом та репутацією, несе не лише юридичну, а й моральну відповідальність перед

суспільством за правильність повідомлень і справедливість суджень, поширених за власним підписом, під псевдонімом чи анонімно, але з його відома та згоди.

7. Журналіст у своїй професійній поведінці не має права ставити особисті інтереси понад усе. Замовчування чи поширення ним інформації шляхом одержання незаконних винагород або подання її як такої, що містить наклеп, упередженість, необгрунтовані звинувачення, – неприпустимі. Привласнення чужих думок і творів, матеріалів частково чи повністю (плагіат) суперечить професійній етиці журналіста, є підставою для осуду його з боку колег і оцінюється ними як ганебний вчинок.

8. Журналіст у практичній діяльності не піддається тиску владних структур, особливо в тих випадках, коли йому нав'язують чужу чи хибну думку, орієнтують на фальсифікацію фактів. Він вважає непристойним використовувати свою репутацію і службове становище для поширення матеріалів з метою наживи, самореклами, у кар'єристських цілях та керуючись прагненням догодити певним силам чи особам.

9. Журналіст покликаний постійно працювати над підвищенням власного фахового рівня, плекати свою основну зброю – слово, суворо дотримуватися конституційних норм функціонування української та інших мов в Україні, рішуче виступати проти фактів неповаги до державної мови, приниження її ролі та значення у житті суспільства.

10. Журналіст поважає і відстоює професійні права колег, дотримується норм і правил поведінки у редакційному колективі. Він повинен бути уособленням скромності, наполегливості і працелюбності. Його моральний обов'язок – допомога у фаховому становленні молодих журналістів на шляху до творчого визнання, виявляти професійну солідарність з колегами по інформаційній діяльності як в Україні, так і за її межами.

11. Порушення журналістом положень цього Кодексу піддається громадському осудові, розглядається на зборах редакційних колективів, у первинних організаціях Національної спілки журналістів та радами професійної етики, що створюються при правліннях регіональних організацій НСЖУ.

ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЗАСАДИ (ПРЕСОВИЙ КОДЕКС, НІМЕЧЧИНА)

*Ухвалила Німецька пресова рада у співпраці з пресовими спілками та передано Федеральному президентові Густаву Ф.Гайнеманну 12 грудня 1973 року в Бонні.
У редакції від 20 червня 2001 року.*

Преамбула

Гарантована Основним Законом ФРН свобода преси охоплює в собі незалежність та свободу інформації, висловлення думки та критики. Видавець, відповідальний редактор і журналісти у своїй роботі мають усвідомлювати відповідальність перед громадськістю та свій обов'язок дбати про авторитет преси. Вони виконують своє публіцистичне завдання згідно зі своїми знаннями та сумлінням, незалежно від особистого інтересу та сторонніх мотивів.

Публіцистичні засади конкретизують професійну етику преси. Вона охоплює обов'язок в рамках Конституції та конституційних законів дбати про авторитет преси та захищати свободу преси.

Норми щодо захисту даних у редакціях поширюються на пресу, якщо вона збирає, опрацьовує або використовує особисті дані для журналістських і редакційних цілей. Під час журналістських розслідувань, при редагуванні, публікації, документуванні та архівуванні цих даних преса поважає приватне життя, інтимну сферу та право на інформаційне самовизначення людини. Професійна етика забезпечує кожному право подати скаргу на пресу. Скарги є обґрунтованими, якщо наявне порушення професійної етики.

СТАТТІ

Стаття 1

Повага до правди, повага до людської гідності та правдиве інформування громадськості є найвищими заповідями преси.

Стаття 2

Призначені для публікації певні новини та інформація в сло-

вах та образах мають бути перевірені на істинність і залежно від обставин – ретельно. Їхній сенс не повинен бути ані перекрученим, ані сфальшованим через опрацювання, напис чи підпис під фото. Документи мають бути відтворені точно за змістом. Непідтверджені повідомлення, чутки та припущення слід такими й позначати.

Фотографії-символи мають як такі бути розпізнаваними або позначуваними.

Стаття 3

Опубліковані новини чи твердження, передусім особистого характеру, які пізніше виявились неправдивими, орган, який їх опублікував, повинен негайно та з власної ініціативи виправити в адекватний спосіб.

Стаття 4

При одержанні даних, новин, інформації та зображень, що стосуються особи, не застосовувати недобросовісні методи.

Стаття 5

Зasadничо слід дотримуватись домовленої конфіденційності.

Стаття 6

Кожна особа, зайнята у пресі, дбає про авторитет та достовірність ЗМІ, а також про професійну таємницю, користується правом відмови свідчити і не викриває інформантів без їхнього чіткого дозволу.

Стаття 7

Відповідальність преси перед громадськістю вимагає, щоб на редакційні публікації не справляли впливу приватні чи ділові інтереси третіх осіб або ж особисті економічні інтереси журналістів. Видавці та редактори повинні відкидати подібні спроби та зважати на чітке відмежування редакційного тексту від публікацій рекламного характеру.

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей. Якщо ж приватна поведінка зачіпає публічні інтереси, то в окремих випадках вона може ставати предметом розгляду у пресі. При цьому слід зважати на те, щоб публікація не порушувала особисті права не залучених осіб.

Преса поважає право на інформаційне самовизначення та забезпечує редакційний захист особистих даних.

Стаття 9

Журналістській етиці суперечить публікація необґрунтованих тверджень і звинувачень, особливо якщо вони ображають честь.

Стаття 10

Публікація текстів і зображень, які можуть відчутно вразити моральні або релігійні почуття певної групи осіб за формою та змістом, несумісна з відповідальністю преси.

Стаття 11

Преса відмовляється від неадекватного сенсаційного зображення насильства та брутальності. У повідомленнях слід враховувати захист дітей і молоді.

Стаття 12

Нікого не можна піддавати дискримінації за ознаками статі чи належності до певної расової, етнічної, релігійної, соціальної або національної групи.

Стаття 13

Повідомлення про розслідування, кримінальні провадження та інші формальні процедури треба робити неупереджено. Від початку та протягом усього перебігу таких проваджень преса має уникати преюдиціальних оцінок у текстах і заголовках. Поки не виголошено судові рішення, підозрюваного не можна зображувати винним. Без дуже поважних причин про судові рішення не слід повідомляти до їхнього проголошення.

Стаття 14

У повідомленнях на медичні теми слід уникати неналежного сенсаційного зображення, котре могло б викликати у читача необґрунтовані побоювання або надії. Результати досліджень, що перебувають на ранній стадії, не слід представляти як завершені або майже завершені.

Стаття 15

Отримання та надання привілеїв будь-якого виду, які можуть негативно вплинути на свободу ухвалення рішень видавництва та редакції, несумісні з репутацією, незалежністю та завданнями преси. Той, хто бере хабарі за поширення чи непоширення

новин, діє безчесно та всупереч професійним засадам.

Стаття 16

Засадам чесного інформування відповідає публікація доган, які публічно виголосила Німецька пресова рада, передусім у друкованих органах, яких вони стосуються.

КОДЕКС ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ ШВЕЦІЇ

(уривки)

Враховуючи той факт, що судові розгляди щодо засобів масової інформації відбуваються в Швеції вкрай рідко, існує потреба в інших інститутах суспільства, куди громадяни можуть звернутися зі скаргами на публікацію, з вимогою опублікувати спростування або виправити неправильні дані. Можливість врегулювати спірні питання без втручання судових інстанцій регламентується не законодавчими актами, а добровільними зобов'язаннями, узятими самою пресою. Перший Кодекс журналістської етики з'явився в Швеції ще в 1923 році. Звід етичних правил був складений Клубом публіцистів і служив «дороговказною зіркою» для редакцій видань та їхніх працівників, а також підґрунтям для роботи Ради у справах преси. Звичайно, з тих пір змінилося багато чого: склад і форми роботи Ради у справах преси, Кодекс журналістської етики, який не раз удосконалювався, доповнювався і редагувався. Нижче наведена та частина Кодексу, яка має відношення до правил публікації.

ПРАВИЛА ПУБЛІКАЦІЇ

Забезпечте достовірність інформації

1. Роль ЗМІ в сучасному суспільстві і довіра до них з боку громадськості вимагають від них коректної і всебічної передачі новин.

2. Критично ставтеся до джерел інформації. Перевіряйте дані настільки ретельно, наскільки дозволяють обставини, навіть у тому випадку, коли ці дані публікувалися раніше. Забезпечте чітке розмежування подачі фактів і коментарів.

3. Рекламна афіша номера, заголовки і лід статті повинні відображати основний зміст відповідних статей або репортажів.

4. Переконайтеся в автентичності фотографій. Слідкуйте за точністю ілюстрацій і графіків і за використанням їх у вірному контексті.

Не уникайте дискусій

5. Фактичні помилки повинні бути виправлені на першу вимогу. Кожному бажаному, який хоче спростувати яку-небудь заяву і має на це законне право, повинна бути надана така можливість. Виправлення та спростування слід публікувати без зволікання і в такому вигляді, щоб їх відразу могли помітити ті, хто читав первинний матеріал. Необхідно зазначити, що спростування не завжди потребує коментарю редакції.

6. Негайно публікуйте зауваження та догани на адресу вашої газети, винесені Радою у справах друку.

Поважайте недоторканність приватного життя

7. Будьте уважні при публікації фактів, пов'язаних з вторгненням у приватне життя громадян. Вдавайтеся до цього тільки при наявності яскраво вираженого громадського інтересу.

8. Будьте гранично делікатні при публікації матеріалів про самогубства або спроби самогубства, беручи до уваги почуття рідних і близьких та враховуючи принцип недоторканності приватного життя.

9. Будьте особливо уважні по відношенню до жертв насильства та нещасних випадків. Публікація імен в таких випадках може завдати серйозної моральної шкоди потерпілим та їх близьким.

10. Не акцентуйте увагу на расовій і національній приналежності людини, її статі, професії, політичних і релігійних переконаннях, якщо такі подробиці не є контекстуально або змістовно необхідними.

Будьте уважні при використанні фотографій

11. Вищенаведені правила стосуються також і фотографій.

12. Монтаж, цифрова обробка фотографій та підписи до них не повинні вводити читача в оману і викликати у нього неправильні уявлення. Обов'язково підпишіть піддану змінам фотографію або фотомонтаж відповідним роз'ясненнями. Це ж

відноситься і до використання архівних матеріалів.

Вислухайте всі сторони

13. Дайте можливість людині, на адресу якої висловлено критичні зауваження, відразу ж відповісти на них. Намагайтеся викласти думки всіх зацікавлених сторін. Майте при цьому на увазі, що єдиною метою деяких заяв може бути завдання шкоди іншим сторонам.

14. Пам'ятайте, що за законом особа, яка підозрюється у вчиненні кримінально карного діяння, вважається невинною, поки її вина не буде повністю доведена судом. Завжди слід повідомляти про остаточне рішення суду з висвітлюваної раніше справи.

Будьте обережні при публікації імен

15. Ретельно зважте можливі згубні наслідки публікації імен людей. Публікуйте ім'я людини лише в тому випадку, коли цього вимагає суспільний інтерес.

16. Якщо не передбачається вказувати імені людини, утримайтеся від публікації її фотографій, а також від згадування даних, що дозволяють її впізнати, - таких, наприклад, як рід занять, посада, вік, стать чи національність.

17. Майте на увазі, що вся відповідальність за публікацію імен і фотографій повністю лежить на особі, що їх оприлюднила.

РЕДАКЦІЙНІ ЦІННОСТІ БІ-БІ-СІ

Бі-Бі-Сі вбачає свій обов'язок у забезпеченні найвищих редакційних та етичних стандартів своїх програм і послуг як у Великобританії, так і в усьому світі.

Ми прагнемо досягнення балансу між нашими правами на свободу висловлювання та інформації і нашими обов'язками – наприклад, поважати недоторканність приватного життя і захищати дітей.

Редакційні настанови Бі-Бі-Сі представляють собою виклад цінностей і стандартів, напрацьованих нами для власних потреб упродовж багатьох років. Вони також систематизують найкращі методи практичної роботи, на які ми сподіваємося від творців і

виробників усіх матеріалів Бі-Бі-Сі незалежно від того, робить її сама Бі-Бі-Сі чи якась незалежна компанія, що працює на Бі-Бі-Сі, а також від того, чи призначена вона для:

- радіо
- телебачення
- Інтернету
- мобільних пристроїв
- інтерактивних послуг
- друкованого слова.

У міру розвитку різноманітних технологій ці настанови стосуються наших матеріалів незалежно від того, хто їх виробляє і яким чином їх одержують.

Цінностей і стандартів, окреслених у цих настановах, необхідно дотримуватися незалежно від місця. Значна частина продукції Бі-Бі-Сі в наш час може бути отримана в будь-якій країні світу. Продюсери матеріалів, які працюють над продуктами для Великобританії, повинні пам'ятати, що вироблений ними матеріал може бути переданий у ту країну, якої він стосується.

Правдивість и точність

Ми прагнемо бути точними і правдиво висвітлювати події. Точність має більше значення, ніж швидкість, і часто це не просто питання достовірності фактів. Щоб дістатися правди, ми зважуємо всі відповідні факти та інформацію. Результат нашої роботи має ґрунтуватися на надійних джерелах, твердих доказах, ретельній перевірці і подаватися зрозумілою і точною мовою. Ми маємо бути чесні і відверті щодо того, що нам невідомо, і уникати необґрунтованих припущень.

Безсторонність і багатоманітність думок

Ми прагнемо бути справедливими й відвертими і відображати всі значні думки через дослідження діапазону і конфліктів різних точок зору. Ми маємо бути об'єктивними і безсторонніми у своєму підході до предмета. Там, де це доречно, ми маємо надавати професійні судження, але ніколи не підтримувати окрему думку щодо суперечливих питань публічної політики або щодо політичних чи трудових суперечностей.

Редакційна чесність і незалежність

Бі-Бі-Сі незалежна від інтересів як держави, так і різних партій. Наша аудиторія може бути впевненою в тому, що на наші рішення не впливають політичний чи комерційний тиск або будь-які особисті інтереси.

На службі суспільних інтересів

Ми прагнемо висвітлювати значні події. Ми маємо бути енергійні з метою дійти суті кожного матеріалу і добре поінформовані при його поясненні. Досвід і знання фахівців додають авторитету й аналізу до погляду на складний світ, у якому ми живемо. Ми маємо звертатися із запитаннями по суті до людей, що обіймають державні посади, і забезпечувати всеосяжний форум для публічних дискусій.

Справедливість

Результати нашої роботи ґрунтуються на справедливості, відкритості і прямоті. До учасників програм потрібно ставитися справедливо і з повагою.

Недоторканність приватного життя

Ми маємо поважати недоторканність приватного життя і не порушувати її без достатніх на те підстав, хоч би в якій частині світу ми працювали. Поведінка в побуті, листування і бесіди не повинні ставати надбанням громадськості, якщо тільки тут немає чіткої суспільної зацікавленості.

Завдання шкоди і образ

Ми намагаємося відобразити світ таким, як він є, охоплюючи всі аспекти людського досвіду та реалій живого світу. Проте ми врівноважуємо своє право на передачу і публікацію нової і суперечливої інформації зі своєю відповідальністю стосовно захисту вразливих людей.

Діти

Ми завжди прагнутимемо до збереження благополуччя дітей і молоді, які беруть участь і показані в наших матеріалах, незалежно від того, де у світі ми працюємо. Ми також маємо ставити на належні місця в розкладі матеріали, що можуть не підходити для дітей.

Підвітність

Ми відповідальні перед своєю аудиторією і поводитимемося з

нею справедливо й відверто. Постійна довіра цієї аудиторії до Бі-Бі-Сі є ключовим аспектом наших взаємовідносин. Ми маємо бути відверті, визнаючи свої помилки, і заохочувати культуру готовності навчатися з цих помилок.

Будь-яку пропозицію вийти за межі цих настанов слід обговорювати з розпорядчим редактором редакційної політики.

Резолюція 1003 (1993) Ради Європи Про етичні принципи журналістики

Асамблея підтверджує наведені нижче етичні принципи журналістики і вважає, що вони мають застосовуватися для цієї професії в усій Європі.

Повідомлення та міркування

1. На додаток до законних прав і обов'язків, викладених у відповідних правових нормах, ЗМІ мають моральну відповідальність перед громадянами й суспільством, що слід підкреслити саме зараз, коли інформація та комунікація відіграють дуже важливу роль у формуванні особистих позицій громадян і в розвитку суспільства та демократичного життя.

2. Професія журналіста передбачає права й обов'язки, свободи та відповідальність.

3. Основним принципом будь-якої етичної засади журналістики є те, що повідомлення та міркування слід чітко розділяти, змішувати їх недопустимо. Повідомлення — це інформація про факти й події, тоді як міркування — це вираження поглядів, ідей, вірувань або оціночних суджень з боку медіа-компаній, видавців і журналістів.

4. Поширення повідомлень має базуватися на принципі достовірності, що забезпечується відповідними засобами перевірки й доказів, а також на неупередженості подання, опису й розповіді. Чутки не повинні бути складовою повідомлень. Заголовки та виклад повідомлень мають відображати сутність представлених фактів і даних якомога точніше.

5. Висловлення міркувань може включати думки або коментарі стосовно загальних ідей чи зауваження відносно повідомлень,

що стосуються поточних подій. Хоча міркування обов'язково є суб'єктивними, а тому не можуть і не повинні відповідати критерію вірогідності, слід вимагати, щоб міркування висловлювалися чесно й відповідно до етичних засад.

6. У міркуваннях, що набувають форми коментарів подій або дій окремих осіб чи установ, не варто намагатися заперечувати реальні факти або події чи приховувати їх.

Право на інформацію як основне право людини. Видавці, власники й журналісти

7. Робота, яку виконують ЗМІ, — це одна з форм посередництва й надання інформаційних послуг, а права, які мають ЗМІ в зв'язку зі свободою інформації, залежать від одержувачів (цих послуг), тобто громадян.

8. Право на інформацію — одне з основоположних прав, якому надається велике значення в практиці Європейської комісії та Європейського суду з прав людини за статтею 10 Європейської конвенції з прав людини; воно закріплено й у статті 9 Європейської конвенції про транскордонне телебачення, а також в усіх демократичних конституціях. Власником права є громадянин, котрий також має право вимагати, щоб інформація, яку надають журналісти, подавалася правдиво, якщо мова йде про повідомлення, та чесно, якщо йдеться про міркування, без зовнішнього втручання з боку органів державної влади або приватних осіб.

9. Органам державної влади не слід вважати, що вони є власниками інформації. Представницький характер цих органів забезпечує їм правовий базис для діяльності, спрямованої на гарантування плюралізму в ЗМІ та його поширення, забезпечення необхідних умов для здійснення свободи вираження поглядів і права на інформацію, а також запобігання цензурі. Втім, Комітет міністрів свідомий цього, про що свідчить його Декларація про свободу вираження поглядів та інформації, ухвалена 29 квітня 1982 року.

10. Коли йдеться про журналістику, слід пам'ятати, що вона спирається на ЗМІ, котрі є частиною корпоративної структури, в рамках якої потрібно розділяти видавців, власників і журналістів. Тому треба не тільки гарантувати свободу ЗМІ, а й забезпечити

свободу всередині ЗМІ, уникаючи внутрішнього тиску.

11. Інформаційним організаціям слід розглядати себе як особливі соціально-економічні агенції, підприємницькі завдання яких варто обмежити умовами, що забезпечать доступ до основного права.

12. Інформаційні організації мають демонструвати прозорість у питаннях власності та управління засобами масової інформації, даючи громадянам можливість чітко визначати особи власників та ступінь їхніх економічних інтересів у ЗМІ.

13. В інформаційній організації видавці й журналісти мають співіснувати, пам'ятаючи, що законна повага до ідеологічної спрямованості видавців і власників обмежена абсолютною вимогою щодо достовірності повідомлень і моральності міркувань. Це важливо, якщо ми збираємося поважати основоположне право громадян на інформацію.

14. Згідно з цими вимогами, потрібно посилити гарантії свободи вираження для журналістів, оскільки саме вони, в кінцевому підсумку, мають виступати як останнє джерело інформації. Для цього нам слід законодавчо розкрити й зробити більш прозорою сутність положення про свободу совісті та професійну таємницю відносно конфіденційності джерел завдяки гармонізації національних законодавчих положень з цього питання таким чином, щоб їх можна було застосовувати в демократичній Європі в ширшому контексті.

15. Ні видавцям, ні власникам, ні журналістам не слід думати, що вони є хазяїнами повідомлень. Інформаційні організації мають ставитися до інформації як до основоположного права громадянина, а не як до товару. Відтак, засобам масової інформації не треба експлуатувати якість або зміст повідомлень чи міркувань задля збільшення кількості читачів або глядачів і, відповідно, прибутків від реклами.

16. Якщо ми маємо забезпечити, щоб до інформації ставилися з етичної точки зору, її цільову аудиторію слід розглядати як окремих осіб, а не як масу.

Функції журналістики та її етична діяльність

17. Інформація та комунікація, які передаються журналістами

за допомогою засобів масової інформації та за могутньої підтримки нових технологій, мають вирішальне значення для розвитку людини й суспільства. Вони потрібні для демократичного життя, оскільки, якщо демократія має розвиватися й далі, вона повинна гарантувати громадянам участь у громадських справах. Досить сказати, що така участь була б неможливою, якби громадяни не одержували інформацію про суспільні справи, якої вони потребують та яку ЗМІ мають їм надавати.

18. Важливість інформації, зокрема радіо- й теленовін, для культури й освіти було висвітлено в Рекомендації Асамблеї 1067. Її вплив на громадську думку є беззаперечним.

19. Було б неправильно, виходячи з важливості цієї ролі, зробити висновок про те, що ЗМІ дійсно репрезентують громадську думку, або про те, що вони мають взяти на себе конкретні функції органів державної влади чи її установ освітнього або культурного характеру, наприклад шкіл.

20. Це призвело б до перетворення ЗМІ й журналістики на владу або антивладу (медіакратію), навіть якби вони не були представниками громадян чи об'єктом такого самого демократичного контролю, як органи державної влади, й не володіли б спеціальними знаннями відповідних культурних або освітніх закладів.

21. Отже, журналістика не повинна змінювати правдиву й неупереджену інформацію або чесні думки, використовувати їх на користь ЗМІ, намагаючись створити чи сформувану громадську думку, оскільки законність журналістики ґрунтується на ефективній повазі основоположного права громадян на інформацію як складовій поваги демократичних цінностей. Тому журналістика, пов'язана із законними розслідуваннями, обмежується достовірністю й чесністю інформації та думок і є несумісною з журналістськими кампаніями, що проводяться на підставі заздалегідь напрацьованих позицій і спеціальних інтересів.

22. У журналістиці інформація та міркування мають поважати презумпцію невинуватості, зокрема коли ідеться про справи, що перебувають у провадженні, й утримуватися від проголошення рішень.

23. Слід поважати право людини на приватне життя. Особи, які перебувають на державній службі, мають право на захист свого приватного життя, за винятком випадків, коли воно може впливати на публічне життя. Той факт, що людина обіймає державну посаду, не позбавляє її права на повагу до її приватного життя.

24. Намагання встановити баланс між правом на повагу до приватного життя, закріпленим у статті 8 Європейської конвенції з прав людини, і свободою вираження поглядів, гарантованою в статті 10, добре проілюстровано практикою останніх років Європейської комісії і Європейського суду з прав людини.

25. У журналістській професії мета не виправдовує засоби, тому інформацію слід одержувати правовими та етичними способами.

26. На вимогу зацікавлених осіб ЗМІ, що спеціалізуються на новинах, повинні точно, автоматично, швидко й з використанням усієї належної інформації виправляти будь-яку новину або міркування, яке вони повідомили, а воно виявилось неправдивим або помилковим. Національне законодавство має передбачити відповідні санкції і, якщо необхідно, відшкодування.

27. З метою гармонізувати застосування й здійснення цього права в державах-членах Ради Європи слід впровадити в життя резолюцію (74) 26 «Про право на відповідь — стан особи відносно преси», ухвалену Комітетом міністрів 2 липня 1974 року, а також відповідні положення Європейської конвенції про транс-кордонне телебачення.

28. З метою забезпечити високоякісну роботу й незалежність журналістів їм необхідно гарантувати пристойну оплату, належні умови й засоби для діяльності.

29. У відносинах, які журналіст має підтримувати з органами державної влади або з економічними колами під час виконання своїх обов'язків, він повинен уникати будь-яких компромісів, що можуть вплинути на його незалежність і неупередженість.

30. У журналістиці не можна змішувати дискусійні або сенсаційні теми з фактами, про які важливо дати інформацію. Під

час здійснення професійних обов'язків журналісти не можуть ставити собі за головну мету здобуття престижу й особистого впливу.

31. З огляду на складність процесу забезпечення інформацією, який все більше залежить від застосування нових технологій, швидкості й стислості, від журналістів слід вимагати відповідної професійної підготовки.

Правила керування редакційним колективом

32. В інформаційних агенціях мають співіснувати видавці, власники й журналісти. З цією метою для редакційних колективів слід розробити правила, які регулюватимуть професійні відносини між журналістами, видавцями й власниками ЗМІ, окремо від звичайних вимог, що регулюють робочі відносини. У таких правилах можна передбачити створення редакційних рад.

Конфліктні ситуації та випадки спеціального захисту

33. Ситуації тиску й конфлікту виникають іноді в суспільстві під впливом таких факторів, як тероризм, дискримінація меншин, ксенофобія або війна. За таких обставин ЗМІ мають моральне зобов'язання захищати демократичні цінності — повага людської гідності, розв'язання проблем мирними засобами й у дусі терпимості — та, відповідно, протистояти насильству і мові ненависті й конфронтації, а також знищувати всі форми дискримінації, що ґрунтуються на питаннях культури, статі або релігії.

34. Ніхто не повинен залишатися осторонь питань захисту демократичних цінностей. Для цього ЗМІ мають відігравати головну роль у запобіганні напруженості, а також сприяти взаєморозумінню, терпимості та довірі між різними громадами в регіонах, де панують конфлікти, як це зробив Генеральний секретар Ради Європи, заохочуючи до запровадження заходів довіри в колишній Югославії.

35. Зважаючи на дуже специфічний вплив ЗМІ, зокрема телебачення, на позиції дітей і молоді, слід уникати транслявання передач, повідомлень або зображень, що пропагують насильство, насаджують секс і споживацькі настрої або навмисно використовують невідповідну мову.

Етика та саморегулювання в журналістиці

36. Зважаючи на наведені вище необхідні умови й основні принципи, ЗМІ мають взяти на себе зобов'язання підкоритися жорстким етичним нормам, які гарантують свободу вираження поглядів і здійснення основного права громадян на одержання правдивої інформації та чесних міркувань.

37. З метою проведення моніторингу за впровадженням цих принципів потрібно утворити органи або механізми саморегулювання, до яких залучити видавців, журналістів, об'єднання користувачів ЗМІ, експертів із академічних кіл і суддів. Вони відповідатимуть за видання резолюцій щодо поваги правил етики в журналістиці, заручившись попереднім зобов'язанням ЗМІ публікувати відповідні резолюції. Це допоможе громадянинові, який має право на одержання інформації, робити або позитивні, або негативні висновки про роботу журналіста й рівень довіри до неї.

38. Органи або механізми саморегулювання, об'єднання користувачів ЗМІ та відповідні факультети університетів могли б щороку публікувати дослідження, зроблені постфактум, про достовірність інформації, що поширюється ЗМІ, порівнюючи новини з реальними фактами. Це слугуватиме показником довіри, який громадянин зможе використовувати як дороговказ щодо етичного стандарту, досягнутого кожним окремим засобом масової інформації, або кожним його підрозділом, чи навіть кожним окремим журналістом. Відповідні коригуючі механізми одночасно зможуть допомогти фахівцям ЗМІ поліпшити спосіб виконання журналістських обов'язків.

Рада Європи. Комітет міністрів. Рекомендація № R (2000) 7 Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації

(Ухвалена Комітетом міністрів 8 березня 2000 року на 701-му засіданні заступників міністрів)

Комітет міністрів, відповідно до пункту b статті 15 Статуту Ради Європи,

беручи до уваги, що метою Ради Європи є досягнення більшої єдності між її членами задля збереження й втілення ідеалів і

принципів, які є їхньою спільною спадщиною,

згадуючи зобов'язання держав-членів щодо основного права на свободу вираження поглядів, гарантованого статтею 10 Конвенції про захист прав і основних свобод людини,

підтверджуючи знову, що право на свободу вираження поглядів та інформації є однією з найсуттєвіших засад демократичного суспільства, а також однією з основних умов його прогресу і розвитку кожної людини, як це зазначено в Декларації про свободу вираження поглядів та інформації 1982 року,

підтверджуючи знову потребу для демократичного суспільства забезпечити відповідні засоби, що сприятимуть розвитку вільних, незалежних і плюралістичних ЗМІ,

визнаючи, що вільна й безперешкодна журналістська діяльність охороняється правом на свободу вираження поглядів і є основною передумовою права громадськості бути поінформованою стосовно справ, що її стосуються,

впевнений у тому, що захист журналістських джерел інформації є важливою умовою роботи та свободи журналістів, так само, як свободи ЗМІ,

згадуючи, що за професійними кодексами поведінки багато журналістів взяли на себе зобов'язання не розкривати своїх джерел інформації, якщо вона одержана конфіденційним шляхом,

згадуючи, що захист журналістів та їхніх джерел закладений у правових системах деяких держав-членів, згадуючи також, що використання журналістами права не розкривати свої джерела інформації пов'язано з обов'язками й відповідальністю, як це зазначено в статті 10 Конвенції про захист прав і основних свобод людини,

знайомий із резолюцією Європейського Парламенту від 1994 року «Про конфіденційність журналістських джерел та право державних службовців розкривати інформацію»,

знайомий із резолюцією № 2 «Свободи журналістів і права людини» 4-ї Європейської конференції міністрів з питань політики в галузі ЗМІ, що відбулась у Празі в грудні 1994 року, та згадуючи рекомендацію № R (96) 4 «Про захист журналістів за

умов конфліктів і тиску»,

рекомендує урядам держав-членів:

1) впровадити до національного законодавства й практики принципи, що додаються до цієї Рекомендації;

2) широко розповсюдити цю Рекомендацію та принципи, що додаються до неї, якщо необхідно — з перекладом і, зокрема,

3) довести їх до відома органів державної влади, поліції та суду, а також зробити доступними для журналістів, ЗМІ та їхніх професійних організацій.

Додаток до Рекомендації № R (2000) 7 **Принципи, що стосуються права журналістів** **не розкривати свої джерела інформації**

Визначення

Для цілей цієї Рекомендації:

а) термін «журналіст» означає будь-яку фізичну або юридичну особу, яка регулярно або професійно задіяна в зборі та публічному поширенні інформації через будь-які засоби масової інформації;

б) термін «інформація» означає будь-яку констатацію факту, думки або ідеї у формі тексту, звуку та/або зображення;

с) термін «джерело» означає будь-яку особу, яка передає інформацію журналістові;

д) термін «інформація, що ідентифікує джерело», означає оскільки це може призвести до ідентифікації джерела:

I) ім'я та дані особистісного характеру, а також голос та зображення джерела,

II) фактичні обставини одержання журналістом інформації від джерела,

III) неопублікований зміст інформації, що передається журналістові від джерела, та

IV) дані особистісного характеру журналістів та їх наймачів, що стосуються їхньої професійної справи.

Принцип № 1. Право журналістів на нерозкриття

Національне законодавство та практична діяльність держав-

членів мають забезпечити чіткий і прозорий захист права журналістів не розкривати інформацію, що ідентифікує джерело, згідно зі статтею 10 Конвенції про захист прав і основних свобод людини (далі — Конвенція) та принципами, що в ній проголошуються, які слід розглядати як мінімальні стандарти поваги цього права.

Принцип № 2. Право інших осіб на нерозкриття

Інші особи, які в силу своїх професійних зв'язків із журналістами одержують відомості про інформацію, що ідентифікує джерело, в процесі збору, редакційної підготовки або поширення цієї інформації мають бути такою самою мірою захищені відповідно до принципів, що тут проголошуються.

Принцип № 3. Обмеження права на нерозкриття

а. Право журналістів не розкривати інформацію, що ідентифікує джерело, не підлягає жодним обмеженням, крім тих, що наведені в пункті 2 статті 10 Конвенції. Вирішуючи, чи законним є інтерес щодо розкриття, яке потрапляє до сфери застосування пункту 2 статті 10 Конвенції щодо нерозкриття інформації, яка ідентифікує джерело, якщо превалює державний інтерес, уповноважені органи влади держав-членів мають звернути особливу увагу на важливість права не розкривати джерела й на перевагу, що надається йому в практиці Європейського суду з прав людини. Ці органи можуть ухвалити рішення про розкриття тільки у випадку, якщо, відповідно до пункту b, існують державні інтереси надзвичайної ваги та якщо обставини носять надзвичайно важливий і серйозний характер.

b. Розкриття інформації, що ідентифікує джерело, вважається необхідним, якщо може бути переконливо доведено, що:

I) зважених заходів, альтернативних розкриттю, не існує або вони вже вичерпані особами чи органами державної влади, які намагалися здійснити розкриття, та

II) законний інтерес щодо розкриття очевидно переважає державний інтерес щодо нерозкриття, пам'ятаючи при цьому, що:

– доведена домінуюча вимога необхідності розкриття,

- обставини носять надзвичайно важливий та серйозний характер,
 - необхідність цього розкриття визначена як така, що відповідає нагальній соціальній потребі, та
 - держави-члени наділені певним дискреційним правом, визнаючи таку потребу, але це дискреційне право йде пліч-о-пліч із контролем з боку Європейського суду з прав людини.
- с. Наведені вище вимоги застосовуються на всіх етапах будь-якого процесу, в якому можна посилатися на право не розкривати джерела інформації.

Принцип № 4. Докази, альтернативні журналістським джерелам

У провадженні справи проти журналіста про нібито порушення честі або репутації особи органи влади повинні розглянути, з метою встановлення правди чи, навпаки, голослівності твердження, всі докази, які є доступними для них за національним процесуальним правом, і не можуть вимагати з цією метою розкриття інформації, що ідентифікує журналістське джерело.

Принцип № 5. Умови, що стосуються розкриття

а. Клопотання або вимога щодо ініціювання будь-якої дії з боку уповноважених органів, спрямовані на розкриття інформації, що ідентифікує джерело, може вноситися тільки особами або органами державної влади, які мають прямий законний інтерес щодо розкриття.

б. Журналісти повинні бути поінформовані уповноваженими органами стосовно їхнього права не розкривати інформацію, що ідентифікує джерело, так само як про обмеження цього права, ще до висунення вимоги про розкриття.

с. Санкції за нерозкриття інформації, яка ідентифікує джерело, можуть накладатися на журналістів лише судовими органами в процесі судового розгляду, що передбачено відповідним правом журналістів на розгляд згідно зі статтею 6 Конвенції.

д. Журналісти повинні мати право на перегляд іншим судовим органом рішення про накладення на них санкції за нерозкриття інформації, що ідентифікує джерело.

е. Якщо журналісти відгукуються на прохання або вимогу розкрити інформацію, що ідентифікує джерело, уповноважені органи мають розглянути питання про застосування заходів, що обмежують ступінь розкриття, наприклад, виключивши громадськість із цього розкриття, якщо це необхідно, але за умови належної поваги статті 6 Конвенції та особистої поваги до конфіденційності такого розкриття.

Принцип № 6. Перехоплення інформації, нагляд, обшук за дозволом суду та накладення арешту

а. Наступні заходи не повинні застосовуватись, якщо їхньою метою є порушення права журналістів, згідно з цими принципами, не розкривати інформацію, що ідентифікує джерело:

I) накази або дії щодо перехоплення каналів зв'язку чи листування журналістів або їх наймачів,

II) накази або дії щодо нагляду за журналістами, їхніми контактами чи їх наймачами, або

III) накази або дії щодо обшуку чи накладення арешту на приватні або ділові приміщення, власність чи листування журналістів або їх наймачів, чи на особисті дані, що стосуються їхньої роботи.

б. Якщо інформація, що ідентифікує джерело, дійсно була одержана судовими органами або поліцією за допомогою будь-якої з перерахованих вище дій, хоча це могло і не бути метою цих дій, необхідно вжити заходів задля запобігання дальшому використанню цієї інформації як доказу в суді, якщо тільки це розкриття може бути виправдано згідно з Принципом 3.

Принцип № 7. Захист від надання несприятливих для себе свідчень

Принцип, що тут проголошується, не повинен жодною мірою обмежувати національне законодавство щодо захисту від надання несприятливих для себе свідчень у кримінальній процедурі, а журналісти, якщо такі закони застосовуються, повинні користуватися цим захистом у питаннях, які стосуються розкриття інформації, що ідентифікує джерело.

СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Авторське право – захист інтелектуальної власності, що створена автором; регуляція відносин, які пов'язані з використанням об'єктів авторського права, в тому числі журналістських творів.

Акредитація – офіційне підтвердження допуску журналіста до матеріалів та засідань визначеної організації чи на визначені заходи.

Безпека журналіста – захищеність особи, сім'ї, власності журналіста у зв'язку з його професійною діяльністю. Безпека журналіста включає його право на безперешкодне зайняття професійною діяльністю.

Безпека в Мережі – захищеність даних від сторонніх несанкціонованих втручань; захист від розповсюдження незаконної інформації.

Брифінг – вид представлення даних для журналістів. Полягає в сесії запитань-відповідей, тобто на відміну від прес-конференції не включає представлення спікером своєї позиції до того, як журналісти задаватимуть запитання.

Гендер – набір соціальних характеристик, що характеризують чоловіка і жінку (на відміну від біологічних характеристик, що позначаються терміном «стать»)

«Джинса» – прихована реклама, тобто розміщення реклами під виглядом журналістських матеріалів.

Деонтологія – наука про норми моралі.

Джерела інформації – першоджерела даних, що розміщені в журналістських матеріалах. Джерело інформації має бути обов'язково вказано, за винятком випадків коли джерело хоче зберегти анонімність.

Джерело анонімне – особа або група осіб, які надали

інформацію, що використовується в журналістському матеріалі, і побажали залишитися невідомими для аудиторії. Журналіст має 1) за будь-яких обставин дотримуватися своєї обіцянки щодо нерозкриття джерела, 2) бути особливо обережним при використанні інформації, наданої таким джерелом, ретельно її перевіряти.

Доручення редакційне (редакційне завдання) – творче завдання, яке отримує журналіст від топ-менеджера. Журналіст має право відмовитися від виконання доручення, яке суперечить закону чи кодексу етики.

Достовірність інформації – її правдивість. Досягається за допомогою перевірки у незалежних джерелах.

Етика – наука про мораль; правила та норми співіснування.

Етика журналістська – набір правил та норм поведінки, яких мають дотримуватися всі, хто збирає, обробляє та розповсюджує масову інформацію.

Етичний кодекс українського журналіста – перелік професійних норм, за дотриманням яких слідує Комісія з журналістської етики.

Журналіст – особа, що займається збором, обробкою та розповсюдженням каналами масової комунікації соціальної інформації на професійній основі.

Збалансованість (у журналістиці) – стандарт журналістської діяльності, який полягає в представленні всіх основних точок зору на подію, що висвітлюється.

Значимість суспільна – важливість для життєдіяльності та стану аудиторії конкретних відомостей, що розповсюджує медіа.

Інтернет – об'єднання комп'ютерних мереж, що має глобальний характер.

Інструкція посадова – перелік службових обов’язків журналіста.

Інформація (конфіденційна, закрита) – дані, створені людиною для передачі в часі та/або просторі. Конфіденційна інформація – це інформація з особливим, обмеженим режимом доступу. Цей режим визначається відповідним законом.

Колега – співробітник, товариш за професією.

Колектив – група особистостей, які об’єднані спільною діяльністю.

Коментар – оцінка інформації журналістом або сторонньою особою (експертом, політиком тощо).

Конфлікт інтересів – виникає тоді, коли журналіст тим чи іншим чином зацікавлений в позитивному або негативному висвітленні того, що є об’єктом його матеріалу. Журналіст має уникати цього конфлікту і повідомляти про нього своє керівництво.

Корупція – злочинне використання посадовими особами своїх повноважень з метою отримання матеріальних здобутків.

Копірайтер – працівник рекламного агентства, який займається створенням рекламних текстів.

Мережа соціальна – поєднання соціальних суб’єктів. Характеризується рівноправ’ям. Останнім часом особливо активними є соціальні мережі в Інтернеті.

Мораль – особлива форма суспільної свідомості, якою користується людина при визначенні своїх вчинків, а також при оцінюванні дій інших осіб та спільнот.

Незалежність журналіста – відсутність будь-якої форми особистої зацікавленості при збиранні інформації та створенні матеріалу.

Нейтральність інформації – журналіст повинен не проявляти своїх поглядів, коли працює в інформаційному жанрі. При створенні аналітичного чи художньо-публіцистичного твору він має повне право на висловлення своєї позиції. Потрібно тільки, щоб аудиторія могла чітко відділити цю позицію від інших думок та викладу фактів.

Неупередженість – безпристрасність, намагання оцінювати ситуацію та її героїв без стереотипів та забобонів, враховуючи не тільки свою позицію, а й протилежні погляди.

Обов'язки журналіста посадові – обов'язки по добросовісному виконанню своєї роботи. Містяться у посадовій інструкції.

Повнота інформації – має бути наведена та проаналізована вся інформація, що зібрана журналістами при підготовці матеріалу; журналіст має наводити всі основні думки щодо об'єкту свого матеріалу.

Псевдонім – ім'я, що використовується замість справжнього.

Плагіат – використання інтелектуальної власності від свого імені без посилання на справжнього автора.

Прес-конференція – представлення особою чи спільнотою своєї позиції, яка відбувається 1) у власне презентації позиції, 2) у відповіді на запитання журналістів.

Приватне життя – особиста життєдіяльність людини, яка відокремлена від роботи. Втручання журналіста в приватне життя людини може бути виправдане лише захистом суспільних інтересів.

Профспілка – добровільне професійне об'єднання людей задля захисту своїх прав.

Реклама прихована – те ж саме, що «джинса».

Саморегулювання мас-медіа – контроль медіа-діяльності з боку обраних представників журналістської спільноти без втручання держави.

Статут редакційний – основний документ діяльності журналістського колективу, обов'язковий для виконання всіма працівниками редакції.

Солідарність журналістська – журналістська взаємодопомога.

Соціальна відповідальність журналіста – полягає в тому, що всі його судження, вся інформація мають бути достовірними та повними, що він надає можливість висловитися всім основним фігурантам подій, забезпечуючи аудиторії можливість бути повністю поінформованою з усіх питань, які мають актуальний суспільний інтерес.

Суспільне завдання журналіста – задоволення права аудиторії на отримання достовірної та повної інформації, яка має суспільний інтерес.

Точність інформації – відповідність даних реальності. Досягається ретельною перевіркою всіх фактичних відомостей.

Цензура – незаконні обмеження на створення та/чи розповсюдження медійного контенту. Як правило, цензурні вимоги обґрунтовуються державними та приватними (власника) інтересами, а також турботою про моральний стан суспільства. Є основною формою обмеження свободи слова.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

- <http://www.cje.org.ua/> - Комісія з журналістської етики (Україна)
- http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki - Національна спілка журналістів України
- <http://www.aup.com.ua/> - Академія Української Преси
- <http://imi.org.ua/> - Інститут масової інформації
- <http://nmpu.org.ua/> - Незалежна медіа-профспілка України
- <http://stopcensorship.wordpress.com> - сайт руху «Стоп цензурі!»
- <http://www.uapp.org> - Асоціація видавців регіональної преси
- <http://www.medialaw.kiev.ua> – Інститут медіа права
- <http://www.internews.ua> - МГО «Інтерньюз-Україна»
- <http://irrp.org.ua> – Інститут розвитку регіональної преси
- <http://www.telekritika.ua> - портал «Телекритика»
- <http://mediaosvita.com.ua> – проект «Медіаосвіта»
- <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/mediaetika> - проект «Медіаєтика»
- <http://www.umedia.kiev.ua/> - проект «У-МЕДІА»
- <http://www.inau.org.ua/> - Інтернет Асоціація України
- <http://investigations.redactor.in.ua/> - Редакторський портал
- <http://gidnist.info/> - Інформаційна кампанія «Гідність журналіста» - проект МГО «Інтерньюз-Україна»
- <http://www.mediakrytyka.info/> - Інтернет-представництво часопису «МедіаКритика»
- <http://www.osce.org/fom> - Бюро Представника ОБСЄ з питань свободи ЗМІ
- <http://www.mediaethics-bg.org/> - Національна Рада з журналістської етики (Болгарія)
- <http://www.communicationethics.net/home/index.php> - Інститут етики комунікацій (Велика Британія)
- <http://icie.zkm.de/> - Міжнародний центр інформаційної етики (Німеччина)
- <http://www.rjionline.org/MAS-Codes-of-Ethics> - журналістські етичні кодекси країн світу

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста: учебник / Д.С. Авраамов. – М.: Изд-во Моск. унта, 2008. – 272 с.

Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф.Іванова. – К.: Академія Української Преси, 2004. – 262 с.

Вказівки продюсерам Бі-Бі-Сі. – К.: «К.І.С.», 1998. – 288 с.

Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.

Дуцик Д. Політична журналістика. - К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 138 с.

Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: Основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). – М.: ИМА-Пресс, 2001. – 263 с.

Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с.

Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – 2-ге вид., випр. - К.: Вища шк., 2007. – 237 с.

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – (Серия «Медиаобразование»).

Кузнецова О.Д. Професійна етика журналіста: посібник / О.Д.Кузнецова. – Львів: ПАІС, 2007. – 246 с.

Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики: Навчальний посібник/ За заг. ред. В.Ф.Іванова та А.Коль. – К.: Академія Української Преси, 2005. – 229 с.

Мережі і мережні війни: Майбутнє терору, злочинності та бойових дій/ За ред. Дж. Арквілли, Д.Ронфельдта; Пер. з англ. А.Іщенко. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. – 350 с.

Моисеев В.А. Журналистика и журналисты. – К.: Да-кор., 2002. – 400 с.

Рендол Д. Універсальний журналіст/ Пер. з англ. – К.: «К.І.С.», 2007. – 288 с.

Розкошній А.П. Демократія в журналістській творчості. Навчальник посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 112 с.

Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет/ Пер. з англ. Н.Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. - 407 с.

Фихтелиус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией/ Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с.

Харасті М. Положительные стороны саморегулирования СМИ // Путеводитель по саморегулированию СМИ: все вопросы и ответы / Под ред. А. Улен, Дж. Смита. – Вена: [б. изд.], 2008.

Черникова Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 287 с.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

ЧАСТИНА ПЕРША

Загальні принципи професійної етики журналіста

Володимир Мостовий: «Якщо в журналіста є совість, він не потребуватиме ніяких кодексів...» Тетяна Ковтунович, «Медіа-етика», 22.01.2011. Повна версія: <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/1461>

Вікторія Сюмар. І знову про хвороби української журналістики. Вікторія Сюмар, виконавчий директор ІМІ, «Медіаосвіта», 20 квітня, 2011. Повна версія: <http://www.osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2336>

Юрій Опока. Як запровадити в українських медіа професійні стандарти? Юрій Опока, «Медіаосвіта», 19 квітня, 2011. Автор – студент Львівського національного університету імені Франка переможець (II/III місце) конкурсу студентських матеріалів про актуальні проблеми в журналістиці. Джерело: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/2330>

Андрій Куликов: «За теперішньої влади легше працювати – якщо повністю пристати на пропоновані правила гри». Тетяна Ковтунович, «Медіаосвіта», 15 лютого, 2011. Повна версія - <http://www.mediaosvita.com.ua/material/1632>

ЧАСТИНА ДРУГА

Етичні засади практичної діяльності журналіста

Діана Дуцик: «Свобода слова – це справа суспільства». Тетяна Ковтунович, «Медіаграмотність», 28 лютого, 2011. Повна версія - <http://www.mediaosvita.com.ua/material/1726>

Володимир Павлів. Медіа і мораль: дилеми публіциста. Володимир Павлів, «Медіаосвіта», 27 жовтня 2011. Джерело: <http://osvita.mediasapiens.kiev.ua/material/3724>

Сергій Рахманін: «Розчарування минають, а журналістика й Україна залишаються». Олена Коркодим, «Телекритика», 30 серпня 2011. Повністю - <http://www.telekritika.ua/lyudi/2011-08-30/65319>

Принципи реклами (з Коментарю до Закону України «Про

рекламу»). Повна версія: <http://www.adcoalition.org.ua/upload/koment.pdf>

Як зробити професійну етику стрижнем журналістської освіти? Джерело: Комісія журналістської етики. Повністю: <http://www.cje.org.ua/news/50/>

Яна Дубинянська. Журналістська етика: вічна чи поствиборна? Джерело: Яна Дубинянська, «Дзеркало тижня» №15, 20 квітня 2002. Повністю: http://dt.ua/SOCIETY/zhurnalistska_etika_vichna_chi_postviborna-27995.html

Регламент спільноти професійних електронних медіа. Джерело: «Телекритика», 19 липня 2011 року. Повністю: <http://www.telekritika.ua/official-documents/2011-07-19/64440>

Роман Головенко. Хто регулюватиме Інтернет в Україні? Роман Головенко, ІМІ, для «Української правди», 28 червня, 2011, Джерело: <http://www.pravda.com.ua/columns/2011/06/24/6322237/>

МАТЕРІАЛИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Повноваження (Статут) Комісії з журналістської етики. Джерело: Комісія журналістської етики. Повністю: <http://www.cje.org.ua/documents/3/>

Редакційний Статут телерадіокомпанії. Джерело: www.poverkbnost.tv/exchange/Statut.doc

Сім орієнтирів телебачення: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші. Джерело: «Телекритика». Сім орієнтирів «ТСН»: Скандали, Сенсації, Страх, Смерть, Секс, Сміх і Гроші. Повністю: <http://www.telekritika.ua/media-corp/redpolitics/2008-06-04/38798>

Принципи поведінки преси, радіо, телебачення та поліції для уникнення перешкод при виконанні завдань поліції та вільного поширення повідомлень (Німеччина). Джерело: Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 215-217.

Зразок інформаційного запиту від редакції газети. Розроблено юридичним відділом Інституту розвитку регіональної преси (ІРРП). Джерело: www.irrp.org.ua.

Кодекс професійної етики Української Асоціації зі Зв'язків із громадськістю (UAPR). Джерело: Українська Асоціація зі зв'язків із громадськістю. Повністю: <http://www.uapr.com.ua/index.php?hl=ua&idd=ethics>

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Колоквіум «Журналістська етика». Використано: Робоча навчальна програма з дисципліни «Журналістська етика». Укладач: доц. Смирнова Т.В. Інститут журналістики КНУ ім. Т.Шевченка. – К.: 2010, 22 с.

Цитата для роздумів. Матеріали для цього практичного завдання, так і інші цитати в Практикумі, взяті з «Енциклопедії афоризмів, крилатих фраз, цитат». Повністю: Капелюшний А.О. Енциклопедія афоризмів, крилатих фраз, цитат «Журналіст – це не професія, а звання». Близько 8800 висловів 1830 авторів. – Львів: ПАІС, 2008. – 766 с.

Типологія журналістів. Використано: Навчальні матеріали для семінару на тему: «Етика взаємодії з громадськістю та засобами масової інформації». Повністю: <http://civic.kmu.gov.ua/civic/doccatalog/document?id=128977>

Зберігаючи джерело. Використано: Тарас Шевченко. Захист журналістських джерел. Повністю: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3079>

Заради чого гинуть журналісти? Використано: Матвій Ганяпольський. Квасно-солодка журналістика (уривки). Журнал «Ї», число 59, 2009. Повністю: <http://www.ji.lviv.ua/n59texts/ganapolskyj.htm>

Перед написанням матеріалу. Джерело: Довідник Товариства професійних журналістів (США). Повністю: <http://www.medialaw.ru/publications/books/self2/02.html>

СИТУАЦІЙНІ ЗАДАЧІ

Розділ третій. З практики Пресової Ради (Німеччина). Джерело: Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с.

НОРМАТИВИ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

Декларація принципів поведінки журналістів. Джерело: Комісія з журналістської етики, <http://www.cje.org.ua/international/39/>.

Кодекс професійної етики українського журналіста. Джерело: Національна спілка журналістів України, http://nsju.org/tabmenu/kodeks_etiki.

Публіцистичні засади (Пресовий кодекс, Німеччина). Джерело: Етика в редакційному повсякденні. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2010. – 232 с. – С. 200-202.

Кодекс журналістської етики Швеції (уривки). Джерело: Эрик Фихтелиус. Новости. Сложное искусство работы с информацией / Пер. со швед. В. Менжун. – М.: МедиаМир, 2008. – 200 с.- С. 153-155

Редакційні цінності Бі-Бі-Сі. Джерело: Редакційні настанови Бі-Бі-Сі. Повністю: <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines>

Резолюція 1003 (1993) Ради Європи. Про етичні принципи журналістики. Джерело: Стандарти Ради Європи у сфері медіа: Законодавчий бюлетень. – К.: IREX, 2005. Повністю: http://irex.ua/files/media/R_E_final.pdf

Рада Європи. Комітет міністрів. Рекомендація № R (2000) 7 Про право журналістів не розкривати свої джерела інформації. Джерело: Стандарти Ради Європи у сфері медіа: Законодавчий бюлетень. – К.: IREX, 2005. Повністю: http://irex.ua/files/media/R_E_final.pdf

Додаток до Рекомендації № R (2000) 7. Принципи, що стосуються права журналістів не розкривати свої джерела інформації. Джерело: Рада Європи. Повністю: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/ukrainian/Rec%282000%29007_ua.pdf

ПРО АВТОРІВ

Іванов Валерій Феліксович, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, професор, доктор філологічних наук, президент Академії української преси, член Комісії з журналістської етики, член Європейської Асоціації комунікаційних досліджень та освіти (ECREA).

Автор 420 наукових праць, в тому числі 28 монографій і 48 брошур, 7 підручників і 19 навчальних посібників. Статті надруковані в Швейцарії, Німеччині, Польщі, Словаччині, Росії, Білорусі, Вірменії, Казахстані. Керівник 21 кандидатських та 3 докторських дисертацій.

Контакт: info@aur.com.ua

Штурхецький Сергій Володимирович, журналіст, старший викладач кафедри журналістики та літературознавства Національного університету «Острозька академія», кандидат наук з державного управління, член Комітету Незалежної медіа-профспілки України, член Комісії з журналістської етики.

Автор понад 500 публіцистичних та 40 наукових праць, в тому числі однієї монографії та двох брошур. Публікувався у Польщі та Росії.

Контакт: shturkhetsky@gmail.com

Комісія з журналістської етики – Всеукраїнська громадська організація, заснована у вересні 2001 року. Комісія є корпоративним інститутом громадянського суспільства, що розглядає конфліктні ситуації етичного та професійного характеру, які виникають в журналістському середовищі та між цим середовищем і громадськістю у зв'язку з виконанням журналістами свого професійного обов'язку.

Контакт: cjeorg@gmail.com

ПОДЯКИ

Автори висловлюють щирю вдячність журналістам Михайлу Батогу, Тетяні Вергелес, Сергію Гузю, Світлані Кабачинській, Леоніду Капелюшному, Сергію Тихому, викладачам Наталії Виговській, Катерині Криворученко, Вікторії Назарук, Володимирі Павліву, Тетяні Смирновій, Олені Тараненко, Ользі Хмель – усім, хто порадою, зауваженнями, доброзичливою критикою, а головне – своєю небайдужістю долучилися до створення цього Практикуму.

Комісія з журналістської етики завдячує появі Практикуму своїй співпраці з концерном Telepor та міжнародною організацією International Media Support.

Комісія з журналістської етики завдячує можливості проведення презентації Концепції Практикуму у різних містах України за участі міжнародних експертів, практикуючих журналістів та викладачів факультетів журналістики своїй співпраці з офісом Координатора проектів ОБСЄ в Україні.

Навчальне видання

Практикум із журналістської етики

Під редакцією проф. **В. Ф. Іванова**

Художник
Павло Шуляк

Технічний редактор
Олег Кордонець

Літературний редактор
Людмила Алконова

Зд. до наб. 20.10.2011.
Підп. до др. 14.02.2012.
Формат 60x84¹/₁₆.
Папір офсет.
Друк офсет.
Гарнітура Мусл.
Ум. друк. арк. 21,4.
Обл. вид. арк. 27,2.
Тираж 2000 прим.

Видавець О. Зень
Свідоцтво суб'єкта видавничої
справи РВ № 26 від 6 квітня 2004 р.
пр. Кн. Романа, 9/24, м. Рівне, 33022;
тел.: 0-362-24-45-09; 0-67-36-40-727;
e-mail: olegzen@ukr.net

Друк: «Формат-А»
вул. Центральна, 58, с. Корнин,
Рівненського р-ну Рівненської обл., 33000;
тел.: 0-362-20-53-37