

ПРАКТИКУМ

ІЗ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ





Видання підготовлене Комісією з журналістської етики в межах проєкту у партнерстві з ЮНЕСКО та за підтримки народу Японії. Автори несуть відповідальність за вибір і подання фактів, наведених у цій публікації. Висловлені погляди належать виключно авторам, та не обов'язково відображають позицію ЮНЕСКО чи Японії.

Навчально-методичне видання

Практикум із журналістської етики

Автори: Андрій Куликов, Валерій Іванов, Ліза Кузьменко, Ліна Куш

Практикум із журналістської етики. Видання 3-тє, доповнене / За заг. ред. О. Погорелова. — К. : Комісія з журналістської етики, 2024. — 96 с.

У виданні містяться практичні поради та завдання для самостійного опрацювання щодо забезпечення дотримання етичних норм в українській журналістиці. Зокрема, звернуто увагу на найчастотніші порушення принципів журналістської етики в Україні, подано рекомендації щодо висвітлення подій, пов'язаних із війною. Тут розкрито питання ґендерної рівності та недискримінації як невід'ємного складника роботи професійного медіа, а також представлено принципи дотримання етичних стандартів при використанні штучного інтелекту.

Практикум містить найважливіші рекомендації та рішення Комісії з журналістської етики, присвячені діяльності журналістів та медіа у період після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 року.

Для журналістів, керівників медіа, студентів і викладачів факультетів журналістики, а також для споживачів інформації — читачів, слухачів, глядачів.



ЗМІСТ

6 Вступне слово. Краще не брехати. Андрій Куликов

8 Розділ 1. Помилки, яких потрібно уникати

20 Розділ 2. Як етично висвітлювати війну

33 Розділ 3. Гендерна рівність та недискримінація як невід’ємний складник роботи професійного медіа

47 Розділ 4. Технології, ШІ, соціальні мережі та етика

57 **Додатки**

58 Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо публікації фотографій людей, які загинули внаслідок агресії РФ

62 Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо висвітлення подій, пов’язаних із воєнними діями ЗСУ на території Російської Федерації

66 Рекомендації Комісії з журналістської етики про висвітлення поховань українських військових

69 Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо етичних практик у табloidній журналістиці

72 Рекомендації КЖЕ щодо дотримання стандартів журналістської етики онлайн-медіа в Instagram та інших соціальних мережах

76 Рішення щодо етеру «Хеппі Ранок» на радіостанції «Хіт FM»

81 Рішення щодо матеріалу «УНІАН» про виробника мінеральних вод

87 Рішення щодо гомофобії в онлайн-версії «Української літературної газети»

90 Рішення щодо дописів у соцмережах «Укрінформу» про обстріли у Харкові

93 Рішення щодо публікацій про форум у Берліні за участі міського голови Миколаєва

КРАЩЕ НЕ БРЕХАТИ



Андрій Куликов

голова Комісії з журналістської етики,
співзасновник «Громадського радіо»

Якщо є бажання упередити більшість етичних проблем, які здатні звалитись на вас у журналістській діяльності, найдієвіший спосіб — раз і назавжди вирішити не брехати.

Вісім років роботи у відділі пропаганди радянської англomовної газети, призначеної для закордонної аудиторії, були сповнені етичними проблемами, які я спершу не усвідомлював. Правильніше сказати, ті роки були сповнені однією етичною проблемою — пропагандою, яку видавали за журналістику. Згодом я зрозумів, навчившись із власних помилок, що журналістика і пропаганда несумісні: адже журналістика подає правду, а пропаганда — вигадку (це м'яко кажучи), або ж — брехню. І якщо в журналістику ми додаємо бодай дрібку брехні (хай би й іменуючи її вигадкою), ми скочуємось до пропаганди.

Бажання чинити якнайдієвіший спротив російській агресії і наслідком цього перемагати спонукає вважати, що в боротьбі прийнятні будь-які зусилля, зокрема й змавповані з дій ворога. Щось оминати згадкою, щось прикрасити, вкласти у уста іншої людини власну думку, зробити вигідний неточний переклад закордонної публікації. Якщо перемоги в (інформаційній) війні буде досягнуто завдяки таким способам, їх і після перемоги вважатимуть за слушні й користуватимуться ними безрозбірно.

Слова в заголовку цього вступу до посібника — назва ініціативи українських журналісток і журналістів початку XXI століття. Та ініціатива мала і негайні наслідки — поширення найкршого досвіду в галузі, і відтерміновані — зміцнення авторитету колег, які розпочали справу і які долучились до справи. Не брехати краще не тільки для безпеки суспільства, а й для власних інтересів.

Утім, розв'язання засадничого питання розкремлення журналістики і пропаганди усуває більшість проблем, але не всі. Щоденна напружена робота з крайніми термінами, з потребою видавати великі обсяги матеріалу, з наміром залучити якнайбільшу аудиторію не завжди дає змогу вчасно розрізнити етичні проблеми і приділити їхньому розв'язанню належну увагу.

Цей посібник укладено з розробок членкинь і членів Комісії з журналістської етики, що відображають конкретні випадки, з якими ці люди стикались у своїй професійній діяльності. Уважно прочитайте ці тексти, уявляючи себе тими, хто їх написав. Цілком можливо, що в майбутньому ви скористаетесь із розв'язань, які тут запропоновані. Можливо й інше — вам спаде на думку власний спосіб розв'язання. Тоді поділіться своїми думками. Це буде етично щодо колег — не тримати в таємниці те, що розвиває нашу журналістику.

РОЗДІЛ 1

ПОМИЛКИ, ЯКИХ ПОТРІБНО УНИКАТИ

Автор:

ВАЛЕРІЙ ІВАНОВ

професор, президент Академії української преси

НАЙЧАСТОТНІШІ *порушення* ПРИНЦИПІВ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ В УКРАЇНІ

Журналістика відіграє особливу роль у забезпеченні життєдіяльності соціуму. З одного боку, матеріали медіа дають нам можливість орієнтуватися в тому, що відбувається за межами нашого безпосереднього сприйняття. Адже людина природно не може бути усюди та брати участь в усіх важливих подіях, а журналісти (прямо або за допомогою спеціальних методів — як-от робота з джерелами) дають аудиторії уявлення про всі події, які мають для неї значення. Отже, люди можуть мати достатньо знань про важливі події, щоб приймати усвідомлені рішення щодо власної поведінки та дій у соціумі.

З другого боку, медіа — це майданчики, де представники різних груп суспільства обговорюють основні засади розвитку цього суспільства та його членів. Тобто медіа тут виступають інструментом формування справедливої політики, яка відображає інтереси соціальних груп, та слугують індикатором громадської думки (бо саме дискусія, як було доведено ще Гегелем, є механізмом формування думки).

Отже, журналістика — це соціально відповідальна сфера діяльності, яка поряд з охороною здоров'я, освітою, забезпеченням правопорядку тощо, де метою є не тільки отримання прибутку, а й дотримання спеціальних принципів, які гарантують, що та чи інша діяльність не зашкодить людині, дає правильні та достатні відомості для покращення матеріально чи морального стану цієї людини.



ЧОГО ПРАГНЕТЕ *досягнути* ВИ?

Із метою, яку мають перед собою ті, хто називає себе журналістом, в Україні є певні проблеми. 2013 року, ще до війни, Академія української преси проводила серію зустрічей студентів-журналістів із відомою американською журналісткою-розслідувачкою Мімі Чакаровою. На кожній зустрічі вона запитувала, чому присутні студенти вирішили стати саме журналістами. Відповіді були різноманітними: *бажання бути відомим, виразити себе, схильність до творчості, матеріальне забезпечення сім'ї*. Це стало підґрунтям для цікавого спостереження, адже такі самі питання вона ставила в аудиторіях американських та європейських університетів. Тамтешні студенти відповідали інакше: основна їхня мета полягала в тому, щоб *служити суспільству, людям*. Сьогодні Україна безповоротно обрала європейський вектор розвитку, тож нам треба чітко усвідомити, що західна цивілізаційна парадигма пов'язана не тільки з отриманням прибутку як мірилом успіху, а й не меншою мірою з тим, щоб бути корисним людям, служити суспільству.

Водночас тут постає проблема не тільки морального вибору. Треба знати та суворо дотримуватися правил, які стоять на заваді перетворенню журналістики на маніпуляцію та пропаганду. Причому шкідливий вплив може бути і неусвідомленим. Наприклад, якщо погано знати свою цільову аудиторію або вважати, що краще знаєш потреби людей, ніж вони самі, можна стати упередженим у виборі тем і тим самим робити такі теми актуальними. А це своєю чергою вплине на громадську думку, навіть якщо люди не мають відношення до інтересів відповідної соціальної групи (йдеться про теорію порядку денного/agenda-setting theory). У цьому випадку журналісти замість інформування про події дійсності формують, контролюють та прямо впливають на сприйняття реальності аудиторією. Також, виконуючи свою функцію медіатора, журналісти можуть, наприклад, надавати слово тільки представникам певних соціальних груп. У цьому випадку групи, яким медіа не надали слово, ніби зникають із поля зору аудиторії. В результаті ми мало або зовсім нічого не знаємо про їхнє існування та їхні проблеми. Приклади таких груп — роми, мігранти, частково люди з інвалідністю.

ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ ДОПОМАГАЮТЬ РОБИТИ ЖУРНАЛІСТСЬКІ МАТЕРІАЛИ *якісними*

Запобігти свідомим чи несвідомим порушенням можна за умови дотримання журналістських стандартів, тобто спеціальних етичних професійних правил.

Основних стандартів не так багато:

- достовірність, тобто правдивість відомостей у матеріалі, їхня відповідність дійсності;
- повнота інформації, тобто представлення й аналіз усіх основних фактів щодо суб'єкта висвітлення;
- збалансованість, тобто врахування всіх точок зору щодо проблеми;
- точність, тобто відповідальність за перевірку всіх даних у матеріалі.

Це не повний перелік, адже існує ще достатньо багато інших професійних стандартів, пов'язаних, наприклад, із висвітленням приватної сфери, захистом дітей тощо, дотримання яких забезпечує високий рівень якості журналістики.

Війна вносить свої корективи в усі сфери життя, зокрема й у журналістику. Але соціально відповідальна журналістика продовжує жити за суворими професійними правилами. Ці правила було вироблено протягом усього існування цієї сфери соціальної діяльності. Найчастіше вони закріплені в етичних кодексах та редакційних стандартах. Зокрема, одним із таких стандартів є Кодекс етики українського журналіста. Принагідно викликає зацікавлення, які пункти Кодексу останнім часом порушувалися найчастіше (або були підозри щодо їхнього порушення). Уточнення в дужках теж важливі, адже не кожна скарга, спрямована до Комісії з журналістської етики — органу саморегуляції українських медіа та журналістів, — є свідченням певного порушення. Частина рішень Комісії засвідчує відсутність фактів порушення в журналістському матеріалі, щодо якого надійшла скарга. Тому важливо також проаналізувати усі матеріали, які викликали найбільше число скарг. А також, звісно, рішення, які у відповідь на скарги приймала Комісія з журналістської етики.

За час повномасштабного вторгнення більшість скарг (42), отриманих Комісією, стосувалися порушень статті 6 [Кодексу](#), яка закріплює, що «Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста. Журналісти і редактори повинні здійснювати кроки для перевірки автентичності усіх повідомлень, відео- та аудіоматеріалів, отриманих від представників загалу, фрилансерів, пресслужб та інших джерел».

Як бачимо, тут поєднано стандарти повноти (тобто представлення всієї інформації, яка необхідна для розуміння того, що описується), незалежності (тобто неупередженості журналіста) та достовірності (вона досягається шляхом детальної перевірки всієї інформації).



ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Із цих позицій цікаво проаналізувати кілька скарг щодо дотримання статті 6 Кодексу, які були розглянуті Комісією з журналістської етики. 9 квітня 2022 р. Комісія прийняла принципове рішення [«Щодо виправлення фактологічних помилок, які можуть міститися в заявах посадовців у воєнний час»](#). Безпосереднім приводом такого розгляду було те, що низка медіа з посиланням на заступника начальника штабу Командування Сухопутних військ ЗСУ Олександра Грузевича оприлюднили новину про звільнення м. Вишгорода Київської області від російських окупантів. Це була явна помилка, бо до Вишгорода російські війська не дійшли. Ситуацію прояснила заступниця міністра оборони Ганна Маляр. Виявляється, посадовець обмовився, і йшлося про село Вишеград Макарівського району Київської області. Медіа, пояснюючи, чому вони не перевірили інформацію, посилалися на заяву тієї-таки Г. Маляр, що під час війни *«не потрібно проводити фактчекінг офіційних заяв військових відомств — ЗСУ та міністерства»*. Тому КЖЕ вирішила пояснити те, як треба застосовувати статтю 6 під час війни. **Комісія з журналістської етики порекомендувала журналістам і редакціям:**

«Запроваджувати правила перевірки повідомлень, які надходять із різних джерел, зокрема й з офіційних. Насамперед варто перевіряти правильність написання географічних назв, прізвищ та імен, посад, специфічних термінів тощо, особливо записаних із голосу.

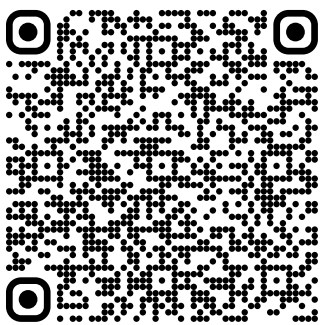
У разі виявлення невідповідності в повідомленні, яке надійшло з офіційного джерела, найкращим рішенням буде звернутися за уточненням до цього самого джерела — наприклад, до представників Міністерства оборони України.

Розуміючи, що журналісти в умовах воєнного стану працюють під сильним психологічним тиском та в цейтноті, рекомендуємо створювати в редакціях довідкові бази даних, до яких можуть звертатися всі працівники редакції, аби убезпечити себе від помилки.

Не всі повідомлення можна оперативно перевірити в умовах війни. Під час оприлюднення резонансних фактів, важливих для аудиторії, редакціям варто робити відповідні застереження: або про підтвердження інформації з інших джерел, або про неможливість отримати підтвердження чи спростування.

Помилку варто не лише виправляти, а й визнавати публічно. Недоречно перекладати відповідальність на офіційних осіб, які повідомили недостовірну інформацію. Пояснення і вибачення у разі виявлення помилки свідчать про повагу до своєї аудиторії і про прозорість роботи журналістів.

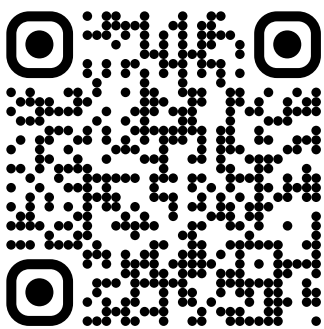
Обмеження свободи слова під час воєнного стану та рекомендації представників Міністерства оборони відмовитися від фактчекінгу заяв українських посадовців стосуються лише інформації, яка може становити військову таємницю або заподіяти шкоди цивільному населенню. В інших випадках журналісти можуть і повинні перевіряти офіційні заяви, дбаючи про достовірність своїх матеріалів».



Рішення КЖЕ щодо виправлення помилок у заявах посадовців



Ці принципові положення свідчать, що статті Кодексу етики українського журналіста є беззастережно чинними і під час війни. Вони спрямовані на задоволення суспільного інтересу в достовірній інформації, що надзвичайно важливо в умовах невизначеності та браку перевірених даних. Тільки це дозволить протистояти фейкам, дезінформації та маніпуляціям (див. також: [Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training](#)).



Журналістика, фейкові новини та дезінформація:
посібник для освіти та підготовки журналістів; ЮНЕСКО
(Journalism, fake news & disinformation: handbook
for journalism education and training; UNESCO)



Варто звернути увагу на ще кілька порад КЖЕ. Зокрема:

- ◆ «Перевіряти всі факти, які лягають в основу матеріалу, включно з фактами, опублікованими в інших медіа. Факт оприлюднення інформації на інших ресурсах не є підтвердженням достовірності інформації.
- ◆ Чітко відокремлювати факти від суджень та припущень, уникати заангажованості подання інформації.
- ◆ Уникати емоційно забарвленої лексики у фрагментах матеріалів, які мають описовий характер та повинні підводити споживача інформації до основного змісту.
- ◆ Наводити підтвердження кожному звинуваченню та твердженню про факт, оприлюднений у матеріалі, та посилатися на таке підтвердження.
- ◆ Дотримуватися балансу в матеріалі, надавати тим, хто зазнає критики, можливість прокоментувати або заперечити висунуті звинувачення. Журналістам варто повідомляти про факт звернення щодо коментаря, навіть якщо співрозмовник відмовився відповідати» (див., зокрема, [рішення щодо матеріалу онлайн-медіа «Вгору»](#) про голову Херсонського апеляційного суду від 14 вересня 2023 р.).

Правила ретельної перевірки інформації (1) дають певну гарантію того, що оприлюднені дані будуть відповідати дійсності, тобто журналісти гідно виконують своє суспільне призначення, (2) дозволяють зберегти та підвищити рівень довіри аудиторії, яка буде бачити, що матеріали достовірні, а якщо є помилка — то її буде визнано та виправлено. Тобто аудиторія все одно дізнається правду.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПЕРЕД АУДИТОРІЄЮ

Журналісти мають пам'ятати, що їхня відповідальність перед аудиторією під час війни підвищується. І ціна не тільки недостовірної, але і неправильно поданої інформації може бути надто високою.

Зокрема, Комісія зробила [дружнє попередження Ukrinform TV](#) за розміщене на YouTube-каналі 1 квітня 2022 р. відео [«Розмінування» дороги поблизу Бородянки на Київщині](#), де було показано, як люди у військовій формі відкидали ногами з дороги міни, вивільняючи проїжджу частину. КЖЕ зробила справедливе зауваження щодо необхідності доведення до аудиторії розуміння того, що міни та нерозірвані боєприпаси смертельно небезпечні:

«У новинах та інших матеріалах, де йдеться про міни та боєприпаси, роз'яснювати аудиторії правила поведження та іншу важливу інформацію.

Утримуватися від поширення без коментарів матеріалів, у яких зафіксовано приклади неналежного поведження з мінами чи боєприпасами. Журналістам варто зазначати наявність порушень в описі або в інший спосіб.

Використовувати нейтральну лексику, утримуватися від використання експресивних виразів, які применшують небезпеку, на кшталт «Українські водії безстрашно штурмують мінне поле».

Ретельно підходити до перевірки матеріалів (фото, відео, дописи) із соціальних мереж. Долучати до тексту новини інформацію про проведену перевірку або про неможливість провести перевірку в умовах війни.

Вивчити рекомендації Мільєнка Вахтаріча, технічного радника з протимінної діяльності Координатора проєктів ОБСЄ, експерта з багаторічним міжнародним досвідом, який із 2017 року допомагає Україні впровадити системний підхід до гуманітарного розмінування.

Його лекція [«Мінна небезпека, ризики для журналістів в зоні бойових дій»](#) містить багато корисного для журналістів».



Загалом українські медіа гідно виконують свою головну функцію під час війни — вони є надійним джерелом інформації для мільйонів українців, дають можливості орієнтуватися в складних та небезпечних обставинах та приймати правильні рішення тим, хто перебуває в прифронтових районах, допомагають тримати зв'язок з тими, хто мусив тимчасово покинути Україну. При цьому надзвичайно зростає вага того, щоб слово було правдивим, інформація повною, а медіаматеріали давали можливість адекватно сприймати ситуацію та приймати усвідомлені рішення. Рецепт створення таких матеріалів один: суворе дотримання журналістських стандартів, служіння суспільству, високий професіоналізм.

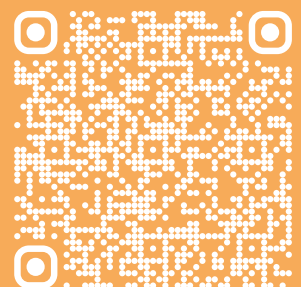
ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

🎯 ЗАВДАННЯ 1

Проаналізуйте матеріал інтернет-видання «Житомир Online» «Мешканців Пулин турбує ситуація із місцевим військкоматом» (На момент підготовки цього Посібника видання «Житомир Online» вже прибрато публікацію зі свого сайту, але вона досі доступна на інформаційному порталі [«Пулини-Інфо»](#)). Як показано в матеріалі, люди «обурюються, чому в місцевому військкоматі немає людей із бойовим досвідом, після поранень, із конкретними заслугами перед Україною».

Проаналізуйте, чи було дотримано тут норми Кодексу етики українського журналіста. Якщо ні, то що саме неправильно зробили журналісти? Зверніть особливу увагу на п. 6 та 10 Кодексу. Чи було дотримано принцип достовірності? Як саме журналіст/журналістка досягає достовірності? Що він/вона має зробити, щоб можна було стверджувати, що факти викладені достовірно? Які існують правила роботи журналістів із джерелами інформації? Чи дотримано принцип збалансованості в матеріалі? Як журналіст/журналістка досягає балансу? Що мали зробити журналісти?

Ключ до Завдання 1



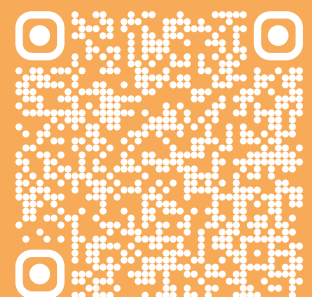
ЗАВДАННЯ 2

Проаналізуйте сюжет про дитячий майданчик КП ТК «Прилуки» «Пристрасті навколо дитячого майданчика. На Дослідній хочуть відновити ігрову зону» від 3 липня 2023 р.

Заявниця скаржилася на «порушення балансу думок, необ'єктивність та односторонність у висвітленні події, на прояви булінгу, цькування, упереджене ставлення до окремих осіб, на наклеп, порушення честі й гідності окремих осіб».

Зробіть висновки, чи обґрунтовані такі звинувачення. Як мають бути викладені факти, та як вони мають бути відділені від суджень? Як журналіст/журналістка має досягати балансу думок? Що треба зробити, щоб матеріал був об'єктивним? Як шукати та працювати з офіційною інформацією? Чи має право журналіст/журналістка на упереджене ставлення до окремих осіб? Чи можна порушувати чийсь честь та гідність? Як має працювати журналіст/журналістка з висловлюваннями, які мають характер емоційно забарвлених? Проаналізуйте пункти 6, 9, 10, 15 та 18 Кодексу. Про що там йдеться? Чим відрізняється подача матеріалів різних жанрів? Як мають висвітлювати події журналісти в інформаційних жанрах? Чи мають право журналісти ретранслювати образливі висловлювання? Які правила роботи журналістів із дітьми? Як правильно працювати з дитячою аудиторією?

Ключ до Завдання 2



РОЗДІЛ 2

ЯК **ЕТИЧНО** ВИСВІТЛЮВАТИ ВІЙНУ

Авторка:

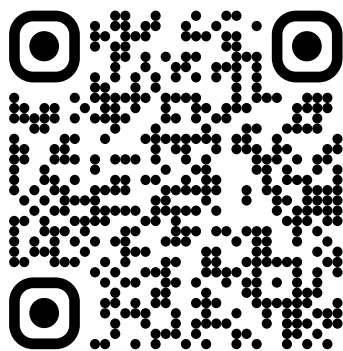
ЛІНА КУЩ

перша секретар Національної спілки журналістів України,
членкиня Комісії з журналістської етики

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ ПОДІЙ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ *війною*

Висвітлення подій та історій війни ставить журналістів перед складними етичними і професійними викликами. Медійникам важливо залишатися об'єктивними і точними, щоб зберігати довіру аудиторії, документувати воєнні злочини і надавати якомога повну картину того, що відбувається.

В цій главі йдеться про те, як етично збирати інформацію, пов'язану з війною Росії в Україні, та як відповідально подавати її без шкоди для цивільних і військових. А також про те, чи можуть журналісти висловлювати власне ставлення до подій (див. також: [Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators](#)).



Конфліктно-чутливе висвітлення:
сучасний стан; курс для журналістів
та викладачів журналістики; ЮНЕСКО
(Conflict-sensitive reporting: state
of the art; a course for journalists
and journalism educators; UNESCO)



ЛЕКСИКА І ТЕРМІНОЛОГІЯ

КОНФЛІКТ чи ВІЙНА



Щодо збройної агресії Росії проти України, яка розпочалася 2014 року, варто уживати термін «**війна**». Якщо в тексті важливо зазначити, що йдеться про події після 24 лютого 2022 р., тоді краще застосовувати термін «широкомасштабне (або повномасштабне) вторгнення», «широкомасштабна війна».

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

Слово «**конфлікт**» стосовно подій в Україні частіше вживають іноземні медіа, які цим словом позначають будь-який збройний конфлікт між державами, незалежно від того, чи було оголошено війну. В документах міжнародного права поняття «конфлікт» може бути частиною сталого терміну («журналісти в зонах конфліктів», «сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом»).

У матеріалах правозахисної тематики до речно вживати цей термін — щоб більш точно передати зміст документів.

Про правильне документування воєних злочинів і належну термінологію міжнародного права можна дізнатися з [«Посібника для журналістів зі збору та фіксації інформації про міжнародні злочини»](#).



Посібник для журналістів зі збору та фіксації інформації про міжнародні злочини;
Центр права та демократії

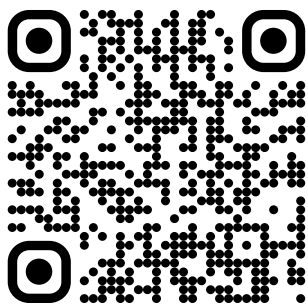
ВІЙСЬКОВИЙ чи ВОЄННИЙ ?

Військовий — який стосується війська як силової структури або ж військовослужбовців. **Воєнний** — який стосується війни, пов'язаний із нею.

Військовий журналіст або журналістка — це людина, яка служить в армії і виконує функції пресофіцера або готує матеріали для військових медіа.

Воєнний журналіст або журналістка — це цивільна людина, яка працює в медіа, перебуваючи в зоні бойових дій.

У виданні [«Посібник з безпеки для журналістів: Посібник для репортерів у небезпечних зонах»](#) воєнні журналісти з різних країн діляться власним досвідом роботи в гарячих точках, а також порадами для тих, хто планує висвітлювати війну на передовій.



Посібник з безпеки для журналістів:
Посібник для репортерів у небезпечних зонах;
Репортери без кордонів



Приклад:

Під час відрядження на передову журналісти змогли зняти сучасну військову техніку, зокрема й безпілотники та модернізовані танки.

Упродовж останніх місяців воєнні дії в регіоні змусили тисячі людей залишити свої домівки.

Військові злочини — це злочини, які стосуються порушень статутів або інших правил внутрішнього військового порядку. Ці злочини можуть вчиняти лише військовослужбовці.

Воєнні злочини — свідоме грубе порушення законів та звичаїв війни. Це поняття міжнародного права, що об'єднує групу серйозних порушень правил ведення бойових дій («закону війни») та норм і принципів міжнародного гуманітарного права, що вчиняється умисно або через грубу необережність.

Приклад:

Обстріли російськими окупантами мирних українських міст, насильство над цивільним населенням — це **воєнні злочини**.

Дезертирство, умисне пошкодження військового майна чи невиконання наказу — **військові злочини**.



ОКУПОВАНІ чи **ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНІ ТЕРИТОРІЇ** ?

Правильний варіант — «**тимчасово окуповані території**». Цей термін закріплено в українському законодавстві для позначення територій, на які не поширюється контроль української влади через їхню окупацію державою-агресором.

Слово «тимчасово» означає, що окупація не є постійною і що Україна має право на повернення територій у майбутньому.

Українські медіа часто вживають слово «окупація» для позначення певної території: «*виїхали з окупації*», «*небезпека в окупації*».

ВИКОРИСТАННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ПРИЙОМІВ ДЛЯ ВИСВІТЛЕННЯ БОЙОВИХ ДІЙ

У своїх матеріалах журналісти можуть використовувати як нейтральну, так і емоційно забарвлену лексику. В інформаційних жанрах використовується нейтральна лексика — для чіткого відокремлення фактів від суджень і припущень (п. 9 Кодексу етики українського журналіста).

Стилістичні прийоми виправдані в прямих цитатах, публіцистичних або літературно-художніх жанрах.

Використання термінів «рашизм», «рашисти» припустиме, якщо йдеться не про приналежність до певної національності, а про приналежність до групи, яка є ворожою до українців, сповідує російсько-фашистську ідеологію та відповідно до неї діє.

Системне використання окремих стилістичних прийомів (як-от написання власних назв «росія» і «путін» із маленької літери) залишається на розсуд редакції, при цьому медіа має пояснити аудиторії своє рішення.

Журналістам варто утримуватися від уживання образливих висловів, ненормативної лексики, якщо тільки це не виправдано контекстом, але і в цьому разі уникати частого вживання такої мови.

Не рекомендовано використовувати такі евфемізми, як «орки» або «прильоти», якщо це не пряма мова героя матеріалу.

Варто чітко називати російських воєнних злочинців — російськими воєнними злочинцями, а ракетні удари, авіанальоти, обстріли і влучання — ракетними ударами, авіанальотами, обстрілами і влучаннями.

Приклад:

Стилістично забарвлена лексика часто трапляється в заголовках новин: «*Рашисти обстрілюють Миколаїв*», «*Пригоди «орків» у Чорнобаївці*».

Чи доречні такі заголовки в новинах? Ні, тому що і «рашисти», і «орки» — це стилістично забарвлені слова, а **в інформаційних жанрах використовують стилістично нейтральну лексику.**



ЯК ПОВІДОМЛЯТИ ПРО ПОТЕРПІЛИХ І ЗАГИБЛИХ?

Теми, пов'язані з жертвами війни, варто висвітлювати без поширення персональних даних та іншої чутливої інформації — якщо йдеться про людей, які не є публічними особами.

Будь-яку персональну інформацію стосовно потерпілих і загиблих, зокрема й отриману від офіційних джерел чи з соціальних мереж, **журналістам варто оцінювати з урахуванням можливих наслідків** — як-от наслідків, які можуть виникнути після поширення в соціальних мережах.

Рідні і близькі українців, які загинули на війні, мають право на приватність. Журналістам, які планують висвітлювати церемонію поховання, варто заздалегідь спитати про це дозволу. Якщо родина буде проти фото- чи відеозйомки, потрібно знайти інший спосіб розповісти про прощання. У випадках, коли поховання є подією, яка становить значний суспільний інтерес, формальна згода рідних може бути необов'язковою.

Поширеною помилкою є акцент на зовнішніх атрибутах церемонії поховання замість уваги до заслуг загиблого чи загиблої. **Робіть акцент не на скорботі, а на пам'яті**, на ролі загиблих у захисті нашої країни. Надавайте перевагу особистим інтерв'ю з людьми, які знали бійця або бійчиню,

які могли б розповісти про їхні вчинки, погляди. Ставте запитання, шукайте нову інформацію, а не обмежуйтеся пресрелізом.

Приклад:

Наприкінці червня 2022 року українські медіа поширили інформацію про жінку, яка опинилася під завалами внаслідок російського ракетного обстрілу в Києві. Зокрема, чимало медіа зазначили, що потерпіла є громадянкою Росії, яка давно мешкає в Україні, й продемонстрували фото та відео із зображенням російського паспорта. Фото паспорта розмістив у своєму телеграм-каналі один із радників міністра внутрішніх справ України.

На зображенні чітко видно ім'я, прізвище, дату й місце народження потерпілої жінки. Це призвело до її цькування в соціальних мережах.

Комісія з журналістської етики визнала цей випадок порушенням п. 3 Кодексу етики українського журналіста. У своїй заяві Комісія закликала журналістів і медіа з повагою ставитися до права на приватне життя людей, які не є публічними особами, та висвітлювати теми, пов'язані з жертвами війни, без поширення персональних даних та іншої чутливої інформації.

ЯК ГОВОРИТИ ПРО УКРАЇНСЬКИХ ПОЛОНЕНИХ?

Не експлуатувати тему, а давати аудиторії глибше розуміння проблеми.

Оприлюднювати прізвища військових та цивільних полонених, обставини їхнього потрапляння до полону, демонструвати особисті фото й відео можна лише за їхньої персональної згоди або згоди рідних та з урахуванням обставин полону (п. 3 Кодексу етики українського журналіста). В окремих випадках суспільна важливість теми переважає над приватністю: наприклад, деталі перебування в місцях ув'язнення, жорстоке поводження з полоненими, незаконний процес над українськими полоненими та ін. У таких випадках інформація про полоненого/полонену може бути поширена без його/її згоди.

Всі публічні історії про полонених не повинні містити факти, які можуть зашкодити їм у неволі (адреса місця служби, номер військової частини, назва підрозділу, наявність родичів на тимчасово окупованій території та інші факти про рідних тощо).

Уникати використання фото й відео із зображенням тіл або тортур — за винятком випадків, коли новина супроводжується попередженням про контент для повнолітніх і відповідним коментарем про фіксацію воєнного злочину.

Приклад:

2023 року українські медіа оприлюднили відеозапис імовірного розстрілу російськими військовими українського військовополоненого. Перед пострілом чоловік сказав: «Слава Україні!»

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

Комісія з журналістської етики дійшла висновку, що медіа, які поширили відеозапис без купюр і без приховування обличчя військовополоненого, грубо порушили Кодекс етики українського журналіста. Факт скоєння російськими військовими воєнного злочину справді становить суспільний інтерес. Водночас медіа мають поважати почуття близьких загиблого, які не повинні дізнаватися про смерть рідної людини із новин. Журналісти могли використати лише відео із прихованим обличчям, на якому неможливо було б упізнати конкретну людину.

ЯК ГОВОРИТИ ПРО РОСІЙСЬКИХ ВІЙСЬКОВОПОЛОНЕНИХ?

Женевські конвенції захищають гідне ставлення до військовополонених будь-якої сторони конфлікту. Згода на інтерв'ю має бути усвідомлена і не ухвалюватися під тиском. Неприпустимо наполягати на інтерв'ю з полоненим, якому надають медичну допомогу, або у якого зав'язані очі.

Рішення про те, чи погоджуватися на інтерв'ю, військовополонений робить в умовах неволі. Розмова може відбуватися в присутності співробітників закладу, де утримується полонений. Тому журналісти мають повідомляти аудиторії про обставини, в яких було записане інтерв'ю.

Обличчя військовополоненого не повинно бути показаним, навіть за умови згоди на відеозапис. Для цього журналісти можуть знімати співрозмовника зі спини або накладати блюр. У кадр не повинні потрапляти інші полонені, таблички чи списки з прізвищами.

Персональні дані, а також зображення можуть бути поширені лише в окремих ситуаціях — наприклад, коли родичі військовополоненого розповідають про нього і демонструють його фото.

Під час інтерв'ю потрібно уникати образ, тиску на співрозмовника, не перетворювати розмову на допит.

Приклад:

У **відеорепортажі** журналіста Любомира Ференса про табір російських військовополонених в Україні показано обличчя полонених, можна чути їхні прізвища. На відео зафіксовано, як співробітник установи проводить журналіста до приміщень, де утримуються військовополонені. Про обставини, за яких була отримана згода на інтерв'ю, а також чи був присутній співробітник (або співробітники) установи під час запису, журналіст не розповідає.

Комісія з журналістської етики встановила, що значна частина журналістських матеріалів про російських військовополонених порушує п. 3 («Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини») та п. 4 Кодексу етики українського журналіста («Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду»).

ЯК УНИКАТИ ДИСКРИМІНАЦІЇ ПІД ЧАС ВИСВІТЛЕННЯ ЖИТТЯ РІЗНИХ СОЦІАЛЬНИХ ГРУП ПІД ЧАС ВІЙНИ?

Неприпустимо розділяти українців на «ми» і «вони» в часи війни. Медіа повинні відмовитися від ретрансляції стереотипів, які розпалюють міжетнічну, міжрегіональну, релігійну та іншу ворожнечу; формують упереджене негативне ставлення до певної групи людей.

У публікаціях про правопорушення не згадувати ознаки, які визначають ідентичність людини або групи людей (раса, національність, регіон проживання, захворювання тощо). Злочинність не має національності або «прив'язки» до певного регіону.

Журналістам варто всебічно висвітлювати життя тих чи інших соціальних груп, надаючи слово представникам цих спільнот. Подаючи про ту чи іншу групу людей виключно негативну інформацію (навіть на основі пресрелізів), медіа створюють враження, нібито всі члени цієї групи схильні до порушень закону або норм поведінки.



Приклад:

На сайті інтернет-видання «Коло.News (Новини Полтави)» 29 липня 2022 р. було опубліковано матеріал «Правила життя автівок з харківськими номерами у Полтаві».

У матеріалі містилися вирази, які створювали упередженість проти переселенців із Харкова: *«На жаль, деякі з них привезли з собою і харківські правила їзди — адже хто був у цьому прекрасному місці, добре знає, що у Харкові їздять хто як хоче».* *«Авто припаркували прямо на пішохідній вулиці Соборності, де навіть найзапекліші полтавські порушники авто ніколи не ставили».*

Під час розгляду скарги редакція визнала наявність порушення п. 15 Кодексу етики українського журналіста, самостійно усунула помилку (видалила публікацію, яка дискримінувала переселенців) і прийняла до відома [рекомендації](#) з висвітлення теми.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

🎯 ЗАВДАННЯ 1

Ви отримали роботу у відомому онлайн-медіа, і на першій планерці редактор заявляє, що виданню бракує сенсаційних відео. Знімати такі відео доручають вам. У пошуку теми ви дізнаєтеся, що до реанімації місцевої лікарні привезли жінку, потерпілу від обстрілу житлового кварталу. Журналістів туди не пускають, але ви маєте знайомих у лікарні, які зможуть провести вас до реанімаційної палати. Які ваші дії?

- A. Вже мчу до реанімації, щоб записати відео з потерпілою. Якщо вона буде лежати — це добре для сюжету, людям буде її більше шкода.
- B. Вестиму стрим прямо з палати: прямі трансляції добре піднімають охоплення.
- C. Спитаю дозволу керівника лікарні або відділення на інтерв'ю з пацієнткою. Можливо, це буде не сьогодні, а тоді, коли жінка краще почуватиметься.
- D. Відмовлюся від цієї теми, тому що не зможу підготувати матеріал швидко, і редактор буде незадоволений.

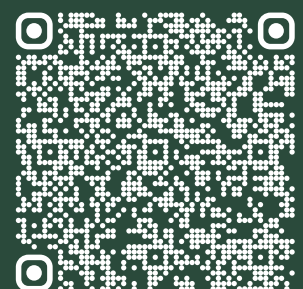
Правильна відповідь: C

Журналістам варто докладати особливих зусиль для захисту людей, які переживають страждання, скорботу чи шок, як щодо самих себе, так і щодо членів родини та родичів. Через це не варто брати інтерв'ю у пацієнтів лікарень без дозволу адміністрації — тому що оцінити психологічний стан пацієнтів можуть лише медики.

Медіа не повинні проводити фото- чи відеозйомку осіб, від яких не можна очікувати усвідомленої вільної згоди, як, наприклад, коли вони перебувають у стані стресу у відділенні невідкладної допомоги.



Пояснення до практичного завдання 1



ЗАВДАННЯ 2

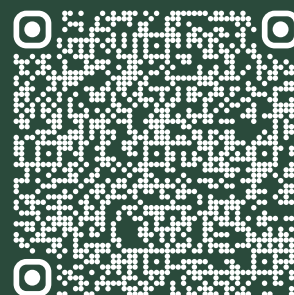
Які з цих заголовків ви відредагуєте, а які залишите? Поясніть свій вибір.

- A. Під час окупації села у будинку фермера «орки» влаштували своє лігво.
- B. Окупанти влаштували курс пропаганди школярам на ТОТ.
- C. Сусід загиблої дівчини розповів, що відбувалося в перші хвилини після «прильоту».
- D. У Сумській області сьогодні зафіксовано приліт ворожої ракети X-59.
- E. На Харківщині виявлено черговий рашистський схрон з боєприпасами.

Правильна відповідь: Відредагувати треба заголовки А, С, D, E.
У заголовку В — розшифрувати аббревіатуру.



Пояснення до практичного
завдання 2



🎯 ЗАВДАННЯ 3

Ви висвітлюєте акцію родин українських військовополонених. Дружини й матері просять вас оприлюднити максимум інформації про їхніх рідних, щоб допомогти повернути їх із російського полону. Вони передають вам документи, де містяться прізвища, фотографії, паспортні дані, домашні адреси, номери військових частин, військова спеціальність полонених, інформація про їхній стан здоров'я і місце, де вони могли потрапити до полону.

Як ви розпорядитесь цією інформацією?

Правильна відповідь: Спитаю згоди рідних на оприлюднення прізвищ і фото, а також звернуся до офіційних осіб щодо коментаря. Не буду оприлюднювати інших даних, тому що це може ускладнити становище українських військовополонених.

Пояснення:

Оприлюднення прізвищ військових та цивільних полонених, обставин їхнього потрапляння до полону, демонстрація особистих фото й відео можуть відбуватися лише за їхньої персональної згоди або згоди рідних та з урахуванням обставин полону, про які говорять офіційні особи. **Усі публічні історії про полонених не повинні містити даних, які можуть зашкодити їм у неволі. До таких даних належать:**

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

**ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ТА
НЕДИСКРИМІНАЦІЯ
ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ
СКЛАДНИК РОБОТИ
ПРОФЕСІЙНОГО МЕДІА**

Авторка:

ЛІЗА КУЗЬМЕНКО

голова ГО «Жінки в медіа»,
членкиня Комісії з журналістської етики

«Редакційна політика неможлива без політики ґендерної», — говорить колишня заступниця гендиректора «Укрінформу», а тепер — заступниця головного редактора онлайн-видання Lb.ua Марина Сингаївська.



Журналістські стандарти та етика нерозривно пов'язані з ґендерною рівністю та недискримінацією. Зокрема, у п. 15 Кодексу етики українського журналіста зазначено:

«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.

Необхідно утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики».

Чому це важливо?

Важливість цього принципу в журналістській етиці ґрунтується на тому, що ґендерна рівність та недискримінація є базовими умовами для об'єктивного, справедливого й правдивого висвітлення подій. Журналісти несуть відповідальність перед аудиторією за дотримання високих стандартів етики, і цей стандарт передбачає відмову від упереджених або дискримінаційних підходів. Адже дискримінаційний підхід може спотворювати факти, викликати суспільну ворожнечу або формувати хибні стереотипи. Дотримання цього принципу не лише допомагає запобігати викривленню інформації, але й підвищує довіру аудиторії до журналістів, а також зміцнює роль медіа як інструмента суспільного діалогу та змін.

8 «НІ» ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ҐЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В МЕДІА

1

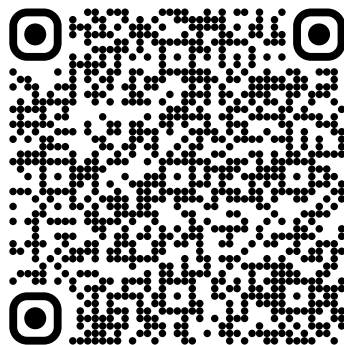
Уникаємо коментування зовнішності жінок і чоловіків, зокрема їхнього одягу, зачіски або макіяжу. Не торкаємось питань їхнього особистого часу чи обов'язків у домашньому господарстві під час обговорення професійної діяльності, за винятком випадків, коли це є частиною матеріалу таблоїдної журналістики.

Приклад:

2 листопада 2018 року інтернет-видання «Вголос» опублікувало новину під заголовком: *«У центрі Львова блондинка на білій «тойоті» не «вписалася» у під'їзд».*

Комісія з журналістської етики, окрім зазначеної новини, проаналізувала й інші публікації цього видання та виявила недоречні згадки про зовнішність людини та використання образливих висловів, зокрема у заголовках *«Новою речницею МЗС України стала ефектна блондинка», «Тупа блондинка на корпоративі»: Мендель зганьбилася у Давосі (фото)», «У центрі Львова блондинка на Audi Q3 в'їхала у маршрутку».*

Матеріал для самостійного ознайомлення



Рішення Комісії з журналістської етики щодо сексизму в онлайн-виданні «Вголос»

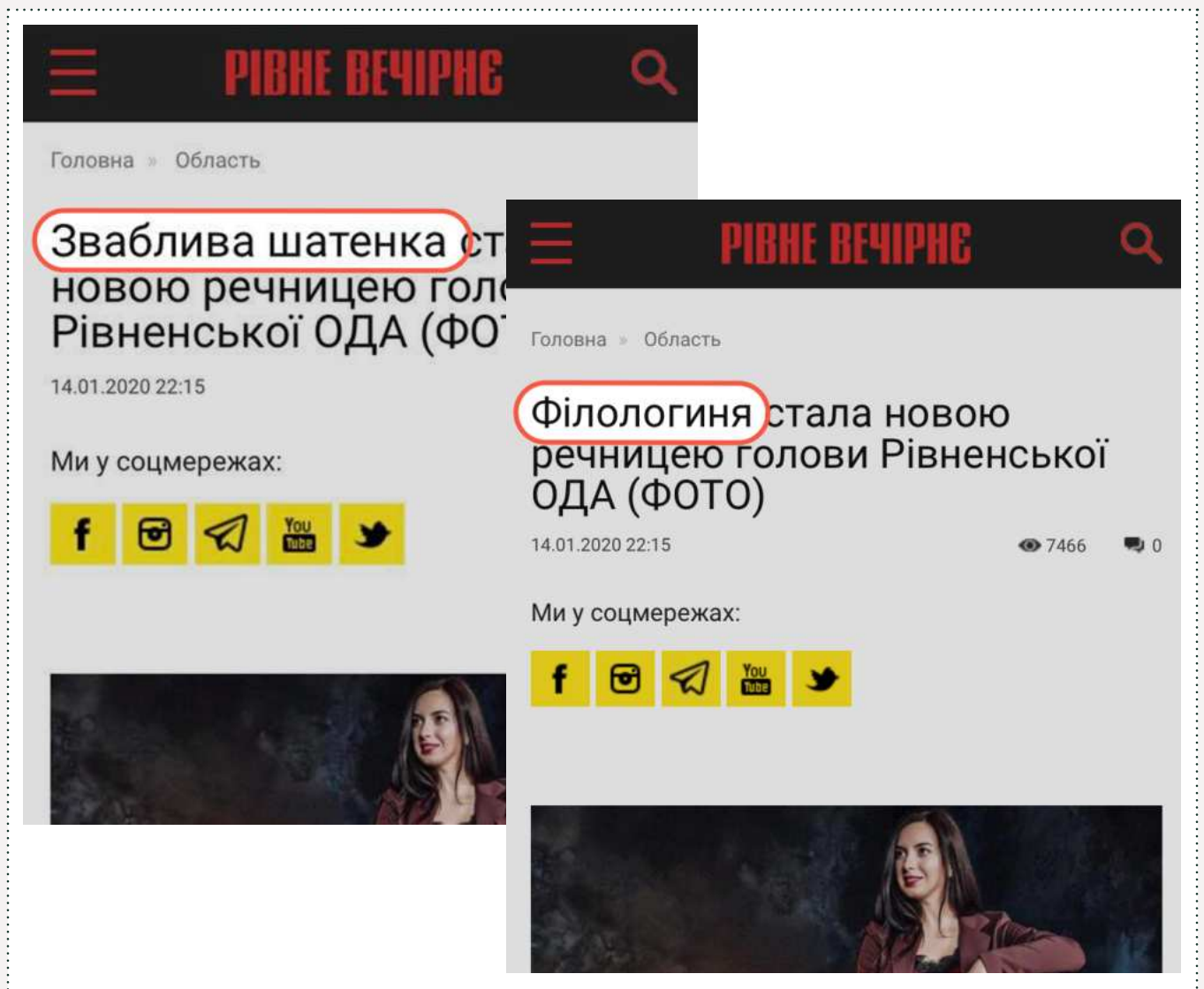


У цьому рішенні КЖЕ зазначила, що журналісти та редакції повинні докладати зусиль для всебічного вивчення ситуації й контексту, а також надавати своїй аудиторії повну інформацію з питання, яке висвітлюється.

Зазначення у новині кольору волосся учасниці події не є важливим складником новини, ба більше — це поширює і культивує застарілі уявлення про нібито погане водіння саме жінками. Отже, замість об'єктивного інформування громадськості транслюються зневажливі й принизливі для жінок сексистські стереотипи. З огляду на допущені порушення та систематичність подібних публікацій, Комісія виносить онлайн-виданню «Вголос» публічний осуд.

2

Не використовуємо застарілі стереотипи, як-от «жінка-берегиня», «жінка-барбі» або «жінка – слабка стать». Норми поведінки, зовнішній вигляд та професія не повинні визначати статтю.



Скриншот, приклад зміни заголовка інтернет-виданням «Рівне вечірнє» на прохання КЖЕ, 2020 рік

3

Не використовуємо стереотипні образи фемінності чи маскулінності, які нав'язують певні типи поведінки, особистих якостей або зовнішніх ознак для кожної статі. Наприклад, не підтримуємо твердження, що «політика — це чоловіча справа» або що «жінки повинні бути відповідальні за домашні обов'язки».

4

Не акцентуємо увагу на статі, релігії, сексуальній орієнтації, ґендерній ідентичності, національності, расовій приналежності, інвалідності, соціальному статусі чи сімейному стані жінок і чоловіків, якщо це не є істотним для змісту матеріалу.



ТЕРНОПОЛЯНИ

НОВИНИ ПОЛІТИКА ЕКОНОМІКА СПОРТ ЖИТТЯ

У Тернополі будуть евакуйовувати авто переселенців, які порушують правила паркування (відео)

Неділя, 13 березня 2022 13:04



У Тернополі будуть евакуйовувати авто переселенців, які порушують правила паркування.

Про це сьогодні під час брифінгу розповів міський голова Тернополя та начальник поліції Тернопільщини Олександр Богомол.

"Тернопіль працює у звичному режимі. Фейк, що лікарні міста переповнені - лікарні напівпусті, немає переповнених лікарень хворими та пораненими. Крові є достатньо, - відзначив Сергій Надал. - Тернопіль завжди був тихим та спокійним містом, я дуже

сподіваюся, що ті гості, які сьогодні перебувають у місті, будуть дотримуватися правил дорожнього руху та благоустрою. Попереджаю, що від сьогодні муніципальна інспекція працює у режимі не попередження, а штрафів, і всі автомобілі, які порушують правила паркування, ми будемо евакуйовувати на штрафмайданчики. З Чикаго нам передали аптечки для військових, дякую нашій діаспорі з Чикаго. З 14 березня розпочинається навчання дистанційно в режимі онлайн, для тих хто за кордоном, по спеціальних уроках в Ютубі можна буде переглянути уроки. Ті хто переселенці звертайтеся в найближчу школу, щоб влаштувати дітей. Педіатри - при реєстрації на залізничному вокзалі, всі медики попереджені, можна звертатися до найближчого педіатра для отримання безкоштовної медичної допомоги".

Про відповідальність за неправильно припарковані авто та порушення ПДР наголосив також і Олександр Богомол.

Скриншот, приклад дискримінаційного використання ознаки внутрішньо переміщеної особи у виданні «Тернополяни», 2022 рік. Це створює враження, ніби правила паркування порушують виключно внутрішньо переміщені особи, що розпалює ворожнечу, підвищує соціальну напругу та сприяє протистоянню, розділяючи людей на «своїх» і «чужих»

5

Уникаємо контенту, який сприяє чи може сприяти сексуалізації або об'єктивації жінок та чоловіків, тобто представленню людини як об'єкта, призначеного виключно для сексуального задоволення інших.

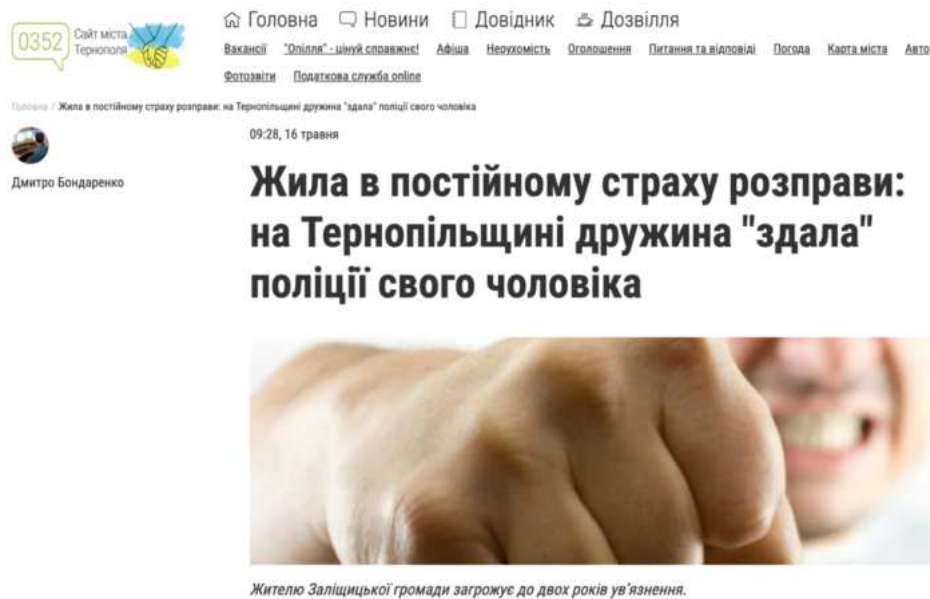
6

З огляду на відповідальність перед нашою аудиторією ми прагнемо уникати надмірної сенсаційності в поданні інформації. Ми не використовуємо стереотипні заголовки і не супроводжуємо тексти фотографіями чи ілюстраціями, які можуть шокувати.

Приклад:

Заголовок «*Жила в постійному страху розправи: на Тернопільщині дружина «здала» поліції свого чоловіка*» можна змінити на «*На Тернопільщині виявлено випадок домашнього насильства: що відомо та як захистити потерпілих?*».

Такий заголовок залишається стриманим, повідомляючи про сутність події без сенсаційних акцентів і без звинувачення потерпілої, яка нібито зробила щось погане. Крім того, змінивши заголовок, ми допомагаємо читачам і читачкам дізнатися, де отримати допомогу у разі виникнення подібної ситуації.



Скриншот із сайту «0352.Сайт міста Тернопіль», матеріал від 16 травня 2024 року

7

Ми не наголошуємо на надмірних деталях злочину та емоціях постраждалих, дбаємо про їхню конфіденційність, зважаємо на ризики повторної травматизації.

8

Ми не вживаємо висловів «сама винна», «спровокувала», «сама напросилась», «так була вдягнута», «нащо пішла» тощо. Ми використовуємо неосудливу мову, в якій відсутні будь-які звинувачення постраждалих, та уникаємо віктимізації.



The screenshot shows a news article from TSN. The navigation bar includes: ТСН, УСІ ПУБЛІКАЦІЇ, КРАЩЕ З YOUTUBE, ЕКСКЛЮЗИВ ТСН, УКРАЇНА, ПОЛІТИКА, ВІЙНА, ГЛАМУР, ПРОСПОРТ, and ШЕ. The article is categorized under ТСН > Львів. The headline reads: **Він хотів сексу, а вона його зарізала: на Львівщині жінка проведе за ґратами 9 років**. The author is Анастасія Гончаренко, published on 21:15, 19.03.23, with 72k views and 2 hours ago. Social sharing icons for Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram, Messenger, and a link icon are present. The main image shows a pair of hands in black handcuffs against a cloudy sky background.

Скриншот, приклад звинувачення потерпілої особи у виданні ТСН, 2023 рік

РОЗБІР КЕЙСУ «КАГАРЛИЦЬКА СПРАВА»

Історія:

26 травня 2020 року у вечірньому випуску ТСН вийшов сюжет під назвою «*Резонансна справа*». Сюжет також був опублікований на сайті ТСН.ua із заголовком «*Як почувається зґвалтована поліцейськими дівчина: докладніше про жертву кагарлицьких копів*», а також на інших медійних платформах, наприклад, на сторінці ТСН у Facebook. У сюжеті дійсно були оприлюднені особисті дані жінки, яка пережила насильство, без її згоди. Зокрема, названо її ім'я, село, в якому вона проживає, її сімейний стан, а також подано інформацію про її дитину.

Журналіст «1+1», автор сюжету, показує обличчя матері потерпілої (в масці), всупереч її проханням цього не робити, і дає її пряму мову, де вона каже, що не хоче нічого коментувати. При цьому в сюжеті не подано титри, коли показують матір, і у глядача може скластися враження, ніби це — сама потерпіла. Окрім того, журналіст опитує односельців потерпілої, щоб зібрати характеристику про неї.



Реакція Комісії з журналістської етики:

У своєму рішенні від 1 червня 2022 року «Щодо сюжету ТСН (1+1) та щодо матеріалів інших ЗМІ про потерпілу у справі про насильство з боку поліцейських Кагарлицького відділення поліції» Комісія закликала українські медіа змістити фокус уваги з особи потерпілої на ситуацію із насильством з боку поліції, а також визнала, що невиправдано й неетично поширювати багато подробиць про злочин, адже вони можуть завдавати додаткової травми постраждалих та її сім'ї.

Дайте відповіді на такі запитання:

1. Як ви вважаєте, чи виправдано було оприлюднювати особисті дані жінки, яка пережила насильство, без її згоди, з огляду на суспільний інтерес? Які етичні межі варто встановлювати під час висвітлення таких тем?
2. Чи можна було досягти такої самої інформативності сюжету, не порушуючи прав жінки та її родини на приватність? Як ви особисто підійшли б до створення такого матеріалу?
3. Як ви оцінюєте дії журналіста, який оприлюднив пряму мову матері потерпілої без її бажання? Як це впливає на сприйняття матеріалу глядачем та довіру до медіа в цілому?
4. Які етичні дилеми постають перед журналістами, коли вони опитують представників із оточення постраждалого, наприклад, односельців?
5. Яка інформація є корисною для суспільства, а яка може заподіяти шкоди?



Щодо сюжету ТСН (1+1) та щодо матеріалів інших ЗМІ про потерпілу у справі про насильство з боку поліцейських Кагарлицького відділення поліції



8 «ТАК» ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ҐЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В МЕДІА

1

Постійно вживаємо фемінітиви відповідно до правил українського правопису, вважаючи цю практику важливою для посилення видимості соціального і політичного внеску жінок. Уживання граматичної форми чоловічого роду щодо осіб жіночої статі можливе у прямій мові героїв, якщо вони на цьому наполягають, але не в непрямій та авторській мові матеріалів.

2

У наших матеріалах ми прагнемо просувати позитивний образ жінок як активних учасниць соціального, спортивного, економічного і політичного життя.

3

Створюємо збалансоване представництво жінок і чоловіків, запрошуючи експерток і фахівчинь із тих тем, у яких жінки представлені несправедливо менше, зокрема у військовій справі, армії, політиці, економіці, фінансах тощо, а не тільки в освіті, соціальній сфері, культурі й мистецтві.

4

Принципи ґендерної рівності застосовуємо в різних типах редакційного контенту: репортажі, колонки, коментарі, сюжети, документальні фільми, інтерв'ю, токшоу тощо.

5

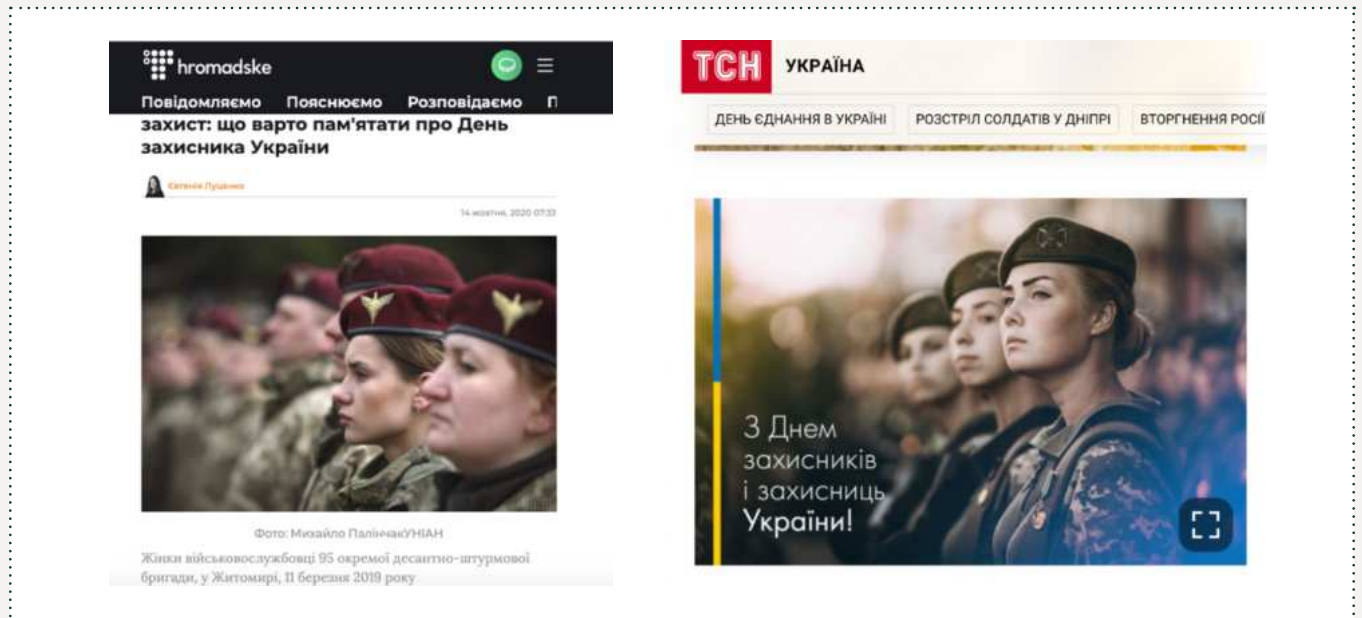
Там, де це можливо, докладаємо зусиль для використання ґендерної статистики, тобто статистики, яка дезагрегована за статтю.

Помічне!

Дезагрегована статистика за статтю дає аудиторії інформацію про соціально-демографічні особливості таких груп, як жінки та чоловіки. Наприклад, про рівень оплати праці рівної цінності, про частку чоловіків та жінок на різних посадах державної служби, про рівень освіти і сферу поширення хвороб, які можуть більше вражати жінок або чоловіків; про кількісне співвідношення жінок і чоловіків у політичних партіях; про кількість водіїв і водійок або про тих, хто бере відпустку для догляду за дитиною, тощо.

6

Важливим і повноцінним складником матеріалів є візуалізація (ілюстрація чи фотографія). Вона може підсилювати написаний текст, а отже, або поширювати принципи рівності, або ретранслювати ґендерні стереотипи. Варто пильно добирати візуалізацію до матеріалів, аби вони були ґендерно чутливими.



Скриншот, приклади використання зображень військових до Дня захисників і захисниць, 2020 рік

7

Підказка! Ми перевіряємо свої матеріали, застосовуючи правило інверсії (так зване «правило дзеркала») або зміни ролі, щоб допомогти проілюструвати значення стереотипу. Чи однаково доречно певне висловлювання виглядало б у матеріалах про жінку чи про чоловіка?

8

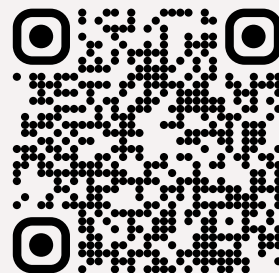
Ми усвідомлюємо, що відповідальна журналістика допоможе висвітленню проблеми чи явища, натомість недбале ставлення до висвітлення чутливих тем може погіршити становище та наразити постраждалих на додатковий ризик. У своїх матеріалах ми послуговуємося виключно коректною термінологією. Наприклад, «потерпіла» або «людина, яка пережила травматичний досвід», «людина, яка постраждала від насильства» замість «жертва», якщо постраждала від насильства людина вижила. Слово «жертва» стигматизує.

🎯 ЗАВДАННЯ

Подивіться 6-хвилинне навчальне відео КЖЕ на YouTube



Гендерна рівність у час війни

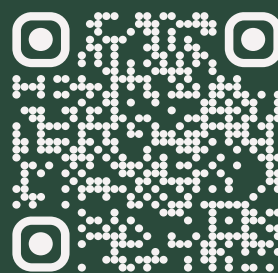


Вправа:

На телеканалі «СТБ» у березні 2019 року вийшов [сюжет про початок прийому дівчат до військового ліцею на рівних правах із хлопцями](#). Проаналізуйте сюжет на предмет дотримання норм щодо гендерної рівності.



Прийом дівчат до військового ліцею



Скриншот сюжету на телеканалі «СТБ», 2019 рік

Для аналізу сюжету на предмет дотримання норм щодо ґендерної рівності потрібно звернути увагу на кілька ключових чинників:

1. Чи вживаються фемінітиви? Які?

Перевірте, чи використовуються фемінітиви для позначення жінок, наприклад, «курсантка», «офіцерка», «військова», або ж застосовуються лише загальні чоловічі назви, як-от «курсант» чи «офіцер».

Якщо фемінітиви не використовуються, це може свідчити про недотримання норм щодо ґендерної рівності у мові.

2. Як подано баланс сторін?

Важливо звернути увагу на те, як представлені учасники обох статей у сюжеті. Чи дівчатам надається стільки само уваги, як і хлопцям? Чи представлені їхні коментарі та досвід на рівних із хлопцями?

Якщо дівчат представляють як «виняткових» або «незвичайних» учасниць ліцею, це може свідчити про відсутність справжнього рівноправного підходу.

3. Чи відчувається, що журналіст виявляє ґендерну чутливість? Чому?

Проаналізуйте загальний тон сюжету: чи не містить він стереотипів або упереджених суджень щодо ролі жінок у військовій справі? Наприклад, чи робляться акценти на «слабкості» дівчат або ж на їхній «незвичності» у військовій професії? Якщо сюжет підкреслює важливість рівних можливостей, акцентує увагу на перевагах залучення жінок і не використовує дискримінаційних або стереотипних висловлювань, це вказує на те, що автор виявляє ґендерну чутливість.

Рекомендація для аналізу: Перегляньте сюжет та оцініть ці аспекти, звертаючи увагу на мову, яку використовує журналіст, а також на те, якою мірою рівноправно подані обидві сторони — дівчата та хлопці, які вступають до військового ліцею.

8 ВАЖЛИВИХ РІШЕНЬ КЖЕ ПО П. 15 КОДЕКСУ ЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОЗНАЙОМЛЕННЯ

[Щодо гомофобії в онлайн-версії «Української літературної газети», 2024 рік](#)

[Щодо матеріалу «Думської» про проституцію в Одесі, 2024 рік](#)

[Щодо скарги на публікацію ІА «Конкурент» про ромів на автовокзалі в Луцьку, 2023 рік](#)

[Щодо матеріалу телеканалу ІTV \(Рівне\) про модульне містечко для переселенців, 2023 рік](#)

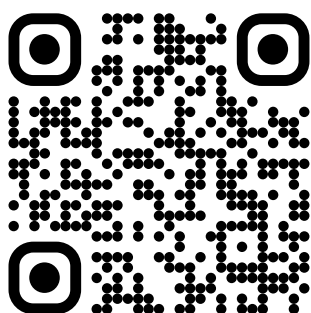
[Щодо зображення військовослужбовиць у медіа, 2022 рік](#)

[Щодо публікації інтернет-видання Zaxid.net про вручення мешканцям готелів повісток до військкомату, 2022 рік](#)

[Щодо матеріалу про можливе зґвалтування в інтернет-виданні «РадіоТрек», 2021 рік](#)

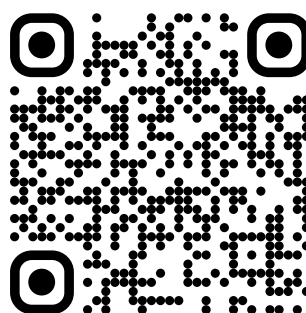
[Щодо фотоматеріалу Ігоря Дудника у інтернет-виданні «Заборона», 2021 рік](#)

ДОДАТКОВІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ РОЗДУМІВ У ВИГЛЯДІ ІНТЕРВ'Ю



«Часто проблеми з гендерною рівністю
виникають там, куди ми не хочемо дивитися».

Інтерв'ю з членкинею правління
«Суспільного» Марією Фрей



«Редакційна політика
неможлива без політики гендерної».

Інтерв'ю із заступницею головного
редактора Lb.ua Мариною Сингаївською

РОЗДІЛ 4

ТЕХНОЛОГІЇ, ШІ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА **ЕТИКА**

Авторка:

ЛІНА КУЩ

перша секретар Національної спілки журналістів України,
членкиня Комісії з журналістської етики

БАГАТО ЖУРНАЛІСТІВ МАЮТЬ СВОЇ СТОРІНКИ АБО КАНАЛИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ І РОЗМІЩУЮТЬ ТАМ КОМЕНТАРІ ЧИ НОВИНИ ВІД ВЛАСНОГО ІМЕНІ. ЧИ **поширюється** НА ЦІ МАТЕРІАЛИ КОДЕКС ЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА?

Онлайн-платформи справді стали альтернативними каналами інформації й місцем дискусії з суспільно важливих питань. Професійні журналісти часто використовують ці майданчики не лише для того, аби поширювати власні публікації в медіа, а і щоб звертатися безпосередньо до аудиторії соцмереж.

Хоча сторінка в соціальній мережі, яка належить професійному журналісту, не тотожна медіа, є випадки, коли Комісія з журналістської етики бере до розгляду скарги на публікації журналістів у соціальних мережах або на цифрових платформах. Ось критерії, за якими Комісія ухвалює рішення, чи мають застосовуватися вимоги Кодексу до певного матеріалу:

- 1) Чи позиціонує себе автор як медійника (наприклад, в описі своєї сторінки)?
- 2) Який формат та регулярність подання матеріалів? Чи нагадує це роботу медіа?
- 3) Чи є допис публічним, або ж навпаки — аудиторія допису обмежена?
- 4) Чи зареєстрована сторінка, канал як онлайн-медіа (за чинним законодавством така реєстрація є добровільною)?

Варто враховувати, що аудиторія може стійко пов'язувати імена відомих журналістів із тими медіа, де вони працюють. А дописи на персональних сторінках журналістів — сприймати як позицію медіа. Тому в багатьох світових медіа існують правила, які регулюють поведінку журналістів у соціальних мережах. В Україні це радше винятки.

Приклад:

Рішення Комісії з журналістської етики щодо допису журналіста Віталія Глаголи про «оголену» новорічну вечірку на Закарпатті

У своєму телеграм-каналі журналіст поширив фото й відео з приватної вечірки на Закарпатті. Комісія отримала скаргу на допис і взяла її до розгляду, оскільки автор є журналістом, і це зазначено в описі каналу.

Комісія визнала, що допис Віталія Глаголи не мав суспільного інтересу, який переважував би приватність учасників та організаторів вечірки у відпочинковому комплексі, й винесла журналісту попередження.

ЧИ МАЮТЬ **блогери** ДОТРИМУВАТИСЯ КОДЕКСУ ЕТИКИ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА?

Відповідно до українського законодавства журналіст — творчий працівник суб'єкта у сфері медіа, який професійно збирає, одержує, створює, редагує, поширює і забезпечує підготовку інформації для медіа. Ключове слово — **«професійно»**, тобто для людини журналістика є професією, а не хобі.

Водночас в інформаційній сфері дедалі більший вплив мають блогери — творці цифрового контенту, громадянські журналісти. Формально вони не повинні дотримуватися Кодексу етики, оскільки цей документ адресований професійним журналістам. Однак з огляду на зміни в медійному середовищі та дедалі більший вплив соціальних мереж питання етики авторів, які поширюють свої матеріали на цих майданчиках, стає дедалі актуальнішим. Нарівні зі зростанням впливовості повинна зростати й відповідальність перед аудиторією.



За законом «Про медіа» блогери можуть зареєструвати свої канали як медіа та отримати права і можливості професійних журналістів. Реєстрація накладає на блогерів і певні зобов'язання, включно із зобов'язанням дотримуватися етичних стандартів. До таких медіа буде застосовуватися Кодекс етики українського журналіста.

Приклад:

Рішення Комісії з журналістської етики щодо матеріалу про безлад у центрі міста Бершадь

YouTube-канал «Гарячі новини Вінниччини», на який поскаржилася глядачка, позиціонує себе як онлайн-медіа, тому Комісія прийняла скаргу до розгляду і винесла каналу попередження за порушення Кодексу.



НА САЙТАХ ОНЛАЙН-МЕДІА МОЖНА НАТРАПИТИ НА РОЗДІЛИ «ДУМКИ» АБО «БЛОГИ», ДЕ ЕКСПЕРТИ, ПОЛІТИКИ, ПІДПРИЄМЦІ ПУБЛІКУЮТЬ СВОЇ ДОПИСИ. ЯКЩО ЦІ МАТЕРІАЛИ *порушують* ЕТИЧНИЙ КОДЕКС – ЧИ БУДУТЬ ВІДПОВІДАТИ АВТОРИ?

Матеріали, які публікуються в таких розділах, не підлягають редакторському контролю. Вимагати від інтернет-видання їхньої перевірки щодо публікації — це дорівнює вимозі запровадження цензури від приватних компаній (так званої *privatized censorship*). Тоді як мета запровадження таких розділів — вільний обмін думками, ідеями, досвідом.

Але коли після публікації до медіа надходить скарга, редакція має відреагувати на неї: наприклад, обмежити доступ до публікації, змінити заголовок, додати пояснення тощо.

Відповідальність за реагування лежить саме на редакції, а не на авторах, які не є професійними медійниками і до яких неможливо застосувати норми Кодексу етики українського журналіста. Для цього редакція має передбачити процедуру подання і розгляду скарг, оприлюднити цю інформацію для читачів.

У випадках, коли авторами є журналісти, вони мають дотримуватися Кодексу навіть у тих розділах сайту, які не модеруються.

Приклад:

Рішення Комісії з журналістської етики щодо допису Ірини Федорів в блозі на «Українській правді»

Хоча допис був розміщений у немодерованому розділі сайту, авторка позиціонувала себе як «журналістку та викладачку», тому мала дотримуватися норм журналістської етики. Розглянувши скаргу, надіслану щодо цього матеріалу, Комісія винесла авторці дружнє попередження через перевищення межі критики щодо публічних осіб та надмірну емоційну забарвленість допису.



ЧИ МОЖУТЬ ЖУРНАЛІСТИ ВИКОРИСТОВУВАТИ **дописи** З СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СВОЇЙ РОБОТІ? ЯКЩО ТАК, ТО ЯК ПРАВИЛЬНО ЦЕ РОБИТИ?

Для пошуку інформації та аналізу реакції суспільства на ті чи інші події журналісти часто вдаються до контенту соціальних мереж. Це лише інструмент, який потрібно використовувати відповідально. **Ось основні правила:**

- 1) Верифікація джерела: кому належить сторінка або канал, чи це реальна людина або організація? Чи має вона експертність у тій сфері, про яку говорить?
- 2) Перевірка фактів в офіційних або незалежних джерелах. Перевірка достовірності фото й відео.
- 3) Додавання контексту ситуації: документів, статистики, історичної довідки, іншої необхідної інформації.
- 4) Додавання оцінок незалежних експертів, запобігання упередженості й маніпуляціям.

Журналістські матеріали не можуть від початку і до кінця будуватися на дописах в соціальних мережах.



Приклад:

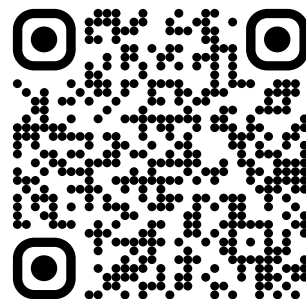
Рішення Комісії з журналістської етики щодо скарги на публікацію ІА «Конкурент» про ромів на автовокзалі в Луцьку

Оскаржувана публікація розміщена в стрічці новин інтернет-видання і містить єдину цитату — із допису користувача фейсбук-групи. Замість перевірки фактів про нібито скоєні групою ромів порушення громадського правопорядку журналісти розповіли про обговорення в фейсбуку, подавши інформацію так, нібито правопорушення — вже доведений факт. Тому Комісія з журналістської етики встановила в публікації порушення Кодексу етики українського журналіста.

ЧИ МОЖНА ВИКОРИСТОВУВАТИ ШТУЧНИЙ *інтелект* ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ?

Журналістам варто глибоко вивчати, які переваги і нові можливості відкривають моделі штучного інтелекту останнього покоління. Медійникам потрібно бути готовими адаптуватися до цих змін, залишаючись відданими своїм професійним етичним стандартам (див., наприклад, [Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence](#)).

Водночас необхідно враховувати обмеженість функціоналу генеративних моделей штучного інтелекту. Вони можуть створити текст, дуже схожий на аналогічні тексти в інших медіа. Але не здатні відрізнити правду від брехні, плагіат від оригінального тексту, не здатні перевіряти факти, критично мислити та уникати упереджень. В іноземних медіа, які вже запровадили політику використання штучного інтелекту, не існує єдиного підходу. В деяких редакціях журналістам дозволяють користуватися ШІ для генерування ідей або заголовків, але не текстів. В інших медіа працівники можуть ширше експериментувати з генеративними моделями ШІ в рамках підготовки матеріалу. Проте в усіх випадках остаточне рішення про поширення матеріалу приймає людина, а не машина. Неприпустимо, коли згенеровані ШІ матеріали автоматично, без будь-якої перевірки чи редагування, з'являються в медіа.



Рекомендації з етики штучного інтелекту;
ЮНЕСКО (Recommendation on the Ethics
of Artificial Intelligence; UNESCO)

Приклад:

[Заява Комісії з журналістської етики щодо публікацій матеріалів на новинних агрегаторах](#)

Комісія з журналістської етики привернула увагу спільноти до алгоритмів агрегаторів новин і рекомендувала операторам агрегаторів формувати новинну стрічку з гарантуванням дотримання вимог Кодексу етики українського журналіста. Зокрема, включати до вибірки лише ті медіа, які дотримуються журналістських стандартів; не брати матеріали певних видань на оплатній основі або чітко зазначати про це. Хоча формування стрічки новин відбувається в автоматичному режимі, алгоритми можна налаштувати так, щоб уникнути порушень журналістської етики.

ЯКЩО Я РОЗМІЩУ В СТРИЧЦІ НОВИНУ, НАПИСАНУ *штучним* ІНТЕЛЕКТОМ, ТО ХТО ЇЇ АВТОР?

Відповідальність за зміст журналістського матеріалу лежить на журналістові та на редакції, навіть якщо під час підготування цього матеріалу автор звертався по допомогу до ШІ. Використання штучного інтелекту не звільняє журналістів від обов'язку перевіряти факти в надійних джерелах, перевіряти гіперпосилання на джерела, згенеровані ШІ, на їх існування та релевантність до теми, на яку створено текст, бути точними в цитуванні, надавати контекст, чітко відокремлювати факти від оцінок, дотримуватися балансу думок й уникати дискримінації. А в разі необхідності — визнавати та виправляти помилки.

Згенерований ШІ текст, який є частиною журналістського матеріалу, необхідно перевіряти на оригінальність. Генеративні моделі запозичують у авторів думки і цілі фрази, а журналістів, які використовують цей текст, можуть звинуватити в плагіаті.

Штучний інтелект також може містити ґендерні стереотипи. За даними [Harvard Business Review](#), було багато випадків, коли штучний інтелект переймав ґендерні упередження від людей. Тому журналістам і редакціям варто перевіряти тексти, згенеровані ШІ, також на наявність ґендерних стереотипів та дискримінаційних висловлювань.

Отже, недостатньо доручити ШІ написати за вас текст — редакторський контроль ніхто не скасовував.



Приклад:

[Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо використання штучного інтелекту для створення журналістських матеріалів](#)

ЧИ ПОТРІБНО ПОЗНАЧАТИ **контент** (ТЕКСТ, ІЛЮСТРАЦІЇ, ВІДЕО), СТВОРЕНИЙ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ?

Потрібно повідомляти аудиторії про матеріали (тексти, інфографіку, статичні та динамічні зображення, відео тощо), в яких автори використовували штучний інтелект для часткового або повного написання тексту чи створення графічних матеріалів, зображень / відео.

Це може бути пояснення такого зразка: *«Цей матеріал частково написаний з використанням штучного інтелекту, після чого всі факти перевірено журналістом»*. Або: *«Текст цього матеріалу написаний штучним інтелектом і відредагований журналістом редакції»*. Або: *«Фото / зображення згенеровано ШІ з метою захисту та безпеки джерела інформації»*.

Потрібно роз'яснювати аудиторії, чому такі пояснення важливі та як можуть використовувати штучно згенеровані зображення для нечесних маніпуляцій емоціями людей.



Приклад:

Заява Центру протидії дезінформації щодо поширення в мережі згенерованих ШІ зображень

КЖЕ не рекомендує використовувати зображення, згенеровані ШІ, для ілюстрації актуальних новин — навіть за наявності дисклеймера. Необхідно обережно підходити до впровадження алгоритмів, якщо йдеться про вибір заголовків чи відео, і відмовлятися від маніпулятивних прийомів для залучення трафіку, наприклад, якщо згенеровані машиною заголовки, що містять «мову ворожнечі», забезпечують більше охоплення.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ

Нижче розміщені заголовки новин, згенеровані штучним інтелектом. Позначте ті з них, які не відповідають етичним стандартам. Поясніть чому.

1. Азіати в Україні: чи дійсно вони інтегруються в наше суспільство?
2. Бомжі: чи заслуговують вони на нашу допомогу?
3. Сексуальна білявка чи розумна брюнетка: яку жінку обере бізнес?
4. Туризм в Україні: найкращі місця для відпочинку цього літа
5. Скандали та інтриги: що приховують кандидати перед виборами?
6. 10 речей, які ви не знали про медичні препарати: номер 7 вас вразить!
7. Чи знищить штучний інтелект наше майбутнє? Невідворотні наслідки!
8. Секрети гібридної війни: як Росія маніпулює світовою громадською думкою
9. Таймлайн війни: як змінювалася ситуація на фронті за останні місяці
10. Шокуючі свідчення: що насправді відбувається на фронті?

Відповідь: Не відповідають етичним стандартам №№1, 2, 3 (дискримінація, мова ворожнечі, сексизм), 5, 6, 7, 10 (клікбейт, маніпулятивні заголовки, невідповідність заголовків змісту).

Ви монтуєте сюжет про наслідки атаки дронів у вашому місті. Часу до випуску новин залишається дуже мало, і ви вдаєтеся до допомоги ШІ. Під час монтажу програма додає у сюжет штучно згенеровані фрагменти вибухів. Часу виправляти сюжет уже не залишається, але у вас є 5 хвилин до початку випуску. Що ви робите в цей час?

1. Нікому нічого не скажу, віддам сюжет, як є, адже більша частина кадрів — реальні. А ті, що створені ШІ, — дуже правдоподібні.
2. Додам у фінальних титрах попередження, що в сюжеті є зображення, створені ШІ.
3. Попрошу дати в цей випуск необроблене відео, яке привезла наша знімальна група, а сюжет заберу переробляти.
4. Ваш варіант.

Відповідь: КЖЕ не рекомендує використовувати зображення, згенеровані ШІ, для ілюстрації актуальних новин, навіть за наявності дисклеймера. Тому варіанти 1 і 2 – небажані.

Депутат міської ради на своїй сторінці в соціальній мережі виставив фото, де він лежить у лікарняній палаті. У коментарях посадовець пояснив, що готується до операції, і додав номер картки для збору грошей. Місцеві медіа використали інформацію і подали новину під заголовком на зразок «Депутат збирає гроші собі на операцію».

Наступного дня депутат виставив новий допис, у якому пояснив, що операція буде безплатною, а гроші підуть на реабілітацію. Він обурився, що журналісти нібито перекрутили інформацію.

Якої помилки припустилися медіа, які використали допис на сторінці депутата?

Відповідь: Помилка в тому, що журналісти побудували всю новину на дописі й не вдалися до перевірки фактів: не звернулися до самого депутата, до його родичів або до керівника лікарні. Теза про те, що гроші нібито призначені для операції, — це припущення журналістів, яке потрібно було обґрунтувати.

ДОДАТКИ

Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо публікації фотографій людей, які загинули внаслідок агресії РФ

17.09.2024

Публікація фотографій загиблих від ракетного удару 4 вересня по Львову, а також фотографій і відео чоловіка, який щойно втратив дружину й дітей, спричинила широку дискусію в соціальних мережах. Окрім радикальних суджень і емоцій, є й чимало обґрунтованих думок: одні захищають право медіа публікувати такі матеріали, інші називають цю практику неетичною або неправомірною.

Комісія з журналістської етики не коментує дії користувачів соціальних мереж; правила цифрових платформ визначають, які матеріали дозволені або заборонені до публікації, а решта залежить від власних поглядів і моральних обмежень конкретного користувача. Натомість журналісти і працівники медіа зобов'язані у своїй роботі дотримуватись кодексу професійної етики. Проте сьогодні, коли український журналіст є не лише журналістом, а й громадянином держави, яка потерпає від ворожої агресії, питання, чи доречним є висвітлення російських воєнних (міжнародних) злочинів саме в такому форматі, може бути дискусійним.

Комісія з журналістської етики вже публікувала [рекомендації щодо висвітлення загибелі людей під час війни](#) і [щодо етичної поведінки журналіста в процесі проведення інтерв'ю з людьми, які пережили травму](#). У звичних ситуаціях, висвітлюючи загибель людей, варто беззастережно виконувати пункт 3 Кодексу етики українського журналіста: *«Журналіст має з повагою ставитись до приватного життя людини»*. У ситуації з загиблими зі Львова окремо треба зважати і на пункт 18 Кодексу етики українського журналіста: *«Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов'язаних із дітьми»*.

Коли журналіст фіксує наслідки ракетних ударів або інших злочинів Росії, а також вирішує, як донести інформацію про ці події до аудиторії, прагнення документально, правдиво й вичерпно відобразити подію може переважити міркування щодо захисту приватності.

Подекуди дотримання всіх формальностей — отримання згоди на публікацію від постраждалих або від рідних і близьких загиблих — робить неможливим якісне й вчасне висвітлення таких подій. Тоді журналісти й редактори ухвалюють непросте рішення показати те, чого не показали б за звичайних обставин.

Якщо людина, яка постраждала від злочинних дій Росії, відмовляється від публікації своїх слів, фото чи відеоматеріалів, на яких вона зображена, або ж просить видалити вже опубліковані, її запит потрібно виконати. Це не стосується фактів і спостережень журналіста, який побував на місці події.

Не варто зловживати натуралістичними зображеннями або жахливими подробицями, які можуть травмувати як рідних, близьких і знайомих жертви або постраждалої людини, так і пересічного читача, глядача або слухача. Оприлюднення подібних матеріалів можливе лише тоді, коли без них картина у публікації буде неповною. Важливо не допускати, аби публікація сцен жорстокості, зображень згорьованих близьких та інших подібних матеріалів стала рутинною практикою для медіа чи прихованим способом привернення уваги аудиторії.

З юридичної точки зору чи не найважливішою є категорія публічного інтересу в опублікованих фотоматеріалах. Справді, можна сказати, що більшість фото були зроблені у публічних місцях: така дія згідно з Цивільним кодексом не потребує отримання згоди зображеної людини, крім випадків, коли остання прямо заперечує проти зйомки. Ця ситуація також може підпадати під журналістський виняток щодо обробки персональних даних без згоди, встановлений Законом України «Про захист персональних даних». Так само можна припустити, що емоційний стан потерпілого навряд чи дозволяв йому адекватно сприймати дійсність навколо і заперечувати проти зйомки. Тож проблема насамперед полягає у факті публікації фотографій.

Щодо оцінки того, наскільки захист приватного життя людей, зображених на фотографіях, збалансовується зі свободою вираження поглядів медіа, Європейський суд з прав людини розробив перелік критеріїв, за якими національні суди мають робити аналіз публікації:

- ◊ внесок у дискусію, яка становить публічний інтерес;
- ◊ наскільки відома зображена людина;
- ◊ як зображена людина поведилась до публікації;
- ◊ обставини зйомки, спосіб отримання інформації та її достовірність;
- ◊ зміст, форма і наслідки публікації.

Оприлюднені світлини переважно стосувалися трьох аспектів: фото з місця вчинення міжнародного злочину, колажі архівних фото загиблих та фото з поховання загиблих. При цьому варто зауважити, що члени родини, зображені на них, не були відомими та не належали до публічних осіб, що можуть мати менші межі приватності відповідно до власної ролі у суспільному житті.

Фото, що належать до першої категорії, найпевніше пройшли б тест публічного інтересу, адже їхньою метою є фіксація одного зі злочинів, вчинених російською армією, що призвів до смерті цивільних та серйозних руйнувань. Утім, навіть у такому випадку варто обмежувати показ надмірної жорстокості, а надто — зображення мертвих дітей без використання спеціальних технік на кшталт блюру; такі фото можуть порушувати вимоги щодо захисту аудиторії від шкідливого контенту та загрожувати негативними наслідками для медіа, зокрема у формі санкцій від медійного регулятора.

Фото, що належать до другої категорії, були ілюстрацією для контрасту існування щасливої родини і її негайної смерті від обстрілу. Хоча таке подання можна зрозуміти, журналістам варто зважати, що подібні публікації можуть призвести у майбутньому до небажаної уваги до членів родини, які вижили при обстрілі.

Особливу увагу варто звернути на третю категорію фото. Втручання медіа, зокрема зйомки крупним планом чоловіка, який вижив при обстрілі, з юридичної точки зору є надмірними. Навіть у разі, якщо люди в хисткому психологічному стані дають дозвіл на зйомку та публікацію матеріалів, можливо, не завжди усвідомлюючи власні дії, страждання слугують переважно одній функції — задовольнити цікавість споживача інформації в емоціях. У справі, що стосувалася [публікації фотографії латвійської юристки після народження нею дитини](#), Європейський суд з прав людини наголосив на тому, що вразливий стан зображеної людини є важливим чинником аналізу публічного інтересу в публікації її фотографій. За аналогією, в момент прощання з найріднішими чоловік, безумовно, перебував у вразливому стані, тож навряд така публікація слугувала інтересам журналістики.

Решта критеріїв аналізують індивідуально для кожного медіа, зважаючи на його вплив та аудиторію. Також може враховуватись використання спеціальної апаратури для створення таких зображень (прихованої зйомки, зйомки здалеку за допомогою великого зуму тощо) Та саме доведення публічного інтересу в матеріалі залишатиметься ключовим.

Метою дій журналіста, який висвітлює наслідки злочинів Росії, має бути не видобування з аудиторії емоцій і не спонукання її до будь-якої реакції, а повне і правдиве висвітлення події. Бути небайдужим до людського горя — нормально, але в журналістських матеріалах варто утриматись від оцінок, суб'єктивних тлумачень, нагнітання емоцій. Найкраще, коли факти говорять самі за себе, а коментарі належать ньюзмейкерам і свідкам події, а не авторові.

Варто пам'ятати, що документування і висвітлення міжнародних злочинів Росії – різні речі. Не всі матеріали, у яких зафіксовані наслідки і розповіді свідків, треба негайно публікувати у медіа. Їх можна передати в одну з організацій, які займаються цим професійно, наприклад, [Центр сприяння документуванню російських злочинів](#), [Українську Гельсінську спілку з прав людини](#), [Центр громадянських свобод](#), [ініціативу «Трибунал для Путіна»](#) тощо. Аби робити це ефективніше, варто пройти [тренінг із фіксування міжнародних злочинів](#) або ознайомитися з рекомендаціями.

Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо висвітлення подій, пов'язаних із воєнними діями ЗСУ на території Російської Федерації

19.08.2024

Події останнього часу, пов'язані з проведенням воєнних дій українських військових на території держави-агресора та здобуттям контролю над окремими територіями Курської області, ставлять перед українською медіаспільнотою нові виклики. Після перших репортажів журналістів вітчизняних та іноземних медіа з-під Суджі та околиць існує потреба в тому, аби прояснити правила висвітлення подій, які там відбуваються.

Протягом останніх двох із половиною років Комісія вже видавала низку рекомендацій, частина з яких застосовуються і за нових обставин та про які ми згадаємо докладніше далі. Втім, їх недостатньо для того, аби журналісти розуміли порядок власних дій на Курщині та будь-яких інших територіях, що не належать до конституційно закріплених територій України.

СТАТУС ЖУРНАЛІСТА

Комісія погоджується з тим, що події на території Курської області становлять значний публічний інтерес, а тому відрядження журналістів туди відповідатиме їхній місії служіння аудиторії та висвітлення суспільно важливих подій, які впливають на життя усієї країни. З огляду на безпекову ситуацію та важливу соціальну роль журналістів у висвітленні конфліктів Комісія вважає за потрібне наголосити на особливостях роботи в зоні воєнних дій.

Оскільки відбувається міжнародний збройний конфлікт, то поруч зі звичними нормами щодо захисту журналіста відповідно до норм міжнародного права захисту прав людини застосовуються і норми міжнародного гуманітарного права. Тому журналісти мають насамперед пам'ятати про потребу суворо дотримуватися різниці між статусом цивільної особи та комбатанта (особи, що входить до складу збройних сил воюючої країни).

Відповідно до Женевських конвенцій, журналісти, які перебувають у небезпечних професійних відрядженнях до зон збройного конфлікту, мають статус цивільних осіб. Журналістам варто пам'ятати, що відповідно до російського законодавства за незаконне перетинання кордону журналіст може переслідуватися в цій країні, а його дії можуть трактуватися як кримінальний злочин, що може мати наслідки у разі відвідування країни-агресора або союзницьких їй держав.

КОМІСІЯ РАДИТЬ ЖУРНАЛІСТАМ:

- ❖ дотримуватися вимог щодо розрізнення цивільних осіб та комбатантів, зокрема не використовувати військові або інші парамілітарні знаки розрізнення, уникати носіння військового одягу та камуфляжу, адже їхнє носіння може призвести до сприйняття журналіста як законної військової цілі;
- ❖ не брати до рук зброю, оскільки вашим завданням є інформування, а носіння зброї може створити враження, ніби ви є учасником бойових дій, що суперечить статусу журналіста як цивільної особи;
- ❖ зважати на ризики діяльності у зоні бойових дій та ретельно зважувати можливість потрапити до полону;
- ❖ ознайомитися з вимогами [наказу Головнокомандувача ЗСУ №73](#) та обов'язків щодо діяльності журналістів у зоні ведення бойових дій, установлених у цьому наказі.

ВЖИВАННЯ КОРЕКТНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

З точки зору міжнародного права, заходи на території Курської області Російської Федерації варто розцінювати, як: а) міжнародний збройний конфлікт та б) продовження дій України з самооборони відповідно до статті 51 Статуту ООН. Втім, з огляду набуття контролю над певними районами в межах міжнародно визнаних кордонів держави-агресора постає питання, чи можна їх називати окупованими Україною. Відповідно до норм міжнародного гуманітарного права правовий режим окупації починає застосовуватися від моменту, коли окупаційна сила може здійснювати ефективний (тобто фактичний) контроль над територією. Окупація також є тимчасовим станом. Вирішальною характеристикою є саме здатність держави-окупанта взяти на себе функції управління, тобто присутність збройних сил на території противника є лише передумовою запровадження відповідного правового режиму.

На момент створення цих рекомендацій, було створено першу військову комендатуру, що може здійснювати функції публічної адміністрації на території, зайнятій українськими військами. Саме з моменту початку її належної роботи можна стверджувати про початок окупації окремих районів Курщини, що додатково тягнучиме за собою зобов'язання з забезпечення певного обсягу прав людини та певного рівня публічного адміністрування на окупованих територіях.

З огляду на це Комісія вважає допустимим вживання такої термінології:

- ❖ називати події на Курщині «продовження міжнародного збройного конфлікту між Росією та Україною», «українська самооборона проти російської агресії», «бойові дії на території Росії / Курської області», «взяття контролю над окремими територіями», «контрнаступ ЗСУ на території Курської області», «окупація Курської області», «тимчасова окупація» та подібними заміниками;
- ❖ відмовитися від термінології «звільнення», «визволення» тощо, оскільки території, на яких зараз перебувають українські війська, є частиною міжнародно визнаної території Російської Федерації.

ЗСУ територіях Росії на них також поширюються обмеження, закріплені як українським кримінальним законодавством, так і внутрішніми наказами Збройних Сил. Ці обмеження забороняють виправдання російської агресії, дій, уникати зйомок переміщень зброї та руху ЗСУ, а також підготовки матеріалів, що містять образу честі та гідності військовослужбовця. Всі ці дії є забороненими відповідно до норм Кримінального кодексу України та можуть тягнути за собою позбавлення волі. Санкцією ж за порушення вже згаданого наказу № 73 може бути припинення акредитації та фактичне закриття доступу до роботи в зоні ведення бойових дій. Тож Комісія з метою безпеки радить:

- ❖ підкорятися вимогам представників сил оборони щодо перевірки фото- та відеоматеріалів, заборон на зйомку;
- ❖ ознайомитися з нормами Кримінального кодексу, що можуть впливати на висвітлення військових дій, зокрема вимог статей 111-1, 114-2, 435-1 та 436-2;
- ❖ ознайомитися з вимогами щодо заборони публікації інформації, що міститься у Переліку інформації, розголошення якої може призвести до обізнаності противника про дії Збройних Сил України, інших складових сил оборони, негативно вплинути на хід виконання завдань за призначенням під час дії правового режиму воєнного стану.

ВИСВІТЛЕННЯ СИТУАЦІЇ НА КОНТРОЛЬОВАНИХ УКРАЇНОЮ ТЕРИТОРІЯХ

Комісія передбачає декілька гарячих тем, які можуть стати предметом журналістських матеріалів на території Російської Федерації, контрольованій ЗСУ: гуманітарна ситуація, пошук свідчень порушень міжнародного права та міжнародних злочинів, висвітлення полонених, репортажистика про ведення дій українськими військовими. При цьому варто пам'ятати, що особливої ваги в цих обставинах набуває приватність героїв матеріалів у широкому сенсі, а також можливість того, що журналістські матеріали можуть поставити під небезпеку місцевих мешканців, а потенційно — представників місцевої публічної адміністрації, які погодилися дати інтерв'ю. Тому журналісти мають завжди пам'ятати про потребу отримувати чітку і недвозначну згоду на підготовку будь-якого подібного матеріалу (щодо військовополонених — це вимога міжнародного гуманітарного права), і навіть попри отримання такої згоди додатково дбати про захист ідентичності осіб у матеріалах.

Чутливою є тема висвітлення можливих міжнародних злочинів, що можуть вчинятися обома сторонами конфлікту. Неоспорюваною є важливість ролі медійників у зборі свідчень вчинення таких злочинів, зокрема для майбутніх міжнародних трибуналів. Зважаючи на це, а також на принципи, викладені у попередніх рекомендаціях, Комісія радить журналістам:

- ◆ уникати упередженості щодо цивільного населення на територіях під контролем ЗСУ на теренах Курської області;
- ◆ суворо дотримуватися принципу добровільної та поінформованої згоди героїв при створенні матеріалів про зону ведення бойових дій;
- ◆ уживати усіх можливих заходів для захисту ідентичності російських військовополонених та цивільних на контрольованих Україною територіях, включно зі зміною голосів, облич, використанням блюру, закадрових голосів тощо;
- ◆ користуватися [Рекомендаціями Комісії щодо інтерв'ю з російськими військовополоненими в українських ЗМІ](#), [Рекомендаціями Комісії щодо словника воєнного часу](#), [Рекомендацією Комісії щодо висвітлення загибелі людей під час війни](#), [Заявою Комісії щодо меж оприлюднення приватних даних осіб, які постраждали від війни](#) та іншими документами щодо діяльності журналістів під час війни.

Рекомендації Комісії з журналістської етики про висвітлення поховань українських військових

25.06.2024

Висвітлення загибелі українських військових — одна з тем, які часто присутні в медіа і які водночас є складними з професійного і морального боку. Маючи справу з людським горем, журналісти потребують порад щодо етичного підходу до висвітлення смерті. До розробки цих рекомендацій спонукали звернення до Комісії з журналістської етики з проханням роз'яснити, зокрема, етичність висвітлення церемонії поховання військовиків.

Церемонія прощання з українськими військовими — це з одного боку, горе й біль рідних, побратимів, посестр і друзів загиблого, а з другого — резонансна для суспільства подія, яку мають висвітлювати журналісти. Наведені нижче рекомендації допоможуть зберегти баланс між приватним життям і суспільно важливою новиною, подбати про почуття рідних і близьких, а також глядачів, читачів і слухачів.

- 1 Виявляйте людяність і не поглиблюйте горе рідних. Подавайте лише перевірені факти про загиблих, не підсилюйте емоції («він переживав нелюдські муки»), не переповідайте чутки.
- 2 Поважайте право на приватність. Заздалегідь зв'яжіться з рідним загиблого або загиблої і спитайте дозволу висвітлювати церемонію. З розумінням поставтеся до того, якщо родина буде проти фото- чи відеозйомки: в такому разі знайдіть інший спосіб розповісти про прощання. У випадках, коли поховання є подією, яка становить **значний суспільний інтерес**, формальна згода рідних може бути необов'язковою.
- 3 Ознакою сенсаціоналізму і гри на почуттях аудиторії є невиправдана увага на трагічних деталях: наприклад, коли більшу частину часу глядачам показують труну з тілом, моменти опускання труни до могили, крупним планом — **рідних** у хвилину прощання. Етичним буде показувати не шокуючі деталі, а передати загальну атмосферу церемонії.

- 4 Іншою поширеною помилкою є акцент на зовнішніх атрибутах церемонії поховання замість уваги до заслуг загиблого чи загиблої. Робіть акцент не на скорботі, а на пам'яті, на ролі загиблих у захисті нашої країни.
- 5 Часто журналісти **будують матеріал** на виступах на церемонії поховання. Такі промови здебільшого містять загальні фрази, не дають можливості розкрити особистість загиблого чи загиблої. Використання пресрелізів від влади доречно як інформаційний привід для створення власної історії. Надавайте перевагу особистим інтерв'ю з людьми, які знали бійця або бійчиню, які могли б розповісти про їхні вчинки, погляди. Ставте запитання, шукайте нову інформацію, а не обмежуйтеся пресрелізом.
- 6 При висвітленні поховань військових варто приділяти однакову увагу як чоловікам, так і жінкам, уникаючи стереотипного акцентування на сімейному статусі чи особистих мріях. Не використовуйте кліше, що підкреслюють ґендерні ролі: «мріяла про весілля» для жінок чи «героїчно загинув» — для чоловіків. Розповідайте історії рівноправно, підкреслюючи професійні досягнення та особисті якості без ґендерних упереджень. Пам'ятайте, що загиблі можуть належати до ЛГБТІК-спільноти. Подавайте інформацію чутливо, без гомофобних висловлювань. При описі партнерів загиблих військових не зосереджуйтеся на гетеронормативних стандартах. Використовуйте інклюзивну мову та визнавайте різноманітність сімейних та особистих стосунків.
- 7 Вдягайтеся відповідно до ситуації, будьте стримані, не використовуйте смартфон, не розмовляйте голосно під час поховання. Не заважайте проведенню церемонії прощання, не розштовхуйте присутніх заради вдалого кадру. Працюйте якомога непомітніше, використовуйте апаратуру, яка дозволяє знімати і записувати на відстані.
- 8 Той факт, що загиблий або загибла були публічною особою, не означає, що і рідні також обирають публічність. Неетично **записувати інтерв'ю** з неповнолітніми дітьми загиблих просто на цвинтарі, але доречно відвідати родину за деякий час після поховання. Виявляйте увагу до рідних загиблого не лише в день його похорону.

- 9 Журналісти зустрічаються з труднощами, коли пишуть про тих, хто за життя мав проблеми з законом або сімейний конфлікт. Розділяйте військову службу, рід занять до мобілізації і сімейні стосунки. Відомості про рідних і стосунки з ними є приватною інформацією, оприлюднювати яку можна лише зі згоди людини — навіть якщо вам здається, що розповідь про конфлікт усередині родини підсилить історію. Можна згадати про проблеми, з якими загиблий / загибла зустрічалися за життя, але подавайте лише факти, які допомагають розкрити тему матеріалу.

- 10 Журналістам, які висвітлюють травматичні події, як-от поховання загиблих, спілкування з родинами загиблих і зниклих безвісти, варто дбати про власне ментальне здоров'я, а керівникам редакцій і медіаорганізаціям — розробляти заходи для психологічної допомоги журналістам. Це запобігає професійному вигоранню та іншим психологічним проблемам, яких зазнають медійники під час війни.

Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо етичних практик у таблоїдній журналістиці

26.02.2024

На тлі різноманітності форматів журналістики і трансформації традиційних медіа виникають дискусії щодо застосування положень Кодексу етики українського журналіста в роботі того чи іншого медіа.

Комісія з журналістської етики вважає за необхідне надати роз'яснення щодо застосування Кодексу в жанрах таблоїдної журналістики. Цей стиль журналістики насамперед асоціюється з сенсаціоналізмом і спрощеним підходом до тем. Від медіа таблоїдного формату (як друкованих, так і онлайн) читачі очікують стислої і візуально привабливого викладу. Матеріали розраховані на максимально широку аудиторію, тож журналісти використовують просту або образну мову, клікбейтні заголовки і яскраві фото.

Досягати цілей у висвітленні резонансних тем і залученні більшої кількості читачів медіа можуть за допомогою різних професійних і стилістичних прийомів. Всі підходи мають право на застосування, якщо вони відповідають журналістським та етичним стандартам, і неможливо стверджувати, нібито один стиль викладу має перевагу над іншими.

Присутність на ринку медіа різного спрямування — від розважальних до серйозних аналітичних — урізноманітнює інформаційне поле і надає доступ до інформації кожному користувачу відповідно до його потреб.

Відповідно до **класифікації**, прийнятій у західних країнах, друковані та онлайн-медіа поділяються на «якісну пресу» і «таблоїди». Цей поділ не є синонімом зневажливого ставлення до бульварної преси, а лише вказівкою на стиль того чи іншого видання, на певні очікування аудиторії. На Заході видання такого формату, як таблоїд, є бізнесом, водночас часто входять до систем саморегуляції в медіа та відповідають за порушення професійних і етичних стандартів. Перевага таких видань, як таблоїди, полягає у швидкому приверненні суспільної уваги до важливих проблем, у здатності дійти до різних верств аудиторії, зокрема й тієї частини, яка не охоплена іншими медіа.

Є приклади, коли іноземні таблоїди піддаються критиці за втручання у приватне життя, порушення прав приватних осіб, зокрема й неповнолітніх, та неправдиві дані.

В українському медіаполі немає чіткого розмежування форматів: таблоїдів у чистому вигляді одиниці, проте матеріали в жанрі таблоїдної журналістики регулярно трапляються в багатьох медіа під відповідними рубриками. Такі матеріали зосереджені на скандалах, кримінальних історіях, приватному житті зірок поп-культури і спорту, тощо. Ці публікації зазвичай короткого формату, з використанням різних стилістичних прийомів для більшої драматизації чи клікбейту.

Наведені нижче рекомендації Комісії стосуються таблоїдної журналістики як жанру і спрямовані до всіх, хто цей жанр використовує.

- 1 Кодекс етики українського журналіста визначає підходи, якими керуються в своїй роботі всі медійники. Зокрема й ті, хто працює в таблоїдній журналістиці. Тому журналістам варто покращувати етичні практики і дотримуватися положень Кодексу.
- 2 У виборі тем для висвітлення і жанрів існує редакційна свобода. При цьому медіа виходять із суспільного запиту і власних цінностей. Ніхто не може примусити журналістів поширювати інформацію, яка не відповідає цим критеріям. Водночас редакції мають відрізнити задоволення інтересу читачів від потурання низьким потребам аудиторії: бажанню принизити чи боляче образити когось, піддати цькуванню, посмакувати подробиці приватного життя тощо. Такі підходи несумісні з журналістською етикою.
- 3 На відміну від класичної журналістики головне завдання таблоїдів — розважати, навіть у висвітленні серйозних тем. Тому у своєму прагненні охопити якомога більшу аудиторію таблоїдна журналістика часто зосереджується на скандалах і негативному боці життя. Задовольняючи потребу читачів у таких темах, неприпустимо маніпулювати почуттями людей, викликати у них страх і тривогу та підсилювати негативні емоції. Діяльність медіа повинна зміцнювати суспільство, а не робити його слабшим.
- 4 Журналісти мають уникати неперевірених фактів і чуток, бути обережними під час висвітлення кримінальних подій і не оприлюднювати інформацію, яка зможе ідентифікувати жертв або правопорушників.

Авторам необхідно перевіряти інформацію перед публікацією, оприлюднення інформації без спроби перевірити її в надійних джерелах є порушенням Кодексу етики.

- 5 Чимало публікацій у жанрі таблоїдної журналістики є компіляцією дописів у соціальних мережах або обговоренням таких дописів. Використання соціальних мереж припустиме, але нарівні з іншими джерелами, завдяки яким журналісти перевіряють або доповнюють інформацію. Варто врахувати, що **журналістика**, яка будується переважно на дописах із соціальних мереж, посилює поляризацію суспільства і викликає зневіру.
- 6 Журналісти повинні з повагою ставитися до приватного життя людини. Поширення без згоди людини приватної інформації, як-от стан здоров'я, домашня адреса, імена дітей та ін., — є порушенням журналістської етики. Цей принцип меншою мірою застосовується до публічних осіб, які мають бути готові до ширших меж критики і до більш пильної уваги до них і до їхніх близьких. Право особи на приватне життя може бути нижчим пріоритетом, ніж безпека або інтереси суспільства, але в будь-якому випадку таке втручання з боку журналістів повинне бути обґрунтованим.
- 7 Грубим порушенням етики є дискримінація окремих груп людей за етнічною, ґендерною або іншою сталою ознакою. Мова ворожнечі не може бути присутня в заголовках, ілюстраціях та інших матеріалах медіа, навіть у жанрі таблоїда. Журналісти не повинні експлуатувати негативні суспільні стереотипи стосовно жінок чи інших груп людей.
- 8 Сенсаціоналізм у таблоїдній журналістиці виправданий як інструмент, що допомагає привернути увагу до складної або мало висвітленої теми і спонукає до суспільної дискусії. Водночас сенсаціоналізм, який лише експлуатує гарячу тему для розважання публіки, лишає поза увагою важливі суспільні проблеми через надання переваги дрібнішим, але більш клікабельним приводам, — підриває суспільну довіру до ролі медіа у сприянні вирішенню проблем. Важливо не залишити поза увагою важливі суспільні проблеми через надання переваги дрібнішим, але більш клікабельним приводам.

Рекомендації Комісії з журналістської етики

щодо дотримання стандартів журналістської етики онлайн-медіа в Instagram та інших соціальних мережах

25.01.2024

Сучасні медіа сьогодні працюють одночасно на декількох платформах. Більшість онлайн-медіа мають облікові записи у соціальних мережах Facebook, Instagram, Tiktok, Telegram та YouTube поряд з основними сайтами.

Низка медіа навіть вирішили піти шляхом добровільної реєстрації своїх сторінок в соцмережах як онлайн-медіа — спираючись на норми нового медійного законодавства, що формалізує сприйняття їх власне як медіа як державою, так і споживачами інформації. Іншим інструментом, який підводить аудиторію до сприйняття певного акаунту в соцмережі як медіа, може бути верифікований профіль у поєднанні з відомим медійним брендом. У таких випадках, на думку Комісії, розміщення інформації у облікових записах онлайн-медіа варто розглядати як журналістські публікації. **Оскільки відповідні медіа самоідентифікують свої акаунти в соцмережах як медійні, то вони несуть підвищений рівень відповідальності перед своєю аудиторією при поширенні новин чи будь-якої іншої інформації через такі сторінки.** Це своєю чергою накладає на них і обов'язки щодо дотримання стандартів журналістської етики.

Більшість із зазначених вище соцмереж надає достатній інструментарій для того, аби дотримуватися вимог пунктів 6 та 10 Кодексу етики українського журналіста та вимог щодо повноти, достовірності та збалансованості подання інформації.

Відеоформат, із яким працює YouTube, дозволяє за допомогою візуальних образів показувати документи, додавати коментарі обох сторін як у відео, так і в текстовому вигляді. Facebook та Telegram надають можливість розмістити посилання на оригінальний текст та спрямувати аудиторію медіа на основний вебсайт онлайн-медіа, де зазвичай подається повна/більш деталізована версія матеріалу. Натомість Instagram через свою концентрацію на фотоконтенті та коротких відео-reels, а також заборону розміщувати посилання, окрім як у сторіз та в описі профілю, є платформою, дотримання професійних стандартів на якій потребує додаткових зусиль зі сторони медіа.

Нещодавно до Комісії надійшла скарга щодо посту онлайн-меді в Reels в Instagram. Це [відеоматеріал](#) з зображенням конфлікту людей у військовій формі з мешканцями Львова, розміщений в Instagram онлайн-медіа hromadske 22 листопада 2023 року.

Коротке відео-reel, розміщене медіа у своєму Instagram-акаунті, [окремо зареєстрованому як онлайн-медіа](#), зображає конфлікт на вулицях українського міста, в рамках якого люди у військовій формі затягують до автівки чоловіка, після чого продовжують сперечатися з жінкою. У жінки вибивають з рук телефон, після чого чоловіки у формі повертаються до свого автобуса. Відео зняте з балкону сусіднього будинку та не супроводжується будь-яким озвучуванням. Підпис до посту є таким:

«У мережі поширюють відео, на якому у Львові п'ятеро людей у формі заштовхали чоловіка в бус і вибили телефон із рук жінки, яка хотіла це все зняти. На відео вже відреагували в обласному ТЦК і пообіцяли розібратися в ситуації».

На думку заявниці Софії Кочмар, у цьому новинному матеріалі є лише емоційне включення у події, злість на державу і службовців, а натомість немає ніякої інформації, що допоможе усвідомити ситуацію розумом, а не емоціями. Саме тому він не відповідає вимогам щодо повноти подання інформації.

18 грудня 2023 року Комісія звернулася до онлайн-медіа з проханням надати коментарі щодо наявності у вказаному матеріалі порушень вимог пункту 6 Кодексу етики українського журналіста та зазначених у скарзі аргументів. Відповідь від медіа надійшла 9 січня 2024 року. У ній головна редакторка hromadske Христина Коціра зауважила, що медіа не називає пости та сторіз в Instagram новинними матеріалами. Дописи у соцмережах орієнтовані здебільшого на залучення користувачів на сайт, де можна прочитати повну інформацію: новину, інтерв'ю чи статтю, які мають конкретних авторів, і саме такі журналістські матеріали, на думку представниці медіа, можна аналізувати на предмет дотримання стандартів чи етики.

Повнота подання інформації вимагає від медіа надання споживачам матеріалу відомостей про те, як і коли відбулася певна подія, а також пояснювати її контекст та можливе значення. Таке висвітлення події є потрібним для того, аби аудиторія могла самостійно сформулювати власне враження про певний факт, а не керуватися винятково оцінками, запропонованими медіа чи авторами матеріалу. Водночас формат публікацій у соцмережах зазвичай передбачає собою більш обмежений простір для того, аби такої повноти досягнути, адже часто обсяг публікації лімітований кількістю символів чи шляхами поведінки споживача.

Втім, це не звільняє медіа від обов'язків дотримуватися стандартів журналістської діяльності навіть у соцмережах, особливо у випадках, коли такі медіа зареєстровані відповідно до законодавства як суб'єкти у сфері медіа за новим медійним законодавством. У розглядуваному матеріалі hromadske зробило спробу подати контекст події підписом до відео.

З цього підпису, так само як і з матеріалу, не зрозуміло, де саме відбувається подія і чому вона є важливою. Безпосередній факт конфлікту між особами у військовій формі та цивільними не надає споживачеві жодних інших індикаторів щодо тлумачення, окрім того, що ТЦК відреагувало і він може стосуватися мобілізації. Аудиторії з такого матеріалу та підпису бракує розуміння щодо причин виникнення конфлікту, його можливої пов'язаності з мобілізацією, а також розв'язки. Медіа не пояснює, чому такий матеріал є суспільно важливим та якою мірою він порушує питання, що є важливими у локальному львівському або ж загальнонаціональному контексті, лише натякаючи та формуючи певний образ осіб у військовій формі, що найпевніше є військовослужбовцями. Медіа так само не надає посилань на подальші матеріали, ознайомившись з якими споживачі інформації мали б змогу зрозуміти ситуацію повніше.

Хоча Instagram як соцмережа надає вкрай обмежені можливості для розміщення посилань в постах, сторіз чи коментарях, медіа мало б потурбуватися про те, аби пояснити споживачам, де вони можуть отримати повний доступ до історії зі змалюванням її наслідків та ширшого контексту. Врешті, головна редакторка hromadske у своїй відповіді на скаргу стверджує, що саме спрямування трафіку і є метою подібних постів — але в цій ситуації споживачам нікуди переходити далі. Відсутність будь-яких вказівок для подальшого пошуку інформації певною мірою прирівнює відповідний пост до клікбейту, якому не місце в будь-яких медіа, що прагнуть дотримуватися стандартів журналістської професії.

Саме тому Комісія вирішила підготувати рекомендації для медіа щодо соціальних мереж задля якіснішого дотримання стандартів журналістської етики в майбутньому. Ці рекомендації спираються на пункти 6, 8 та 10 Кодексу етики українського журналіста і привертають увагу журналістів та медіа:

- ♦ ретельніше ставтеся до описів до дописів в Instagram для пояснення контексту ситуації, що висвітлюється: такий опис має містити пояснення про те, чому новина важлива, якою є мета її публікації та як було отримано фото чи відео;

- ❖ використовуйте так звану карусель для публікації тексту дописів чи новини в медіа, оскільки цей інструмент дозволяє використати більшу кількість тексту та візуальних матеріалів для публікації, зокрема для досягнення балансу;
- ❖ забезпечте можливість аудиторії медіа ознайомитися з повноцінним матеріалом через текстову вказівку про те, під яким заголовком він розміщений на вебсайті онлайн-медіа, або використання спеціальних інструментів на кшталт [Link in bio](#) чи їхніх аналогів;
- ❖ уникайте клікбейту та розміщення позаконтекстуальних емоційних матеріалів, які можуть допомогти залучити більшу аудиторію на сторінку, але при цьому не мають інформаційної цінності.

Рішення щодо етеру «Хеппі Ранок» на радіостанції «Хіт FM»

13.11.2024

Подавач: Базова Зоя

Дата подання: 05.09.2024

Скарга подана на: «Хіт FM»

Статті Кодексу: 15. Заборона дискримінації



ОПИС СИТУАЦІЇ

До Комісії з журналістської етики 5 вересня 2024 року надійшла скарга від Зої Базової на етері [«Хеппі Ранок» від 5 вересня 2024 року](#) радіостанції «Хіт FM», який вели ведучі Юля Карпова, Роман Мельник та Ігор Шклярчук.

Заявниця стверджує, що в частині етеру, зокрема з 14-ї хвилини, ведучі обговорювали «недоліки» жінок. Зокрема, ведуча навела три пункти, які коментували співведучі-чоловіки; один із них стосувався неголених ніг у жінок.

«Мене більше за все обурила заява про огидне волосся на тілі жінки і про любов одного з ведучих чоловіків до безволосих жінок. Звертаю вашу увагу, що єдиним безволосим людським створінням є дитина, тому вважаю такі заяви (ще і в прямому етері) дуже небезпечними. Зі мною в салоні під час прослуховання цієї програми були діти. Мені було дуже незручно і огидно»,
— вказала заявниця.

31 жовтня 2024 року Комісія звернулася до радіостанції «Хіт FM» (ТОВ «Телерадіокомпанія «Медіа Маркет») із проханням надати коментарі щодо можливих порушень у зазначеному етері вимог пунктів 9 («Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного») і 15 («Ніхто не може бути дискримінований через свою стать») Кодексу етики українського журналіста, а також аргументів, наведених у скарзі.

5 листопада 2024 року Комісія з журналістської етики отримала відповідь від медіа, підписану директором ТОВ «Телерадіокомпанія «Медіа Маркет» Віталієм Дроздовим.

У листі зазначено, що ведучі програми обговорювали одну з YouTube-програм, яка не має стосунку до «Хіт FM» і в якій блогери висловили негативні думки про жінок, які не голять ноги. Медіа стверджує, що ведучі радіопрोगрами висловили негативне ставлення до таких заяв. Також зазначено, що керівництво станції провело бесіду з ведучими, аби в майбутньому ще чіткіше демонструвати, що подібні висловлювання не відображають позицію радіостанції, та щоб чіткіше висловлювати засудження будь-яких мізогіністичних заяв.

ВІДПОВІДНІ ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ

Пункт 9 Кодексу етики українського журналіста: *«Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного. Неприпустимим є розповсюдження інформації, що містить упередженість чи необґрунтовані звинувачення».*

Пункт 15 Кодексу етики українського журналіста: *«Ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) варто лише у випадках, коли ця інформація є неодмінним складником матеріалу. Необхідно утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики».*

ЩОДО ПОРУШЕНЬ ВИМОГ ПУНКТІВ 9 ТА 15 КОДЕКСУ

Цей етер радіостанції «Хіт FM» від 5 вересня 2024 року в програмі «Хеппі Ранок» підіймає спірні питання щодо «стандартів» зовнішності та поведінки жінок з точки зору чоловічого сприйняття.

Ведуча ініціює розмову, представляючи «список речей, які чоловіки вважають огидними у жінках», і запрошує двох співведучих-чоловіків висловитися. Перший стереотип стосується нібито непривабливості для чоловіків неголених ніг у жінок. Ведуча озвучує: *«Цікавий список знайшла, вирішила перевірити, хлопці, на вас. Речі, які чоловіки вважають прям огидними у жінках. Правда чи не правда, чи огидно чи, можливо, просто забавно. Жінки, які забувають видаляти волосся для чоловіків — це прям «ну фу», «ну ні?»». Водночас вона додає свою думку: «Мені здається, що зараз це вже ознака зрілості та емоційної дорослості».*

Співведучі мають різні погляди: один ведучий висловлює толерантність до природності, коментуючи: *«Нормально. Є волосся – це нормально. Це природа, розумієш. Мені нормально, огиди ніякої не викликає».*

Натомість інший зазначає: *«Добре, я скажу за себе. Я люблю, коли волосся у дівчат тільки на голові»*. Кожен з ведучих чітко відокремлює свої судження та підкреслює, що це виключно його чи її особиста думка.

Далі обговорюються ще два стереотипи: надмірна кількість макіяжу, яку деякі чоловіки вважають неприйнятною, та жінки, які не знають міри в споживанні алкоголю. На завершення ведуча робить саркастичний коментар, натякаючи на поширені стереотипи, та іронічно припускає, як уявного чоловіка могли б дратувати всі ці риси разом: *«А тепер уявіть, як би цього чоловіка дратувала жінка, яка дуже п'яна, в якій багато волосся й з дуже жирним макіяжем»*, — підсумовує вона.

Етер частково використовує мізогінічні теми, хоча подекуди вони подані в іронічному ключі й ведучі намагаються дистанціюватися від стереотипів, самі ж їх розвінчуючи. Однак сама концепція «огидних» якостей, що стосується зовнішності та поведінки жінок, може сприяти поширенню стереотипів та об'єктивації. Крім того, жарти, які спираються на соціальні очікування щодо жінок (наприклад, про норми алкоголю та макіяжу), є принизливими та можуть укріплювати упереджене ставлення.

Етер має виражені елементи сексизму, оскільки обговорює «неприйнятні» риси в жінках із позиції очікувань та стандартів начебто чоловіків. Такий формат обговорення підтримує стереотипи щодо жіночої зовнішності й поведінки, пропонуючи, що саме чоловіки можуть диктувати, що є «прийнятним» або «неприйнятним» для жінок. Фрази на зразок «огидні для чоловіків» підкріплюють об'єктивацію жінок і створюють враження, що їхній зовнішній вигляд і поведінка мають узгоджуватися з очікуваннями протилежної статі.

Іронічні коментарі ведучої також не компенсують загальної сексистської тональності, оскільки вони не заперечують, а радше підсилюють упереджене сприйняття, спонукаючи слухачів замислитися про відповідність жінок до певних стандартів. Обговорення «норм у макіяжі», зовнішньому вигляді та споживанні алкоголю не лише обмежує уявлення про жіночу індивідуальність, а й посилює тиск на жінок відповідати конкретним соціальним нормам.

Уживання слова «огидний» є досить сильним, оскільки воно має виражено негативне емоційне забарвлення. Це слово означає щось, що викликає відразу, неприязнь або навіть зневагу. Використання таких різких характеристик для опису чийогось зовнішнього вигляду чи поведінки може бути образливим і травмувальним, особливо коли йдеться про особистісні чи зовнішні риси, які є суб'єктивними.

Нагадаємо, що у своїй [Заяві щодо жартів про переселенців в новорічному випуску «Кварталу 95»](#) Комісія з журналістської етики зазначала, що свідомо того, що лінія між гумором і висміюванням певного явища з одного боку, та дискримінацією і мовою ворожнечі з другого боку є дуже тонкою. Врешті, свобода вираження поглядів захищає не лише інформацію чи ідеї, які сприймаються позитивно або розглядаються як необразливі чи залишають аудиторію байдужою, а й ідеї, які ображають, шокують або турбують. Водночас важливими елементами при аналізі здатності певного гумору спричинити дискримінацію є контекст висловлювання та обсяг його поширення.

Радіостанції, що мають найбільшу аудиторію, мають бути свідомими того, що їх етери мають чи не найбільший вплив на формування суспільної думки на відміну від, наприклад, контенту, до якого споживачі отримують доступ за власним бажанням на онлайн-платформах.

Як великі медіа, що мають значні ресурси для проведення передвипускової експертизи матеріалів, вони мають виказувати особливу уважність до можливих проявів дискримінаційного гумору та вживати всіх застережних заходів для того, аби уникнути дискримінації та стереотипізації в етерах.

ВИСНОВОК ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Безумовно, ранковий розважальний етер радіостанції може піднімати теми, що стосуються суспільних норм і уявлень, і такі етери не обов'язково мають бути «стерильними». Обговорення зовнішності, макіяжу чи норми вживання алкоголю є прийнятними темами для дискусії, однак важливо уникати прив'язки до статі та узагальнень на кшталт «усі чоловіки» або «усі жінки». Такий підхід дозволяє створити цікаві та відкриті дискусії, не вдаючись до ґендерних стереотипів чи мізоґинії.

Комісія не відмовляє медіа у свободі вибору тематики для розважальних програм, але закликає їх ретельніше працювати з досвідами аудиторії, адже гумор чи сатира як контент, що насамперед створюється з розважальною метою, не мають спричинити додаткової ретравматизації читачів, слухачів чи глядачів, серед яких також і діти.

Зважаючи на викладене вище, з урахуванням відкритості медіа до виправлення власних помилок, Комісія вважає, що частина етеру «Хеппі Ранок» від 5 вересня 2024 року радіостанції «Хіт FM», який вели ведучі Юля Карпова, Роман Мельник та Ігор Шклярчук, не порушує пункт 9 Кодексу етики українського журналіста, але порушує вимоги пункту 15 та висловлює ведучим та медіа **«дружнє попередження»**.

Комісія рекомендує медіа, зокрема й розважальним радіостанціям:

- ◊ відходити від створення контенту, у якому нормалізовано сексизм і мізогінії щодо жінок;
- ◊ розробити та впровадити системні заходи для створення недискримінаційного контенту в етерах, зокрема шляхом регулярного проведення тренінгів для працівників медіа з питань недискримінації та ґендерної рівності;
- ◊ запровадити політики рівності та недискримінації як у контенті, так і в редакційній діяльності. Наприклад, адаптувати та прийняти [Політики ґендерної рівності в медійному контенті](#) від Комісії з журналістської етики;
- ◊ пам'ятати про важливу роль медіа у формуванні навичок медіаспоживання та виховання власної аудиторії, зокрема у сфері сприяння толерантності у суспільстві.

Рішення щодо матеріалу «УНІАН» про виробника мінеральних вод

29.08.2024

Подавач: ТОВ «Карпатські мінеральні води»

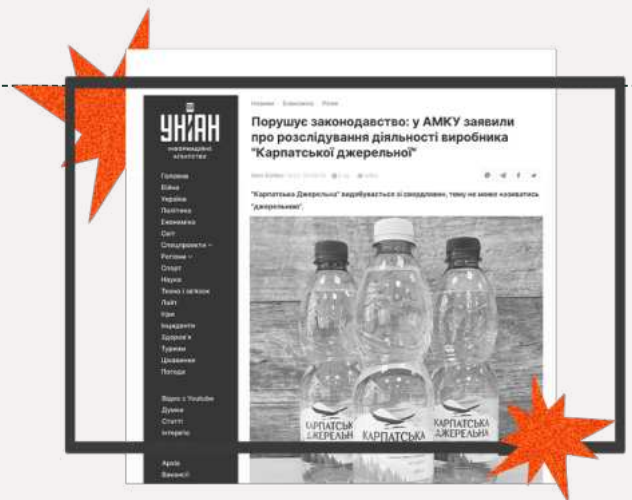
Дата подання: 07.08.2024

Скарга подана на: УНІАН

Статті Кодексу: 4. Висвітлення судових процесів, 6. Повнота та об'єктивність інформації, 8. Відсутність фальсифікації змісту, 9. Відокремлення фактів від припущень, 10. Представлення точки зору опонентів

ОПИС СИТУАЦІЇ

До Комісії з журналістської етики 7 серпня 2024 року надійшла скарга від ТОВ «Карпатські мінеральні води» на матеріал інтернет-видання УНІАН за авторством журналіста Івана Бойка [«Порушує законодавство: у АМКУ заявили про розслідування діяльності виробника «Карпатської джерельної»»](#), що був опублікований 5 серпня 2024 року.



У матеріалі, що спирається на повідомлення на офіційному сайті Антимонопольного комітету України, розповідається про відкриття державним органом провадження проти заявника щодо поширення інформації, яка може вводити споживачів в оману. Окрім цитат з релізу на сторінці АМКУ, журналіст додає такий абзац:

«Загалом йдеться про те, що «Карпатська джерельна» видобувається зі свердловин, тому не може називатись «джерельною». А ще вода цього виробника не має ніякого відношення до Карпат, тому що її видобування та фасування здійснюються за сотні кілометрів від гірського регіону».

Журналіст для контексту також дав посилання на матеріали в інших медіа, у яких йдеться про можливі порушення законодавства та бізнесової етики ТОВ «Карпатські мінеральні води», а також інформацію стосовно попередніх проваджень АМКУ проти заявника. Посилання на ці матеріали належно розташовані у матеріалі Івана Бойка.

Представники заявника вважають, що факту порушення законодавства, про який йдеться у матеріалі та заголовку до нього, не було встановлено рішенням компетентного органу. Це, на їхню думку, створює упередженість щодо ставлення до компанії. Також вони наголошують на тому, що автор матеріалу декілька разів вибірково використав матеріали в інших медіа та повідомлення державних органів для спотворення інформації про можливі антиконкурентні дії ТОВ «Карпатські мінеральні води». Ці аргументи, на думку заявника, свідчать про порушення вимог пунктів 2, 4, 6, 8, 9, 10, 12 та 19 Кодексу етики українського журналіста.

12 серпня 2024 року Комісія звернулася до онлайн-медіа з проханням надати коментарі щодо наявності у вказаному матеріалі порушень та зазначених у скарзі аргументів. Відповіді від інтернет-видання отримано не було.

У рамках попередніх зауважень щодо розгляду справи Комісія має зазначити, що не розглядатиме справу на предмет порушення пункту 19 Кодексу етики українського журналіста, який є процедурним та постулює компетенцію Комісії щодо розгляду справ, які стосуються порушення стандартів журналістської етики.

ВІДПОВІДНІ ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ

Пункт 2 Кодексу етики українського журналіста: *«Служіння інтересам влади чи за-сновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста».*

Пункт 4 Кодексу етики українського журналіста: *«Висвітлення судових процесів має бути неупередженим щодо звинувачених. Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду».*

Пункт 6 Кодексу етики українського журналіста: *«Повага до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію про факти та події є найпершим обов'язком журналіста. Журналісти і редактори повинні здійснювати кроки для перевірки автентичності усіх повідомлень, відео- та аудіоматеріалів, отриманих від представників загалу, фрилансерів, пресслужб та з інших джерел».*

Пункт 8 Кодексу етики українського журналіста: *«Редакційна обробка матеріалів, серед яких знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст. Необхідно повідомляти аудиторію про подання відрепетируваних та реконструйованих новин».*

Пункт 9 Кодексу етики українського журналіста: *«Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного. Неприпустимим є розповсюдження інформації, що містить упередженість чи необґрунтовані звинувачення».*

Пункт 9 Кодексу етики українського журналіста: *«Факти, судження та припущення мають бути чітко відокремлені одне від одного. Неприпустимим є розповсюдження інформації, що містить упередженість чи необґрунтовані звинувачення».*

Пункт 10 Кодексу етики українського журналіста: *«Точки зору опонентів, зокрема й тих, хто став об'єктом журналістської критики, мають бути представлені збалансовано. Так само мають бути подані оцінки незалежних експертів».*

Пункт 12 Кодексу етики українського журналіста: *«Журналіст зобов'язаний зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності».*

Пункт 19 Кодексу етики українського журналіста: *«Свідоме порушення норм журналістської етики є абсолютно несумісним з професійною журналістикою, піддається громадському осуду, може бути підставою для позбавлення прескарти чи членства в професійних спілках та НСЖУ. Розгляд конфліктних ситуацій етичного та професійного характеру здійснює Комісія з журналістської етики».*

ЩОДО ПОРУШЕНЬ ВИМОГ ПУНКТІВ 6, 9 ТА 10 КОДЕКСУ

Дотримання вимог щодо достовірності та збалансованості подання інформації є ключовим для того, аби журналістика вважалася якісною та неупередженою, а отже і не створювала у аудиторії хибно сформованого враження про героя матеріалу. Задля втілення цих стандартів у життя журналісти мають належно проводити перевірку фактів та верифікувати джерела, на які вони посилаються при підготовці матеріалів, та надавати слово критикованій стороні. У разі посилання на юридичні документи журналісти мають чітко відтворювати їхній зміст та, якщо у них виникають сумніви щодо значення тієї чи іншої дії, звертатися до незалежних сторонніх фахівців-юристів, які допомогли б розтлумачити висвітлюваний юридичний факт.

Комісія не вбачає проблем щодо посилань на матеріали інших медіа задля створення контекстуальної рамки матеріалу. Вони належно оформлені гіперпосиланнями та можуть використовуватися медіа, адже споживач інформації може ознайомитися з джерелами тверджень про неетичну поведінку і можливі порушення законодавства

заявником; при цьому Комісія не даватиме оцінку матеріалам, на які посилається Іван Бойко, на предмет дотримання журналістських стандартів у рамках цієї справи, адже це виходить за межі її повноважень. Також Комісія вітає надання УНІАН прямого посилання на оголошення АМКУ.

Водночас тлумачення цього оголошення зі сторони журналіста не спирається на саму публікацію. Зокрема, в [оголошенні на сайті державного органу](#) не йдеться про зміст можливих порушень, пов'язаних із виробництвом «Карпатської джерельної» не в Карпатах та не з джерельної води. Комісія розуміє, що журналіст та медіа могли за допомогою власних джерел отримати цю інформацію — втім, інформацію про це, навіть у разі потреби захисту журналістських джерел, наводити в матеріалі варто. Інакше таке подання твердження про факт є нічим іншим, аніж безпідставним припущенням.

Також у матеріалі Іван Бойко розмістив щонайменше три твердження про факти вчинення заявником поведінки, яка може бути негативно розцінена аудиторією медіа. Втім, матеріал УНІАН не містить позиції заявника або ж інформації про звернення до нього по коментар та можливу відмову у наданні такого коментаря. Всі згадані Комісією чинники додатково вказують на упередженість висвітлення спору між АМКУ та заявником та налаштування аудиторії на сприйняття ТОВ «Карпатські мінеральні води» як порушника законодавства про захист конкуренції. Це свідчить про порушення журналістом УНІАН вимог пунктів 6, 9 та 10 Кодексу етики українського журналіста.

ЩОДО ДОТРИМАННЯ ВИМОГ ПУНКТУ 4 КОДЕКСУ

Пункт 4 Кодексу стосується насамперед висвітлення судових процесів та гарантує презумпцію невинуватості. За аналогією його можна застосовувати і до інших змагальних процесів у рамках проваджень незалежних державних регуляторів, що мають повноваження встановлювати порушення вимог законодавства та застосовувати відповідні санкції. Водночас він не обмежує можливості медіа висловлювати обґрунтовані звинувачення у протиправній діяльності тієї чи іншої компанії.

Комісія не заперечує, що сам факт публікації про відкриття АМКУ розслідування щодо заявника вже дає підстави говорити про те, що компанія могла порушити законодавство. Втім, при цьому УНІАН використав заголовок, що містить твердження про факт порушення ТОВ «Карпатські мінеральні води» законодавства. Оскільки заголовок є першою частиною матеріалу, він налаштовує споживача інформації на подальше з ним ознайомлення, вибудовує перспективні очікування щодо тексту, зображень чи відео.

Використання твердження «порушує законодавство» у заголовку суперечить презумпції невинуватості, якої б медіа мало дотримуватися, особливо готуючи матеріали всього лише про початок провадження у справі. Тож Комісія вважає, що у цій справі Іван Бойко та УНІАН вчинили всупереч вимогам пункту 4 Кодексу.

ЩОДО ДОТРИМАННЯ ВИМОГ ПУНКТУ 8 КОДЕКСУ

Пункт 8 Кодексу передусім слугує запобіжником від таких явищ, як клікбейт, що можуть наштовхувати споживача на те, аби сформувати ставлення до певного матеріалу ще до ознайомлення (а іноді — і замість ознайомлення) з ним. Наслідком цього може ставати спотворення основної думки, яка закладалася у матеріал, на користь сенсаційності, підтвердження упереджень чи стереотипів, що часто може робитися медіа з політичною метою чи задля отримання вигоди від різноманітних гравців.

Як Комісія вже зазначала вище, використання у заголовку виразу «порушує законодавство» не відповідає фактичному стану розгляду справи АМКУ щодо заявника. Відкриття розслідування є лише однією з перших стадій провадження та не може свідчити про вину заявника у правопорушенні. Крім того, УНІАН спотворив попереднє рішення АМКУ щодо заявника, неналежно його процитувавши та децю викрививши суть відповідного правового акту. Цих висновків Комісії достатньо для того, аби стверджувати про порушення вимог пункту 8 Кодексу.

ЩОДО ДОТРИМАННЯ ІНШИХ ВИМОГ КОДЕКСУ

У Комісії немає достатніх підстав вважати, що матеріал спрямований на те, аби слугувати інтересам влади чи власникам певних медіа всупереч вимогам пункту 2 Кодексу: він підіймає суспільно важливу тему можливої протиправної діяльності компанії-заявниці. Пункт 12 Кодексу передбачає процедурні вимоги стосовно виправлення інформації у тому випадку, якщо вона не відповідає дійсності. З огляду на відповідний характер норми Комісія не розглядатиме матеріал на предмет порушень, адже не має доказів про будь-яке звернення до медіа щодо цього.

ВИСНОВОК ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Зважаючи на викладене вище, Комісія вважає, що матеріал інтернет-видання УНІАН за авторством журналіста Івана Бойка «Порушує законодавство: у АМКУ заявили про розслідування діяльності виробника «Карпатської джерельної»», що був опублікований 5 серпня 2024 року, **порушує вимоги пунктів 4, 6, 8, 9 та 10 Кодексу етики українського журналіста**. Комісія висловлює журналістові та інтернет-виданню **публічний осуд**.

Комісія нагадує про необхідність обережно ставитися до висвітлення інформації, пов'язаної з можливим вчиненням правопорушення, і рекомендує медіа:

- ◊ під час висвітлення таких тем чітко відокремлювати факти від суджень та припущень, уникати заангажованості подання інформації;
- ◊ наводити підтвердження кожному звинуваченню, висунутому в матеріалі, та посилатися на таке підтвердження;
- ◊ дотримуватись балансу в матеріалі, надаючи тим, хто зазнає критики, достатню можливість надати пояснення або заперечити висунуті звинувачення;
- ◊ звертатися по коментар до фахівців-юристів, що можуть допомогти розібратися у тонкощах коректного найменування різноманітних стадій юридичних процесів;
- ◊ зважати на презумпцію невинуватості особи до прийняття остаточного рішення суду чи незалежного регуляторного органу.

Рішення щодо гомофобії в онлайн-версії «Української літературної газети»

02.08.2024

Подавач: Ана Море

Дата подання: 14.06.2024

Скарга подана на: інтернет-видання «Українська літературна газета»

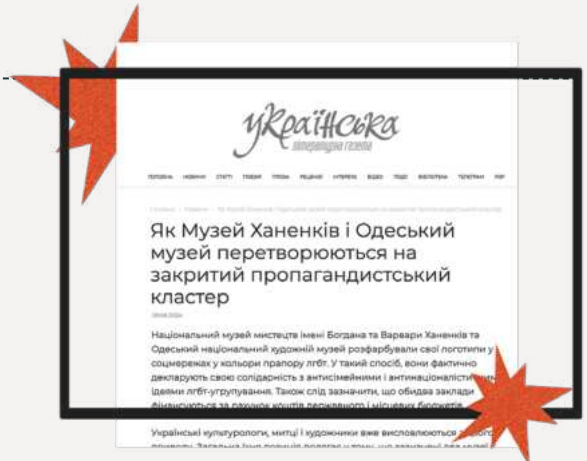
Статті Кодексу: 15. Заборона дискримінації

ОПИС СИТУАЦІЇ

До Комісії з журналістської етики 14 червня 2024 року надійшла скарга від Ани Море на матеріал інтернет-видання «Українська літературна газета» [«Як Музей Ханенків і Одеський музей перетворюються на закритий пропагандистський кластер»](#),

що був опублікований 9 червня 2024 року. Матеріал містить посилання на сайт vsirazom.ua. Він належить організації «Всі разом!», що позиціонує себе як громадянський рух, місією якого є «служіння українському народу і захист української державі — задля блага людей і сімей». У ньому йдеться про зміну логотипів двох провідних українських музеїв на розфарбовані у кольори прапору ЛГБТ-спільноти; відповідно, на думку авторів матеріалу, «вони фактично декларують свою солідарність з антисімейними і антинаціоналістичними ідеями лгбт-угруповання». Також слід зазначити, що обидва заклади відносяться до руху за культурну спадщину і мистецтво. Українські культурологи, митці і художники вже висловлюються проти зміни логотипів музеїв на ЛГБТ-кольори.

У матеріалі розміщено три цитати діячів культури, які стверджують, що ці музеї перетворюються на майданчики для лівої політичної пропаганди. Лунають звинувачення у тому, що дії музеїв є проявом тоталітарних ідеологем ХХ століття, що так вони закривають двері «для українців, сімей, нового покоління». Заява Співки іконописців України містить твердження про те, що ЛГБТ-прапор та російський триколонор «в принципі, одне й те саме». Згадуються і двоє ЛГБТ-активісток Анна Шаригіна та Софія Лапіна, які «широко відомі тим, що трансливали мову ворожнечі і ненависть до військовослужбовців Збройних Сил України»; наводяться декілька прикладів висловлювання такої ненависті — втім, без посилань на безпосередні матеріали про це чи коментарі активісток.



Заявниця вважає, що у матеріалі висловлюються відверто гомофобні та дискримінаційні думки, а також присутня маніпуляція на темі війни. Зокрема, в коментарі російський триколон прирівнюють до веселкового знамена, абсолютно ігноруючи те, що європейський напрям розвитку України, де поважають права усіх спільнот, є протилежним гомофобній політиці Росії.

24 липня 2024 року Комісія звернулася до інтернет-видання з проханням надати коментарі щодо наявності у вказаному матеріалі порушень вимог пункту 15 Кодексу етики українського журналіста та зазначених у скарзі аргументів. Відповіді від медіа отримано не було.

ВІДПОВІДНІ ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ

Пункт 15 Кодексу етики українського журналіста: *«Ніхто не може бути дискримінований через свою статтю, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Вказувати на відповідні ознаки особи (групи людей) варто лише у випадках, коли ця інформація є неодмінним складником матеріалу. Необхідно утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, уникати вживання образливих висловів, ненормативної лексики».*

ЩОДО ПОРУШЕНЬ ВИМОГ ПУНКТУ 15 КОДЕКСУ

Кодекс етики українського журналіста забороняє поширювати дискримінаційні висловлювання щодо будь-яких категорій населення. Ця заборона є ширшою за заборону поширювати мову ворожнечі, що відображена у низці міжнародно-правових документів. Її існування в Кодексі зумовлене тим, що етична журналістика має з повагою ставитися до представників усіх верств населення та сприяти об'єднанню суспільства, а не його розламу за низкою соціальних ліній.

Однією з захищених від дискримінації груп населення є і представники та представниці ЛГБТК+спільноти. Їхня стигматизація та протиставлення захисникам України є достатньо поширеною тактикою, яка за певних умов може розцінюватися як мова ворожнечі. Публікація таких висловлювань може призводити до негативних наслідків не лише в медійному просторі, а й у реальному житті — нападів, побиттів та інших проявів насильства і жорстокості.

Матеріал, що є предметом розгляду в рамках цієї скарги, висвітлює представників ЛГБТК+спільноти як руйнівників національної держави та національної ідеї в Україні.

Їхня діяльність прирівнюється ледь не до діяльності держави-агресора, а використання низки епітетів («угруповання», «тоталітарні ідеологеми», «брутальний шестиколор») створює у споживачів інформації враження про ворожість ЛГБТІК+людей до захисту держави. Він не враховує численних випадків участі ЛГБТІК+військових у заходах з оборони України від агресора та позицію прихильності до України, неодноразово висловлюваної громадськими організаціями спільноти. Цим самим дія музеїв щодо солідарності зі спільнотою, упослідженою в правах, стала об'єктом критики та ще більшої дискримінації підтримуваної спільноти. З огляду на це Комісія доходить висновку про те, що розглядуваний матеріал порушує вимоги Кодексу щодо неприпустимості поширення дискримінаційних висловлювань та мови ворожнечі.

ВИСНОВОК ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Зважаючи на викладене вище, Комісія вважає, що матеріал інтернет-видання «Українська літературна газета» «Як Музей Ханенків і Одеський музей перетворюються на закритий пропагандистський кластер», що був опублікований 9 червня 2024 року, порушує вимоги пункту 15 Кодексу етики українського журналіста та висловлює виданню публічний осуд.

Комісія нагадує медіа власну [заяву щодо недопущення випадків дискримінації в журналістській діяльності](#), у якій вона ширше висловлювалася щодо стандартів недискримінаційного створення матеріалів у медіа. Комісія також рекомендує при підготовці журналістських матеріалів про ЛГБТ-спільноту використовувати посібник ГО «Інсайт» [«Як писати про ЛГБТ. Курс для журналістів»](#), а також пройти безплатний онлайн-курс [«Як писати про ЛГБТ: Курс для журналістів» на платформі «Прометеус»](#).

Рішення щодо дописів у соцмережах «Укрінформу» про обстріли у Харкові

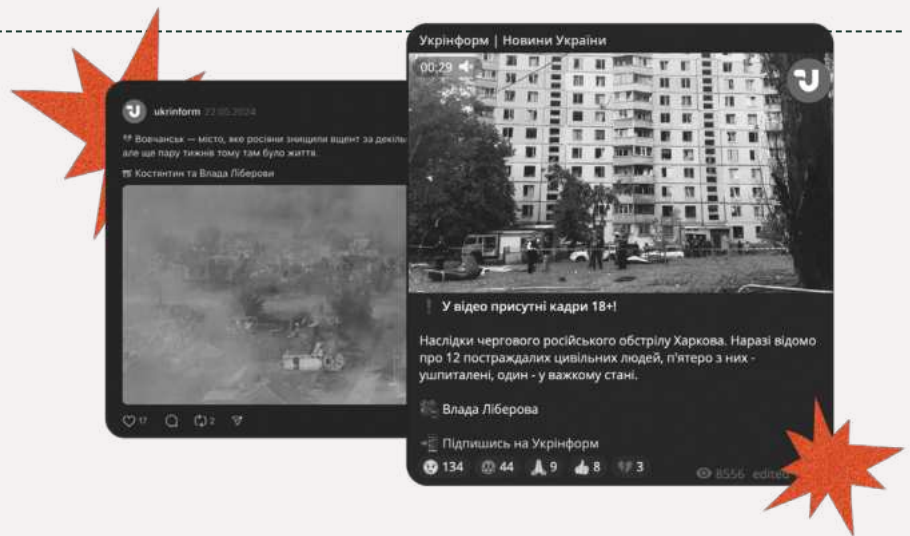
26.06.2024

Подавач: Т. С. Еліот

Дата подання: 22.05.2024

Скарга подана на: Укрінформ

Статті Кодексу: 19. Свідоме порушення журналістської етики



ОПИС СИТУАЦІЇ

До Комісії з журналістської етики 22 травня 2024 року надійшла скарга від Т. С. Еліота на два дописи, розміщені інтернет-виданням «Укрінформ» на платформах [Telegram](#) та [Threads](#) 22 травня 2024 року. У дописах розміщені два відео Костянтина та Влади Ліберових. На Threads розміщене відео, зняте ними у Вовчанську, на той момент майже знищеному через наступ російської армії на Харківщині. У Telegram на відео зображені наслідки обстрілів у Харкові, через які постраждало щонайменше 12 людей. Допис у Telegram також містить попередження про наявність у відео кадрів 18+ (там показана кров після аварії та одна закривавлена жінка) та попереджувальний екран, на який треба натиснути для того, аби отримати доступ до відео.

Заявник вважає, що в обох випадках публікація матеріалів не була вмотивованою, не несла в собі інформаційної цінності та не відповідала суспільному інтересу, а мала на меті лише вразити аудиторію соцмереж заради реакцій.

ВІДПОВІДНІ ЕТИЧНІ СТАНДАРТИ

Пункт 3 Кодексу етики українського журналіста: *«Журналіст має з повагою ставитися до приватного життя людини. При цьому не унеможлиблюється його право на журналістське розслідування, пов'язане з тими або іншими подіями і фактами, якщо суспільна значущість інформації, яку збирає і поширює журналіст, є вищою, ніж приватні інтереси особи».*

Пункт 8 Кодексу етики українського журналіста: *«Редакційна обробка матеріалів, зокрема й знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст. Необхідно повідомляти аудиторію про подання відрепетируваних та реконструйованих новин».*

ЩОДО ПОРУШЕНЬ ВИМОГ КОДЕКСУ

Заявник фактично звинувачує Укрінформ у тому, що вони вдалися до клікбейту задля того, аби отримати більше реакцій у соцмережах, розмістивши два дописи, що є предметом розгляду у цій справі. Кодекс не містить прямих положень, які б давали однозначну вказівку на заборону розміщення такого типу контенту, але положення його пунктів 3 та 8 дозволяють дійти висновку, що завданням журналістів є розміщення суспільно значущої інформації, формат якої не має вводити в оману споживачів медіа.

На думку Комісії, вона має право розглянути цю скаргу як скаргу на медіа, оскільки канал Укрінформу в Telegram є верифікованим, а сам Укрінформ є медіа за чинним законодавством України. Це дозволяє говорити про те, що діяльність на згаданих онлайн-платформах може бути класифікована як медійна діяльність. Своєю чергою це означає, що медіа має дотримуватися стандартів журналістської діяльності навіть при публікації контенту на онлайн-платформах.

Комісія вважає, що дописи, які містять кадри руйнувань та травм, заподіяних внаслідок повномасштабного вторгнення Росії на територію України, безумовно, містять суспільний інтерес. У майбутньому саме з таких матеріалів може складатися доказова база для розслідувань, метою яких буде притягнення до відповідальності за вчинення міжнародних злочинів. Справді, можна погодитися з аргументами заявника стосовно того, що окремі елементи відповідного контенту можуть бути жорстокими та негативно вплинути на користувачів онлайн-платформ, а тому про їхню наявність такого користувача має бути попереджено. Втім, Укрінформ дотримався цих правил.

додатково приховали його під захисним екраном з метою обмежень. Тож для того, аби отримати доступ до контенту, користувач мав вчинити додаткові та свідомі дії. Відео під цим екраном також не містило невинуватих сцен жорстокості чи мертвих осіб, що могло б бути розцінене як порушення пункту 3 Кодексу. Відео, розміщене у Threads, містить загальний огляд руйнувань у Вовчанську і також не містить елементів, що могли б заслуговувати на маркування, на відміну від зображень крові у відео в Telegram.

Комісія вважає, що демонстрація таких відео на онлайн-платформах українських медіа слугує обізнаності аудиторії з поточними подіями та є контентом, що має висвітлюватися у медіа держави, яка воює. Оскільки Укрінформ ужив належних заходів для попередження аудиторії про сцени жорстокості у місці, де це було необхідно, а також за відсутності інформації та об'єктивних даних щодо наявності клікбейту (кількість реакцій у Telegram не відрізняється від стандартних показників на каналі), Комісія доходить висновку про відповідність розглядуваних дописів стандартам журналістської етики.

ВИСНОВОК

Зважаючи на викладене вище, Комісія вважає, що два дописи, розміщені інтернет-виданням Укрінформ на платформах Telegram та Threads 22 травня 2024 року, відповідають вимогам Кодексу етики українського журналіста.

Водночас Комісія звертає увагу, що медіа мають маркувати однаковий контент на всіх платформах однаково, використовуючи для цього увесь доступний технічний арсенал, який надається тою чи іншою онлайн-платформою.

Рішення щодо публікацій про форум у Берліні за участі міського голови Миколаєва

15.04.2024

Подавач: Ганна Слободянюк-Монтавон

Дата подання: 29.02.2024

Скарга подана на: **Новости N**

Статті Кодексу: 8. Відсутність фальсифікації змісту

ОПИС СИТУАЦІЇ

До Комісії з журналістської етики надійшла скарга від Ганни Слободянюк-Монтавон на матеріал [Сенкевич в Берліне между показами мод обсудил перспективы человеческого развития на юге Украины](#) (Новости N, 21 лютого 2024 р.) і матеріал [Сенкевич у Берліні між показами мод обговорив перспективы людського розвитку на півдні України](#) (Новости Николаева, 21 лютого 2024 р.)

Заявниця попросила розглянути матеріали на відповідність Кодексу етики українського журналіста, оскільки, на думку авторки скарги, заголовок не відповідає змісту: під час конференції, яку відвідав міський голова Миколаєва, не відбувався показ мод, а лише працював маркет на підтримку українських дизайнерів.

«Таке подання матеріалу спотворює роботу НГО і партнерів, та вводить мешканців міста в оману щодо формату заходу», — зазначає авторка скарги.

Комісія з журналістської етики звернулася до редакцій онлайн-медіа для отримання пояснень по суті скарги. Онлайн-медіа «Новости N» у відповіді на адресу Комісії зазначило, що текст матеріалу журналісти взяли з сайту Укрінформ, про що в публікації є посилання. У матеріалі розповідається, що «зокрема, будуть організовані панельні дискусії, майстер-класи, художні інсталяції, музикальні номери та кулінарні демонстрації, презентація українських модних брендів тощо».

«В цьому випадку «презентація» та «показ», що використано в заголовку, — це слова-синоніми, отже, «презентація модних брендів» та «показ мод» — це синонімічний ряд, але більш коротко, що вимагає заголовок в інтернеті», — пояснили в редакції.

Редакція «Новости Николаева» не надала відповідь на запит Комісії, але видалила публікацію з сайту (кеш пошуковика Google [засвідчує](#), що така публікація існувала).

ВІДПОВІДНІ ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ ТА ЇХ ДОТРИМАННЯ

Пункт 8 Кодексу етики українського журналіста: *«Редакційна обробка матеріалів, зокрема й знімки, текстівки, заголовки, відповідність відеоряду та текстового супроводу тощо, не повинна фальсифікувати зміст. Необхідно повідомляти аудиторію про подання відрепетируваних та реконструйованих новин».*

Оскаржувані матеріали присвячені відкриттю Safe Київ у Берліні, де впродовж дня проходили заходи на майданчиках із назвами українських міст. У рамках проєкту планувалося, що міський голова Миколаєва Сенкевич та іноземні партнери *«обговорять перспективи відновлення критичної інфраструктури та людського розвитку на півдні України»*, йдеться в публікаціях. Усі факти, використані в матеріалах, взяті з публікації Укрінформу із посиланням на джерело.

Обидві публікації мають однаковий заголовок: *«Сенкевич у Берліні між показами мод обговорив перспективи людського розвитку на півдні України»*. На думку заявниці, цей заголовок не відповідає змісту події, про яку йдеться.

Відповідно до Кодексу заголовок повинен точно відображати зміст матеріалу і не вводити в оману читачів. Водночас журналісти використовують творчий підхід для створення заголовків, які викликають цікавість і спонукають прочитати весь матеріал. Особливо актуальне це завдання для онлайн-медіа, які працюють в умовах високої конкуренції за увагу читача. Медіа використовують різноманітні стилістичні прийоми, які допомагають виокремити публікацію в стрічці новин. Заголовки можуть містити інтригу, іронію, спонукати до дії, — всі ці прийоми дозволені, якщо вони не спотворюють зміст.

В оскаржуваних публікаціях основний акцент медіа зробили на «показі мод», який нібито відбувався в рамках заходу. Легковажний заголовок натякає на розважальний характер заходу. При цьому журналісти залишили за кадром головну мету — презентацію проєктів із відновлення постраждалих регіонів України.

У відкритих джерелах міститься додаткова інформація про Safe Київ у Берліні. Ділову програму супроводжував поп-ап-маркет, покликаний представити європейській громадськості креативний потенціал України, допомогти українським брендам та культурним ініціативам знайти нові можливості, а також зібрати кошти на гуманітарну та медичну допомогу. Представляти цю ініціативу як «показ мод» означає знецінювати зусилля волонтерів і громадських активістів, які прагнуть залучити увагу і кошти для вирішення проблем українців.

І хоча редакція онлайн-медіа «Новости N» посилається на новину кореспондента Укрінформу, не треба забувати, що редакція перебуває в Миколаєві й має можливість уточнити у Сенкевича і формат заходів, і його презентацію. А якщо не у нього особисто, то в його пресслужби, аби перевірити та точно дізнатися, що він там робив. Цю саму інформацію можна було б дізнатися в інших учасників заходу від Миколаєва, щоб максимально точно та повно поінформувати свою аудиторію. Проте журналісти не стали цього робити, вдавшись до створення клікбейтного заголовка, аби привернути увагу до матеріалу.

Комісія вбачає в обох оскаржуваних матеріалах ознаки порушення п. 8 Кодексу. Журналісти вільні обирати тему й фокус уваги, і цей фокус може бути відмінним у різних медіа. При цьому журналісти повинні бути відповідальними і не вдаватися до маніпуляцій, зокрема й за допомогою заголовків. Відповідальність містить урахування суспільної важливості теми для своєї аудиторії. Зокрема, для мешканців Миколаєва, які є аудиторією обох медіа, важливо було дізнатися про результати події, які вплинуть на життя містян.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши матеріали «Сенкевич в Берліне между показами мод обсудил перспективы человеческого развития на юге Украины» (Новости N) і матеріал «Сенкевич у Берліні між показами мод обговорив перспективы людського розвитку на півдні України» (Новости Николаева), Комісія з журналістської етики встановила порушення п. 8 Кодексу етики українського журналіста та оголошує обом редакціям попередження.

Для належного добору заголовків на новинних сайтах Комісія радить журналістам і редакціям:

- ◊ поважати читачів, їхню увагу і час. Обирати заголовок, який не спотворює зміст публікації;
- ◊ уникати клікбейту і маніпуляцій у заголовках;
- ◊ переконатися, що заголовок не зміщує фокус уваги на другорядні події;
- ◊ передбачати ефект від стилістичних прийомів, зокрема й іронії та сатири.

