

# **МОВА ВОРОЖНЕЧІ ТА ЗМІ:**

## **МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА ПІДХОДИ**

**Проект «Без Кордонів»  
ГО «Центр «Соціальна Дія»:**

**Київ  
2015**



© 2015 Проект «Без Кордонів» /  
ГО Центр «Соціальна Дія»

Проект «Без Кордонів» ГО «Центр «Соціальна Дія»: МОВА ВОРОЖНЕЧІ  
ТА ЗМІ: МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА ПІДХОДИ. К., 2015.

Публікація здійснена в рамках проекту «Мова ворожнечі та упередження в українських ЗМІ: моніторинг, аналіз та запобігання», здійсненого за підтримки Посольства Королівства Нідерландів в Україні. Зміст публікації не є відображенням офіційної позиції Посольства Королівства Нідерландів в Україні

Редакція та упорядкування:

Олена Бондаренко  
Максим Буткевич  
Ірина Федорович

Дана публікація — збірник текстів, які демонструють підходи медіа-експертів до мови ворожнечі, регулювання її використання в ЗМІ, а також стандарти та рекомендації щодо висвітлення різноманітних тем журналістами. В збірці наведено як повний переклад першоджерел на українську мову, так і витримки з публікацій, які містять посилання на першоджерела та додаткові матеріали.

Відтворення та передрук матеріалів можливі лише за попередньої письмової згоди Проекту «Без Кордонів» ([info@noborders.org.ua](mailto:info@noborders.org.ua))

Вступне слово _____	4
Мова ворожнечі: журналістська експертиза за п'ятьма критеріями _____	8
Толерантність на часі: журналістика та виклики расизму _____	12
Керівництво з висвітлення питань, пов'язаних із «расовою приналежністю» _____	15
Римська хартія _____	18
Керівні принципи щодо висвітлення питань _____	21
Посібник з висвітлення розмаїття _____	23
Посібник з питань розмаїття _____	38
Висвітлення теми біженців та притулку _____	50
Як мають ЗМІ реагувати на ненависть в мережі Інтернет? _____	52
Вигнанці у власній країні (про що варто пам'ятати, висвітлюючи у ЗМІ проблеми внутрішньо переміщених осіб) _____	60

## ВСТУПНЕ СЛОВО

Дана публікація — збірка текстів, які демонструють підходи медіа-експертів до мови ворожнечі, регулювання її використання в ЗМІ, а також стандарти та рекомендації щодо висвітлення журналістами тем, пов'язаних із різноманіттям. У збірці наведено як повний переклад першоджерел на українську мову, так і витримки з публікацій, які містять посилання на першоджерела та додаткові матеріали. Команда проекту мала на меті навести приклади як нормативних документів, створених самими журналістами з цього питання, так і посібників із практичними порадами щодо висвітлення тем міграції, етнічності, розмаїття тощо.

Ця збірка публікується в рамках проекту з моніторингу мови ворожнечі у ЗМІ. Одночасно із нею оприлюднюється звіт про результати моніторингу мови ворожнечі в українських ЗМІ (інтернет-видання, друковані видання та телебачення) з метою надання контексту та дослідження можливостей застосування кращих міжнародних практик в українському контексті.

Окрім цих матеріалів, звичайно, існує низка досліджень та рекомендацій на дану тему, які ми не наводимо в рамках даної збірки, втім, вони можуть стати корисними інструментами в роботі журналістів<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Міжнародна термінологія у сфері міграції : українсько-англійський тлумачний словник.– К.: Міжнародна організація з міграції, 2015. – 100 с.

## ЩО ТАКЕ МОВА ВОРОЖНЕЧІ?<sup>2</sup>

Незважаючи на поширеність мови ворожнечі у багатьох сферах публічного та приватного життя людини, та велику кількість дискусій про можливість чи неможливість її законодавчого регулювання та заборони, — на сьогодні досі не існує єдиного загального визначення того, що саме всі сторони обговорення розуміють під «мовою ворожнечі».

Переклад терміну в українській мові також не має єдиного стандарту: так, деякі перекладають англійський відповідник «hate speech» як «мову ворожнечі», деякі — як «мову ненависті», іноді зустрічаються інші варіанти<sup>3</sup>.

Далі наведемо декілька поширених змалювань або визначень явища, яке називають «мовою ворожнечі», у міжнародній практиці.

Міжнародна Конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації<sup>4</sup>, стаття 4:



Держави-учасниці осуджують всяку пропаганду і всі організації, які ґрунтуються на ідеях або теоріях переваги однієї раси чи групи осіб певного кольору шкіри або етнічного походження або намагаються виправдати, або заохочують расову ненависть і дискримінацію в будь-якій формі, і зобов'язуються вжити негайних і позитивних заходів, спрямованих на викоренення всякого підбурювання до такої дискримінації чи актів дискримінації, і з цією метою вони відповідно до принципів, поданих у Загальній декларації прав людини,

і прав, ясно викладених у Статті 5 цієї Конвенції, серед іншого:

- a) оголошують злочином, що карається за законом, всяке поширення ідей, основаних на расовій перевазі або ненависті, всяке підбурювання до расової дискримінації, а також усі акти насильства або підбурювання до таких актів, спрямованих проти будь-якої раси чи групи осіб іншого кольору шкіри або етнічного походження, а також подання будь-якої допомоги для проведення расистської діяльності, включаючи її фінансування;
- b) оголошують протизаконними і забороняють організації, а також організовану і всяку іншу пропагандистську діяльність, які заохочують расову дискримінацію

<sup>2</sup> Проект «Без Кордонів» громадська організація Центр «Соціальна Дія»: Моніторинг проявів расової та етнічної ворожнечі чи нетерпимості в українському сегменті Інтернету - поширення мови ворожнечі та заклик до нетерпимості (мова ворожнечі, як зброя для правої риторики). – К.: ФО-П «Борбулевич З.І.», 2011. – 76 с. URL: [http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2011/11/cyberhate\\_2011.pdf](http://noborders.org.ua/wp-content/uploads/2011/11/cyberhate_2011.pdf).

<sup>3</sup> Поняття "мова ворожнечі" почали використовувати українські громадські ініціативи (у т.ч. Проект "Без кордонів"), які першими почали досліджувати це проблемне поле, використовуючи методологію колег з російського Інформаційно-аналітичного центру "СОВА". Даний центр, наскільки відомо, першим адаптував поняття "hate speech" до пост-радянського контексту, врахувавши обмеженість і, водночас, емоційну навантаженість буквального перекладу "мова ненависті".

<sup>4</sup> Офіційний переклад українською тут [http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995\\_105](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_105).

<sup>5</sup> [http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995\\_043](http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=995_043).

та підбурюють до неї, і визнають участь у таких організаціях чи в такій діяльності злочином, що карається законом;  
с) не дозволяють національним чи місцевим органам державної влади або державним установам заохочувати расову дискримінацію чи підбурювати до неї.

Міжнародний Пакт про громадянські і політичні права<sup>5</sup>, стаття 20:



Будь-який виступ на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що являє собою підбурювання до дискримінації, ворожнечі або насильства, повинен бути заборонений законом.

Рекомендація Комітету міністрів Ради Європи № 97(20) про «мову ворожнечі» дає таке визначення:



Під терміном «мова ворожнечі» слід розуміти всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, анти-семітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється

у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів. У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, які спрямовані проти якоїсь однієї особи або якоїсь визначеної групи осіб.

ОБСЄ<sup>7</sup>:



Різноманітні види висловлювань, засновані на ворожнечі, що демонструють чи розпалюють ворожнечу по відношенню до групи осіб (чи окремої особи з причини її приналежності до групи) зазвичай називають мовою ворожнечі (від англійського «hate speech», що також можна перекласти як «мова ненависті» чи «пропаганда ненависті»).

Оскільки чимало визначень «мови ворожнечі» ґрунтуються на ідентифікації дискримінації із додаванням перерахування дискримінованих ознак — це робить їх непростими у практичному використанні. Тож для практичних

завдань дослідники часто використовують визначення згаданого вище Центру «СОВА» із певними модифікаціями:



«Мова ворожнечі — це будь-які некоректні висловлювання на адресу етнічних, конфесійних чи інших соціальних груп чи спільнот, або окремих осіб як представників/представниць цих спільнот»<sup>8</sup>.

Ми сподіваємося, що підготовлена нами збірка стане в нагоді журналістам та редакторам у формуванні підходів та політик щодо висвітлення розмаїття в ЗМІ, а також створення та впровадження внутрішньої політики поваги до розмаїття та недискримінації.

Засоби масової інформації наразі мають можливість вибрати для себе роль у формуванні та відображенні соціальних процесів обміну інформацією, формування групової ідентичності й взаємодопомоги з огляду на їх вагомий вплив на формування суспільної думки. Саме тому ми вирішили включити до збірки документи, які розглядають явище різноманіття і мови ворожнечі з різних ракурсів: від професійного до юридичного.

<sup>6</sup> <https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?command=com.instranet.CmdBlobGet&InstranetImage=1658005&SecMode=1&DocId=582600&Usage=2>

<sup>7</sup> <http://www.osce.org/ru/odihr/39822>.

<sup>8</sup> Оригінал: Г. Кожевникова. "Язык вражды: типология ошибок журналиста" (доступно: <http://www.sova-center.ru/hate-speech/publications/2006/12/d9803/>). Оригінальне визначення не містить поняття "соціальних" (тож, скажімо, гомофобна мова ворожнечі ним не була би врахована), і менше деталізує момент застосування мови ворожнечі щодо особи.

Дотримання стандартів якості, креативні підходи до вибору тем та розуміння того впливу, який статті та сюжети мають як на героїв, так і на аудиторію взагалі, — важливі компоненти розвитку та

досягнення конкурентної переваги у сфері розповсюдження інформації сьогодні. Водночас, дотримання професійних стандартів, усвідомлення громадянської відповідальності журналістики та її ролі у суспільно-

політичних процесах може не лише сприяти розвитку професійної медіа-спільноти, а й спричинити позитивний вплив на найближчі перспективні сценарії українського суспільства в цілому.

## МОВА ВОРОЖНЕЧІ: ЖУРНАЛІСТСЬКА ЕКСПЕРТИЗА ЗА П'ЯТЬМА КРИТЕРІЯМИ

### МЕРЕЖА ЕТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Сучасна редакція новин — це місце випробування. У конкурентному світі ЗМІ інформація переміщується із запаморочливою швидкістю.

Дуже мало часу відведено на перевірку фактів та зображень або підтвердження інформації, і, як виявляється, тут зовсім немає місця для уважного обговорення питань журналістської етики.

Проте, навіть якщо бракує часу, репортери та редактори повинні зупинитися і робити аналіз щодо наявності образливого, провокативного змісту в їх продукції.

Небезпека мови ворожнечі в журналістиці є загально відомою. В багатьох частинах світу мова ворожнечі призвела до трагічних наслідків. Наприклад, в Африці декотрі журналісти перетворилися на агентів поширення пропаганди та розпалювання конфлікту. Багато з них відіграли сумну роль в у конфліктах в регіоні, а в деяких випадках — наприклад, в Руанді та Кенії — навіть брали участь в актах невимовного насильства щодо інших спільнот. Коли політики або інші фігури з метою захисту країни, культури, релігії та раси починають маніпулювати засобами масової інформації, тоді ЗМІ й перетворюються на джерело потенційної небезпеки. Навіть найкращі журналісти можуть інколи, не бажаючи цього, завдати шкоди простою трансляцією неоднозначних подій без подання контексту.

Нездатність колективу дотримуватися принципів та недостатнє розуміння потенційного впливу слів та зображень можуть призвести до журналістських вчинків, що тотожні розпалюванню ворожнечі та підбурюванню до насильства. Більшість журналістів усвідомлюють, що мають обов'язок говорити правду та передавати саме те, що кажуть і хто каже. Але при цьому вони часто не слідують принципу дотримання балансу між цією відповідальністю та іншим, широко визнаним базовим принципом журналістики — принципом мінімізації шкоди.

Але як журналісти вирішують, що є прийнятним, а що ні? Як вони у щоденній рутинній праці дають раду оцінці загроз? Конкретно сказати, в чому полягає мова ворожнечі — непросте завдання. Визнаного на міжнародному рівні визначення не існує, а рівні толерування мови надзвичайно відмінні в тих або інших країнах. Аби знайти шлях на цьому мінному полі, журналісти мають брати до уваги ширший контекст, що відображає спосіб самовираження людини. Вони мають зосереджуватися не лише на тому, що було сказано, а й на тому, що малося на увазі. Це не тільки питання законодавства або соціально прийнятної поведінки; це питання того, чи промова була націлена на завдання іншим шкоди, особливо у випадках актуальної загрози застосування насильства.

<sup>9</sup> Hate-speech: a five-point test for journalists. Ethical Journalism Network. URL: <http://ethicaljournalismnetwork.org/en/contents/hate-speech-a-five-point-test-for-journalists>.



Запропонований тест, що дає змогу оцінити за п'ятьма критеріями контекст журналістської мови, було розроблено експертами Мережі етичної журналістики (Ethical Journalism Network) на основі міжнародних стандартів. Тест акцентує деякі питання, що мають ставитися під час збору, підготовки та поширення новин та інформації. Дана процедура допоможе журналістам та редакторам подавати те, що сказано і ким сказано, в контексті етичності.

## 1. ПОСАДА АБО СТАТУС ТОГО, ХТО ГОВОРІТЬ

Журналістів часто звинувачують у мові ворожнечі, і справді деякі коментатори за потреби свідомо дозволяють собі провокативні та злочинні висловлювання. Проте, здебільшого журналісти й ЗМІ винні лише в передачі неприпустимих тверджень інших осіб. Так, журналістів та ЗМІ раз у раз заманують до пастки практичні й аморальні політики та лідери спільнот. Ці вмілі маніпулятори ЗМІ ініціюють суперечки й непорозуміння, аби забезпечити підтримкою власні упередження та власний вузький світогляд; вони залучають ЗМІ для освітлення їхніх сенсаційних заяв і думок, які бувають гранично провокативними.

Журналісти й редактори мають розуміти, що скандальність сказаних речей висловлювань як така не є новиною. Журналісти повинні вивчити контекст, у якому з'явилися ці речі,

а також статус і репутацію самого промовця. Словам політика, котрий маніпулює аудиторією, розпалюючи ворожнечу, не можна надавати місце серед матеріалів ЗМІ лише тому, що він створює небезпечне середовище або продукує безпідставні та контроверсійні коментарі. Якщо до мови ворожнечі вдаються особи, котрі не належать до кола публічних діячів, то, можливо, мудріше їх повністю ігнорувати. Гарним прикладом є Террі Джонс, пастор із Флориди, який спалив Коран. Він не був відомим, мав маргінальний вплив навіть у власній спільноті — й раптом перетворився на сенсацію світових ЗМІ. Найморальніші журналісти справедливо об'їрують, що йому треба було відмовити в публічності через ці провокативні погрози.

Навіть якщо ці люди є публічними діячами, працівники ЗМІ мають переконатися, що вони не аж занадто уважні до політиків чи інших впливових осіб, метою яких є лише створення негативного інформаційного середовища навколо людей, чий права треба поважати, а саме вразливих і маргіналізованих груп. Часто ці права визнані на конституційному рівні в даній країні і в усьому світі. Тож, журналістам варто дослідити промовців і їхні слова, вивчити їхні факти та заяви і скласти власну думку про наміри та вплив їхніх виступів. Робота журналістів не включає прийняття протилежної точки зору, але заяви і факти слід перевіряти, від кого б вони не надходили.

Свобода слова — це право для всіх, в тому числі політиків і публічних діячів. А робота журналістів — забезпечити всіх можливістю висловитися, але це не означає дарувати дозвіл на обман, або поширення недобрих міфів, або підбурювання до ненависті та насильства щодо будь-якої групи. Коли люди висловлюються про зміни на краще, журналістика потрібна, щоб передати інформацію всім без винятку.

## 2. КОГО ДОСЯГАЄ МОВЛЕННЯ

У приватній розмові в публічному місці може бути озвучено найбільш неприйнятні думки, але завданню відносно малої шкоди, а отже цим не обов'язково буде порушено вимогу щодо заборони мови ворожнечі. Проте ситуація змінюється, якщо розмову транслюватимуть провідні ЗМІ чи Інтернет.

Журналістам також треба мати на увазі частоту появи та обсяг повідомлення: чи це короткої, миттєвий нестримний вибух звинувачень чи ненависті, або ж постійне навмисне повторення?

З'ясувати значущість події та наміри легше, якщо встановити, чи ми маємо справу з моделлю поведінки, чи з одним єдиним випадком. Повторюваність є корисним індикатором навмисної стратегії, що має на меті викликати ненависть щодо інших, яка може знаходити вираження в етнічних, расових, релігійних чи інших формах дискримінації.

### 3. ЦІЛІ ПРОМОВИ

Зазвичай добре поінформовані працівники, які дотримуються стандартів журналістської та редакторської етики, можуть швидко визначити, чи націлена дана промова безпосередньо на порушення або зменшення обсягу індивідуальних та групових прав людини. Їм також варто знати, чи дана промова порушує кримінальне законодавство або інші норми. Інколи журналістам необхідно порушувати правила, але вони повсякчас мають усвідомлювати ризики, пов'язані із рішенням щодо публікації матеріалу.

Виконання репортерських обов'язків журналістами та редакторами передбачає особливу відповідальність подавати висловлювання у відповідному контексті, виявляючи та розкриваючи цілі автора. Навмисне викриття або приниження осіб, з якими ми не згодні, не є нашим завданням, але уважне, етичне репортерство завжди допомагає людям краще розуміти контекст, в якому виникла промова.

Ключові питання, які необхідно поставити, оцінюючи промову, наступні. Якої користі очікує від неї промовець та які інтереси вона представляє? Проти кого спрямована промова та якого впливу зазнають жертви як індивіди та як ціла спільнота?

### 4. ЗМІСТ ТА ФОРМА ПРОМОВИ

Журналісти повинні встановити, чи дана промова не є прямою провокацією, в якій формі її створено та в якому стилі подають. Існує величезна відмінність між чиймись словами в кафе чи барі, сказаними для малої групи, та промовою, виголошеною в публічному місці перед збудливою аудиторією.

Багато людей відстоюють небезпечні ідеї та переконання. Це не становить правопорушення. Також не є правопорушенням поширювати ці думки в суспільстві (люди щодня це роблять через Інтернет та соціальні мережі). Але слова та зображення, які вони використовують, можуть виявитися руйнівними, якщо спонукають інших до насильства.

Журналісти запитують себе: чи є небезпечними дані висловлювання?

Чи можуть вони бути підставою переслідування за законом? Чи вони містять підбурювання до насильства або призведуть до зростання ненависті до інших?

Буває важливим висвітлення історій, як дехто після певних розмов мав проблеми з поліцією, але журналістам потрібна обережність: справу можна порушити і за цитування.

### 5. ЕКОНОМІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ УМОВИ

Поява небезпечних та неоднозначних висловлювань стає дуже ймовірною у важкі часи, під час гострого соціального протистояння та воєн між політиками.

Журналісти мають брати до уваги соціальну атмосферу, яка панує під час виголошення промови. Запал виборчої кампанії, коли політичні групи роблять виклики одна одній та виборюють публічний простір, часто створює умови для виникнення коментарів, які містять розпалювання ворожнечі. Журналісти мають визначити, чи висловлювання є справедливим, підкріпленням фактами та доречним за даних обставин.

Якщо у нас виникають сумніви щодо подання прямої цитати мови ворожнечі, можна обмежитися повідомленням про надані образливі коментарі, уникаючи повторення образливої лексики.

В першу чергу, журналісти мають бути уважними. Вони повинні розпізнавати контексти, в тому числі такі, що відповідають дискримінаційним моделям, спрямованим проти етнічних або інших груп, наприклад, проти корінних народів або меншин.

Ці групи не мають привілеїв на особливу увагу з боку ЗМІ, оскільки журналісти повинні поважати права

всіх. Але вони часто виступають жертвами цілеспрямованих дій. Академічна дискусія щодо міграції, яка відбувається в контексті обговорення досліджень, та неоднозначні висновки можуть бути відносно безпечними чи нейтральними. Але така сама дискусія може виявитися небезпечною,

якщо відбувається в обмеженому та специфічному середовищі, коли люди непевні, відчувають тривогу щодо власної безпеки та майбутнього.

Журналістам важливо запитувати себе, що робитимуть люди одразу після того, як промова справить

на них враження? Чи матимуть вони змогу осмислити промову в умовах відносної безпеки? Чи дані висловлювання вигадані й використані заради покращення ситуації чи погіршення? На кого промова справляє негативне враження?

## ТЕСТ НА ТОЛЕРАНТНІСТЬ

### **1. Працюючи з історіями, в яких наявна політична мова ворожнечі, найважливіше — не створювати сенсацій. Журналіст, який дотримується етичних норм, запитає:**

- Можливо, це скандально, але чи важливо? Чого прагне промовець?
- Який вплив матиме публікація?
- Чи існує небезпека розпалювання ворожнечі та підбурювання до насильства?
- Чи промова ґрунтується на фактах, чи перевірялися твердження?

### **2. Під час збирання та редагування неоднозначних матеріалів, журналісти мають уникати гонитви за публікаціями. Корисно зупинитися хоча б на кілька хвилин, щоб обміркувати зміст історії:**

- Чи нам вдалося уникнути кліше та стереотипів?
- Чи ми поставили всі істотні та потрібні запитання?
- Чи ми відчуваємо потреби нашої аудиторії?
- Чи наше використання мовних засобів є стриманим?
- Чи малюнки передають саме історію, а не концентруються на насильстві та вуаєризмі?
- Чи було нами використано різні джерела та представлено позиції відповідних меншин?
- Чи дотримано стандартів редакційних та етичних кодексів?

### **3. Останній погляд та хвилина на роздуми завжди корисні перед натисканням клавіші «опублікувати»:**

- Чи ми добре спрацювали? Чи не залишаються деякі сумніви? І зрештою, чи не варто мені запитати в колеги?

## ТОЛЕРАНТНІСТЬ НА ЧАСІ: ЖУРНАЛІСТИКА ТА ВИКЛИКИ РАСИЗМУ

**ДЕКЛАРАЦІЯ БІЛЬБАО<sup>10</sup>,  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
МІЖНАРОДНОЇ ФЕДЕРАЦІЇ  
ЖУРНАЛІСТІВ (IFJ)<sup>11</sup>  
2-4 ТРАВНЯ 1997 Р.**

Журналісти із 70 країн, на зустрічі в м. Більбао, 2-4 травня 1997 року на Всесвітній конференції Міжнародної федерації журналістів (IFJ) «Толерантність на часі»,

**визнаючи** загрозу миру та демократії, яку несе зростання насильства на ґрунті расизму в містах, поширення релігійної нетерпимості, воєн та геноциду внаслідок міжетнічних конфліктів, а також упередження щодо національних меншин на основі мови або соціального стану;

**виражаючи** віру в те, що розмаїття є основоположною реалією людського суспільства, засобом культурного збагачення та стимулом до економічного та соціального розвитку,

**підтверджуючи**, що активне прагнення до толерантності з повним публічним доступом до медіа є необхідною умовою для реалізації потенціалу розмаїття, засуджуючи будь-які спроби або акти маніпулювання ЗМІ та використання расового, етнічного та соціального насильства;

**висловлюючи** жаль з приводу того, що надмірна комерціалізація призводить до професійної байдужості до впливу расизму та нетерпимості; наполягаючи на тому, що держави не

мають відповідної ролі в регулюванні контенту ЗМІ та журналістської етики;

**проголосили**, що всі журналісти на національному, регіональному та міжнародному рівнях повинні об'єднатися задля підтвердження основних принципів журналістики — професійної незалежності та поваги до правди — з метою втілення місії ЗМІ в підтримці громадянськості, толерантності та демократії.

На підтримку цієї цілі, Конференція приймає рішення, що законодавчі, соціальні та професійні умови мають бути покращені в усіх регіонах. Тим не менш, самі журналісти мають усвідомлювати, що неосвіченість та недостатнє визнання різних культур, традицій та переконань з боку ЗМІ призводять до стереотипів, які посилюють расистські настрої та підтримують політичний екстремізм. Зокрема, журналісти мають усвідомлювати вплив їх слів та образів з урахуванням вкоріненних страхів та сприйняття громадянського конфлікту і соціального виключення, яке існує в суспільстві. Відповідно, Конференція погоджується, що IFJ та спілки-учасниці мають прийняти нові стратегії з протидії нетерпимості та порушенням прав журналістів. Конференція рекомендує наступні напрямки дій:

<sup>10</sup> Prime Time for Tolerance: Journalism and the Challenge of Racism, IFJ. URL: <http://ethicaljournalisminitiative.org/en/contents/prime-time-for-tolerance-journalism-and-the-challenge-of-racism>.

<sup>11</sup> В Україні членом IFJ є Національна спілка журналістів України.

## **1. ПІДТРИМКА РЕДАКЦІЙНОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ, САМОРЕГУЛЮВАННЯ ТА ЕТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ**

Всі спілки журналістів мають підтвердити підтримку редакційної незалежності і право журналістів на вільне від внутрішнього та зовнішнього тиску висвітлення подій. Така свобода вираження поглядів має бути збалансована відповідно до потреб захисту прав і свобод інших людей. Матеріали, які розпалюють ворожнечу, є неприйнятними. З метою підтримки саморегулювання, журналісти мають просувати професійну солідарність, високі етичні стандарти та право на вирішення етичних дилем відповідно до сумління. Зокрема, IFJ та спілки журналістів мають підтримувати керівні принципи та посібники для журналістів з питань висвітлення расизму. Незалежні саморегульовані структури, в разі існування таких, мають бути представницькими, інклюзивними, та відображати етнічний склад суспільства.

## **2. РОЗМАЙТТЯ В ЗМІ**

Спілки журналістів повинні вимагати дотримання політик прийому на роботу, які підтримують залучення журналістів із етнічних меншин або спільнот меншин до роботи в загальній журналістиці. Редакції мають відображати етнічний склад суспільства. Навчання

з журналістики має включати висвітлення проблем дискримінації та нетерпимості. Спілки мають працювати з навчальними закладами з метою заохочення більшої кількості студентів з різним етнічним походженням до залучення в навчання журналістиці. Журналісти та організації ЗМІ повинні просувати інклюзивне висвітлення громади, включаючи використання джерел інформації зі спільнот меншин.

## **3. ГАЛУЗЕВА СПІВПРАЦЯ ТА СОЛІДАРНІСТЬ**

Журналістам та роботодавцям у сфері ЗМІ слід розвивати діалог задля кращого розуміння ролі ЗМІ у протидії нетерпимості та діяти спільно в напрямку покращення роботи ЗМІ, включаючи, де можливо, спільні дії з викорінення расизму в журналістиці. В цьому напрямку, роботодавці мають визнавати кодекси поведінки та керівні принципи, які підтримуються спілками журналістів. Необхідне заохочення діалогу між виданнями, які спрямовані на аудиторію спільнот меншин, та мейнстрім ЗМІ.

## **4. МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ**

IFJ має просувати та розповсюджувати міжнародні та регіональні конвенції, документи та декларації, які мають відношення до журналістів у сфері толерантності шляхом надання посібників та

матеріалів, які містять корисні приклади та практичні ситуації на регіональному рівні. На відзначення 50-ї річниці підписання Загальної декларації прав людини, IFJ має розробити проект щодо захисту прав людини та етичної журналістики.

## **5. ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ**

IFJ та її члени мають створювати проекти та дії на підтримку інклюзивного висвітлення подій та позитивної ролі журналістики у створенні культури миру, які включають ознайомлення журналістів із кодексами та керівними принципами та їх практичним значенням у вирішенні етичних дилем. IFJ та її члени повинні відстежувати та звітувати про показники ЗМІ у сфері толерантності та включати обговорення цих питань в коло основних видів діяльності спілки. IFJ на своєму веб-сайті сторінку «Журналістика заради толерантності» з метою надання журналістам порад з протидії мові ворожнечі, надання інформації стосовно національних стратегій спілок у сфері толерантності, розміщення посилань на сторінки спілок, які розробили практичні програми в цій сфері, а також на інші відповідні джерела інформації, опису політики та діяльності IFJ з питань толерантності в якості керівництва з ініціювання соціального діалогу та спільних дій з іншими профспілками, а також пропонування відповідних положень колективних угод щодо

прийняття на роботу, навчання та розмаїття в редакції.

---

## **6. ВНУТРІШНІ СТРУКТУРИ**

Журналісти повинні обговорювати те, яким чином забезпечити доступність їх структур для журналістів зі спільнот меншин або маргіналізованих груп. Спілки мають розглянути створення робочих груп для вирішення питань у сфері толерантності.

## **7. ТОЛЕРАНТНІСТЬ ТА ЖІНКИ У ЗМІ**

Конференція відзначає та підтримує результати семінару з питань гендеру та медіа, які говорять про ігнорування або репрезентацію жінок через стереотипи в ЗМІ. Дискримінація також проявляється у відсутності відображення гендерного та етнічного балансу в редакціях. Висновки семінару мають бути розглянуті з метою розробки дій IFJ в рамках програми з протидії нетерпимості.

На завершення, Конференція рекомендує прийняття конгресом IFJ в 1998 році комплексної програми на підтримку дій, створених для поглиблення професійного залучення до захисту толерантності, прав людини та демократії. Конференція рекомендує IFJ організувати подальшу зустріч для оцінки прогресу в досягненні цілей даної декларації протягом двох років.

Більбао, 4 травня 1997 року

## КЕРІВНИЦТВО З ВИСВІТЛЕННЯ ПИТАНЬ, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ «РАСОВОЮ ПРИНАЛЕЖНІСТЮ»<sup>12</sup>

### НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА ЖУРНАЛІСТІВ (ВЕЛИКА БРИТАНІЯ)<sup>13</sup>, 2014

Спілка затвердила дане керівництво для використання всіма учасниками при висвітленні расових відносин. «Рада темношкірих членів Спілки» (NUJ Black members' council) проводить діяльність в напрямку забезпечення рівності у спілці, на робочому місці та у ЗМІ. Додаткова інформація щодо «ВМС» доступна на сайті Спілки за посиланням <http://www.nuj.org.uk/rights/black-members>.

#### Національна спілка журналістів переконана, що:

- расистські настрої та підйом популярності праворадикальних партій становлять загрозу демократії, правам профспілок, вільним медіа та расовій рівності
- її члени несуть відповідальність щодо припинення проявів расизму у ЗМІ
- свобода ЗМІ має базуватися на етичному висвітленні подій
- видавництва та організації ЗМІ не мають створювати матеріал, який підтримує дискримінацію за ознаками раси та кольору шкіри, як це визначено правилами НСЖ та етичним кодексом
- члени Спілки повинні мати право відмовитися від виконання роботи з етичних міркувань у випадках, коли роботодавці створюють умови для пропаганди расизму
- редактори мають забезпечити збалансованість соціального та етнічного контексту у висвітленні подій, що мають відношення до расової приналежності

#### Загальні принципи:

- Зазначайте інформацію про расову приналежність особи тільки тоді, коли це має відношення до змісту. Перевірте правильність інформації. Чи зазначили б Ви расову приналежність, коли йдеться про «білого» індивіда?
- Уникайте вживання слів, які наразі вважаються образливими, хоча раніше могли бути розповсюдженими (наприклад, «метис» або «кольоровий»). Запитайте у людини, як вона себе ідентифікує. Перевірте, чи вважає людина себе особою зі змішаним расовим походженням або темношкірою. Поняття «темношкірий» також може відноситися до вихідців із Африки, Азії, Близького Сходу, Тихоокеанського, Карибського регіонів, а також до аборигенів Австралії та Океанії.
- Не робіть припущень щодо культурного походження на основі імені людини — запитайте для перевірки у неї або у представників спільноти.

<sup>12</sup> «Раса» ми беремо в лапки, оскільки натепер цей термін здебільшого використовується як описовий (традиційно, у т.ч. у даному Керівництві), тоді як його наукова обґрунтованість залишається під питанням. Надалі це стосується усіх випадків застосування слова "раса" і похідних від нього - Ред.

<sup>13</sup> NUJ Race Reporting Guide. National Union of Journalists. <https://www.nuj.org.uk/documents/nuj-race-reporting-guidelines-may-2014/>

- Намагайтеся досягти розмаїття та збалансованості у висвітленні подій, особливо соціального характеру. Досліджуйте ставлення до темношкірих, мандрівників та ромів, а також їх досвід.
- Пам'ятайте про культурне розмаїття спільнот темношкірих. Для отримання повного та коректного бачення зверніться до організацій спільнот.
- У висвітленні расових відносин дотримуйтеся обережності, збалансованості та пропорційності.
- Не дозволяйте публікацію листів або коментарів в Інтернеті, а також дзвінків у студію, коли вони містять мову ворожнечі расистського характеру.
- Завжди дотримуйтеся етичного кодексу Спілки (<http://www.nuj.org.uk/about/nuj-code/>). Спілка може надати допомогу з етичних питань через Раду у справах етики, інформаційний центр з питань етики <http://www.nuj.org.uk/work/nuj-ethics/>.

### Висвітлення діяльності расистських організацій:

- Ви не зобов'язані висвітлювати діяльність расистських організацій.
- Як і у випадку з іншими особами,

які дають інтерв'ю, перевіряйте заяви представників таких організацій та шукайте коментарі, що представляють іншу точку зору

- Намагайтеся публікувати інформацію, яка спростовує міфи расистських організацій. Якщо расистська партія була обрана до місцевої ради або Європейського парламенту, правила щодо висвітлення виборчого процесу не обов'язково вимагають висвітлювати їх. Див. пункт 11 та 13 Правил Департаменту з комунікацій (Ofcom regulations<sup>14</sup>) за посиланням <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/guidance/programme-guidance/ppbrules> (для більш детальної інформації).
- Якщо Ви маєте питання щодо висвітлення діяльності расистських партій, зверніться за допомогою до спілки. Обов'язково знайдіть інформацію щодо діяльності расистських організацій та їх членів. Існує багато анти-расистських груп та антифашистських організацій, до яких можна звернутися. За додатковою інформацією звертайтеся за адресою електронної пошти [campaigns@nuj.org.uk](mailto:campaigns@nuj.org.uk).

### Принципи створення матеріалів про ромів<sup>15</sup> та мандрівників<sup>16</sup>:

- Не додавайте сенсаційності історіям про ромів та мандрівників, особливо щодо їх стосунків із осілими спільнотами та питань житла й освіти.
- Використовуйте терміни «роми» або «мандрівники» тільки тоді, коли вони є необхідними та вірними.
- Спільноти ромів та мандрівників мають різноманітні культурні традиції. Переконайтеся, що використовуєте вірну термінологію. Запитайте в людей, яким чином вони хочуть бути ідентифіковані. Якщо такої можливості немає, зверніться до лідерів спільнот або організацій.
- Намагайтеся почути точку зору самих ромів та мандрівників, а також інших, за можливості звернувшись для цього до організацій, що представляють спільноту.

### Принципи висвітлення питань міграції та притулку:

- Використовуйте термін «мігрант» із обережністю, оскільки він і досі неправильно застосовується щодо

<sup>14</sup> Ofcom [the Office of Communications] - регулятивний орган у Великій Британії у питаннях дотримання правил, які стосуються теле-, радіомовлення, та деяких інших сфер поширення інформації. Створено 2002 року.

<sup>15</sup> В оригіналі - «Gypsies and Travellers».

<sup>16</sup> Мандрівники - мають відмінне від ромів етнічне походження і живуть у країнах Європи, в тому числі у Франції, Ірландії та Великій Британії. Як правило, вони ведуть кочовий чи напівкочовий спосіб життя, на відміну від більшості ромів (джерело - <http://amnesty.org.ua/news/romi-v-yevropi-11-tez-pro-te-shho-ti-zavzhdiboyavsvya-spitati/>) (прим. - ред.).



людей, які народилися у Британії. Шукач притулку, біженець або працівник-мігрант ЄС? Використовуйте термінологію вірно<sup>17</sup>.

- Цитуючи політиків або публічних осіб, перевіряйте вірність фактів щодо міграції у їх заявах. Зверніться до експертів, які можуть допомогти із визначенням контексту та отриманням інформації із джерел, які заслуговують на довіру. Існує

багато заяв щодо шукачів притулку, тому намагайтеся підтвердити їх фактами. Якщо інформацію неможливо перевірити, обов'язково це зазначте.

- Не використовуйте терміни «неправдивий», «нелегальний» або «невдалий» шукач притулку. Натомість використовуйте термін «шукач притулку, якому відмовлено в наданні статусу біженця». Також, терміни «мігрант

із нерегульованим статусом» або «недокументований мігрант» є більш вірними термінами для змалювання осіб, які залишилися в країні після завершення терміну дії їх візи.

---

**Не використовуйте слів, які мають емоційне або ціннісне забарвлення, наприклад «наплив мігрантів». Не виходьте за межі фактів.**

<sup>17</sup> Шукач притулку — це особа, яка залишила країну походження в якості політичного біженця та звернулася до іншої країни для надання притулку. Біженець — це людина, яка була шукачем притулку, але отримала статус біженця. Працівник-мігрант ЄС - це той, хто переїхав до Об'єднаного Королівства (Великої Британії) для працевлаштування, і перебування в країні в даному випадку може бути тимчасовим або довгостроковим.

## РИМСЬКА ХАРТІЯ

### ЕТИЧНИЙ КОДЕКС СТОСОВНО ШУКАЧІВ ПРИТУЛКУ, БІЖЕНЦІВ, ЖЕРТВ ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ ТА МІГРАНТІВ<sup>18</sup>

Національна рада асоціації журналістів та Національна федерація преси Італії, 2008<sup>19</sup>

Національна рада асоціації журналістів (Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, CNOG) та Національна федерація преси Італії (Federazione Nazionale della Stampa Italiana, FNSI), поділяючи стурбованість, висловлену Верховним Комісаром Об'єднаних Націй з питань біженців (УВКБ ООН) стосовно висвітлення в ЗМІ питань шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів, пам'ятаючи принципи професійної етики журналістів, викладені в Хартії обов'язків журналіста (Carta dei Doveri del Giornalista), особливо основоположний обов'язок поважати кожного та його/її гідність та не дискримінувати нікого за ознакою раси, релігії, статі, фізичного або розумового стану та політичних переконань, а також принципи закріплені в національному та міжнародному законодавстві стосовно даного питання, та підтверджуючи те, що в роботі з неповнолітніми особами мають бути забезпечені особливі гарантії відповідно до Конвенції ООН про права дитини та принципів, викладених у Хартії Тревизо (Carta di Treviso) та додатковому Посібнику до неї, враховуючи основоположний принцип, який наголошує на важливості дотримання правдивості у висвітленні будь-яких подій у ЗМІ (стаття 2 Закону про заснування асоціації журналістів), закликають італійських журналістів до наступного:

**дотримуватися найвищих стандартів ретельності в роботі з інформацією стосовно шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів, які живуть в Італії та за її межами, а також, зокрема:**

- а. Використовувати відповідну термінологію, яка відображає принципи національного та міжнародного права з метою надання читачам та глядачам найбільш достовірної інформації при висвітленні будь-яких подій у ЗМІ, уникати використання невідповідних термінів;
- б. Уникати розповсюдження неточної, спрощеної або спотвореної інформації стосовно шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів. CNOG та FNSI закликають усіх колег та, зокрема, осіб, відповідальних за редакційний зміст, звернути увагу на негативні наслідки непродуманої або непрофесійної поведінки для об'єктів висвітлення новин, читачів/глядачів та довіри до працівників ЗМІ. Непродумана поведінка може включати встановлення зв'язку між різними інформаційними повідомленнями невідповідним чином та створити ризик необґрунтованого сприйняття публікою.

<sup>18</sup> Етичний кодекс є Протоколом до Хартії обов'язків журналіста (Carta dei Doveri del Giornalista).

<sup>19</sup> Charter of Rome: Code of Conduct Regarding Asylum Seekers, Refugees, Victims of Trafficking and Migrants. URL: <http://ethicaljournalisminitiative.org/assets/docs/068/223/47dfc44-3c9f7df.pdf>.

- в. Захищати шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів, котрі погоджуються на розмову зі ЗМІ за допомогою засобів забезпечення анонімності їх особи та зовнішності. Шукачі притулку, біженці, жертви торгівлі людьми та мігранти, особу яких можна визначити, а також їх родичі, можуть бути під загрозою розправи з боку влади в країні походження, недержавних організацій або кримінальних угруповань. Більш того, особи, які належать до різного соціально-культурного контексту, де ЗМІ відіграють обмежену роль, можуть не усвідомлювати особливості ЗМІ в міжнародному контексті та всі наслідки рішення про появу в ЗМІ.
- г. За можливості, проводити консультації з фахівцями та організаціями, які мають спеціальні знання щодо теми для надання зрозумілої та повної інформації, а також аналізу причин явища.

**CNOG, FNSI ТА УВКБ ООН  
ЗОБОВ'ЯЗУЮТЬСЯ ВИКОНУВАТИ  
НАСТУПНЕ:**

- i. Національна рада асоціації журналістів (CNOG) та Національна федерація преси Італії (FNSI) у співпраці з Регіональними радами асоціації журналістів, Регіональними асоціаціями преси та всіма іншими організаціями,

які підтримують дану Хартію, обіцяють внести питання щодо шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів до тем навчальних програм для журналістів, від програм організованих навчальними закладами для журналістів до семінарів для майбутніх репортерів. CNOG та FNSI також зобов'язуються проводити регулярні навчальні семінари щодо характеру представлення шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів у друкованих ЗМІ, на радіо та телебаченні.

- ii. CNOG та FNSI, у співпраці з УВКБ ООН, підтримують створення незалежного моніторингового центру, який спільно з університетами, дослідницькими установами та іншими зацікавленими сторонами буде проводити спостереження за висвітленням у ЗМІ шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми, мігрантів та представників меншин з метою:
  - a) надання результатів якісного та кількісного аналізу образу шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів в італійських медіа європейським дослідницьким установам і університетам, а також відповідним органам Європейського Союзу та Ради Європи, які працюють над темою дискримінації, ксенофобії та нетерпимості.

- b) надання матеріалів щодо висвітлення даних тем у ЗМІ та відповідних тенденцій Регіональним радам асоціації журналістів, редакторам і репортерам, а також фахівцям з медіа та комунікацій з метою стимулювання обміну думками та дискусії.
- iii. Національна рада асоціації журналістів та Національна федерація преси Італії спільно працюватимуть над започаткуванням нагород, присвячених висвітленню питань шукачів притулку, біженців, жертв торгівлі людьми та мігрантів, виходячи з досвіду подібних ініціатив на європейському та міжнародному рівні, які мали позитивний вплив.

---

**Хартія була створена за результатами роботи Консультаційного комітету, до якого входять представники Міністерства внутрішніх справ, Міністерства соціальної солідарності, Національного управління з протидії расовій дискримінації (UNAR — Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali)/Керівного органу Ради Міністрів — Департаменту з питань рівних можливостей, Університету 'La Sapienza' та Університету Roma III, італійських та іноземних журналістів.**

---

## ДОДАТОК: ГЛОСАРІЙ

- **Шукач притулку** — це особа, яка знаходиться за межами країни його/її національності та подає заяву про отримання статусу біженця, або інших форм міжнародного захисту, в іншій країні відповідно до Женевської конвенції про статус біженців 1951 року. Він/вона є шукачем притулку і має право на перебування в приймаючій країні в якості негромадян, які знаходяться в країні на законних підставах, до остаточного рішення уповноважених органів. Відповідно, шукачі притулку, не є мігрантами з нерегульованим статусом, незважаючи на те, що вони могли в'їхати до приймаючої країни без документів, що посвідчують особу, або в незаконний спосіб, наприклад через так звані «змішані шляхи міграції», які включають як мігрантів з нерегульованим статусом, так і потенційних біженців.
- **Біженець** — це особа, яка отримала статус біженця відповідно до Женевської конвенції про статус біженців 1951 року, учасницею якої є Італія разом із іншими 143 країнами. Стаття 1 Конвенції визначає біженців як осіб, які мають «обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів [та] знаходяться за межами країни своєї національної належності і не в змозі користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань». Особа отримує статус біженця, якщо він/вона може продемонструвати, що він/вона є жертвою індивідуального переслідування.
- **Особа, яка користується гуманітарним захистом**, не є «біженцем» в чіткому визначенні відповідно до Конвенції 1951 року, оскільки він/вона не зазнає індивідуального переслідування, але тим не менш потребує захисту, оскільки в разі повернення до країни походження, він/вона були б під серйозною загрозою у зв'язку зі збройним конфліктом, загальнопоширеним насильством та/або систематичними порушеннями прав людини. Відповідно до Директив ЄС, така форм захисту визначена як «додатковий захист». Більшість людей, яких в Італії визнають як осіб, які потребують захисту, отримують посвідку на проживання на гуманітарних підставах замість статусу біженця.
- **Жертва торгівлі людьми** — це особа, яка, на відміну від мігрантів з нерегульованим статусом, які вирішують довірити свою долю контрабандистам, які переправляють людей, не давала згоду на перевезення до іншої країни, або, у випадку надання згоди, остання є недійсною з огляду на примус та/або обману з боку торговців людьми або жорстокого поводження щодо цієї особи. Торговці людьми мають на меті встановлення контролю над іншою особою з метою експлуатації. «Експлуатація» включає використання проституції інших осіб або інші форми сексуальної експлуатації, примусову працю, рабство або близькі до рабства практики, примусову працю або видалення органів.
- **Мігрант/іммігрант** — це особа, яка добровільно вирішує залишити його/її країну походження в пошуках роботи або кращих економічних умов в інших місцях. На відміну від біженців, мігранти можуть повернутися додому без загрози їх безпеці.
- **Мігрант з нерегульованим статусом**, яких в Італії часто називають «незаконними» мігрантами, є особою, яка:
  - а) в'їхала на територію країни з уникненням перевірки на кордоні;
  - б) в'їхала до країни в законний спосіб, наприклад за туристичною візою, і не залишила країну після завершення терміну дії візи (таким чином ставши так званими «іноземцями, що перевищили строк перебування»);
  - або в) не залишили територію країни призначення після отримання рішення про видворення.

# КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ ЩОДО ВИСВІТЛЕННЯ ПИТАНЬ

## ПЛАТФОРМА ДЛЯ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ З ПИТАНЬ НЕДОКУМЕНТОВАНИХ МІГРАНТІВ

(PICUM, Platform for International Cooperation on Undocumented Migrants)<sup>20</sup>

### 1. ХТО ТАКИЙ НЕДОКУМЕНТОВАНИЙ/ НЕЗАРЕЄСТРОВАНИЙ МІГРАНТ?

При згадуванні мігрантів слова «недокументований» та «незарєєстрований» вживають як синоніми.

**Недокументовані мігранти** — це особи, котрі не мають посвідки на проживання. Посвідка на проживання дає можливість постійно перебувати в країні, яка видала документ. Вони могли отримати відмову у наданні статусу шукачів притулку, порушити зазначені у візі терміни перебування в країні, чи прибути нелегально.

Досвід Платформи для міжнародної співпраці з питань недокументованих мігрантів (PICUM) свідчить, що шляхи переходу в статус недокументованого мігранта без документів є складними, і часто ці шляхи прокладені самочинними практиками та дискримінаційними процедурами, контролювати які мігрант майже або цілком не в змозі.

PICUM здійснює лобістську діяльність проти використання неадекватної термінології щодо мігрантів, яких постійно називають «незарєєстрованими», в чому немає жодної їхньої провини. Ця термінологія заважає бачити реальні причини нереєстрації.

### 2. ЧОМУ ВАЖЛИВА ПРАВИЛЬНА ТЕРМІНОЛОГІЯ?

Міграція відбувається в різних формах. В репортажах про міграцію слід використовувати ширшу термінологію, аби описати різні групи мігрантів з більшою точністю і таким чином уникнути непорозумінь.

Наприклад, у міжнародному та національному законодавстві немає такого поняття як «незарєєстрований шукач притулку»; шукач притулку може отримати статус «недокументованого мігранта», якщо розгляд його заяви завершено відмовою у наданні притулку.

Деякі терміни, які часто розуміють неправильно:

- **Недокументовані та незарєєстровані мігранти** — це особи, котрі прибули до країни без візи чи дозволу співробітників держустанов країни, та/або живуть у країні без чинної посвідки на проживання.
- **Шукачі притулку** — це особи, котрі попросили про надання притулку, але ще не отримали ані притулок, ані відмову у наданні притулку. Чекаючи на результат щодо їхнього звернення, шукачі притулку законно перебувають у країні, яка розглядає це звернення.
- **Незаконне перевезення людей** (smuggling) є завжди міжнародним

<sup>20</sup> Reporting Guidelines. PICUM. URL: <http://picum.org/en/press-room/guidelines-for-journalists/>.

явищем, відбувається за згоди осіб, яких переміщують, та закінчується після прибуття мігрантів за місцем призначення. Транспортування чи надання допомоги особі незаконно в'їхати до іншої країни є способом отримання доходів. (Визначення Управління ООН з наркотиків та злочинності.)

- **Торгівля людьми** має місце незалежно від того, чи осіб перевозять до іншої країни, чи переміщують всередині країни. Вона передбачає можливість постійної експлуатації осіб після їх прибуття до місця призначення. Жертви торгівлі людьми або ніколи не давали згоди на переміщення або, якщо спочатку погоджувалися, то потім цю згоду торгівці людьми отримували різними (не має значення, якими) способами: шляхом примусу, обману або насильницькими діями. Доходи від торгівлі людьми отримують внаслідок експлуатації. (Означення Управління ООН з наркотиків та злочинності.)

### **3. ЧОМУ В РЕПОРТАЖАХ НЕОБХІДНО ВИСВІТЛЮВАТИ НЕДОКУМЕНТОВАНИХ МІГРАНТІВ ІНДИВІДУАЛЬНО?**

Широкі узагальнення та стереотипи тільки сприяють дегуманізації образу незареєстрованих мігрантів у суспільній свідомості та становлять загрозу дотриманню прав людини по відношенню до мігрантів.

ЗМІ можуть краще інформувати власних читачів та глядачів, створюючи репортажі про мігрантів як про індивідів і дозволяючи їм розказувати власні історії населенню тих країн, де вони проживають.

### **4. НАВІЩО ВИКОРИСТОВУВАТИ ТЕРМІНИ «НЕДОКУМЕНТОВАНИЙ» ЧИ «НЕЗАРЕЄСТРОВАННИЙ» ЗАМІСТЬ «НЕЗАКОННИЙ»?**

PICUM виступає проти того, аби називати мігрантів, котрі прибули до країни всупереч встановленому порядку чи проживають у країні без реєстрації, «незаконними», оскільки:

- Це створює стереотипи, острах і неприйняття.
- Це припускає кримінальність, а більшість незареєстрованих мігрантів не порушують закон. Перебування в країні без необхідних паперів є переважно (залежно від країни) результатом адміністративної помилки, а не кримінальної дії.
- Це заперечує їх людську природу. Називати індивідів або групу «незаконними» — це ризикувати порушити їх права людини, зокрема, на визнання особою перед законом.
- Це спрощення. Людина може отримати статус мігранта без документів чи незареєстрованого мігранта з безлічі причин. Багатьох мігрантів без належних підстав із «зареєстрованих» перетворюють на «незареєстрованих». Це відбувається внаслідок процесів,

які мігранти майже або цілком не в змозі контролювати. Наприклад, часто свідчать про надмірно бюрократизований та обмежений розгляд заяв на отримання посвідки на проживання та отримання дозволу на працевлаштування, а також про неефективні процедури їх поновлення.

- Це посилює вразливість мігрантів, які часто перебувають у дуже вразливому становищі та часто виключені з усіх форм соціального та юридичного захисту.
- Це може поставити під загрозу запити про надання притулку від людей, які покинули репресивні країни, де їм відмовлено у правах. Шукачів притулку часто помилково сприймають як незареєстрованих мігрантів. Але прибути до країни та просити притулку не є ані незаконним, ані таким, що потребує реєстрації, адже шукачі притулку отримують посвідку на тимчасове проживання. Називати будь-якого мігранта, що опинився без реєстрації, «незаконним» означає сприяти нетолерантному ставленню до шукачів притулку також.
- Жоден юридичний текст міжнародного акту чи угоди, починаючи з Загальної декларації прав людини і закінчуючи Женевською конвенцією, не говорить про «незаконних мігрантів». Навпаки, вони говорять про обов'язок наших урядів ставитися до всіх мігрантів гідно та гуманно.

# ПОСІБНИК З ВИСВІТЛЕННЯ РОЗМАЇТТЯ

**МАРИНА ТУНЕВА, МА**

Школа журналістики та зв'язків  
з громадськістю<sup>21</sup>

## ВСТУП

ЗМІ відіграють ключову роль та відповідають за налагодження стосунків між людьми і побудову демократичного суспільства. Їх завдання включає об'єктивне і правдиве представлення різних громад у суспільстві та сприяння формуванню поваги до розмаїття, пов'язаного з етнічним походження, релігійними переконаннями, сексуальною орієнтацією або іншими відмінностями між людьми. Як можуть ЗМІ краще відобразити розмаїття у власних програмах та редакціях? Як мають бути представлені різні соціальні групи? Це деякі з питань, що розглянуті в посібнику з висвітлення розмаїття, виданому Школою журналістики та зв'язків з громадськістю.

Цей посібник розраховано передусім на журналістів, студентів, тренерів та активістів, а також на керівництво ЗМІ. Його завданням не є надання вичерпного огляду професійних та етичних стандартів щодо висвітлення розмаїття. Він націлений на узагальнення правил, прийнятих у професійній журналістській практиці. Таким чином, всі рекомендації Посібника діють в якості професійних стандартів у журналістиці та етичних кодексах, які використовуються в різних країнах.

Наявність розмаїття в редакціях та журналістському контенті привертає до ЗМІ нові аудиторії. Це також полегшує процес пошуку креативних, оригінальних та альтернативних стилів висвітлення розмаїття в Македонії.

Посібник складається з кількох частин, що включають рекомендації із висвітлення етнічних та релігійних відмінностей, гендерних питань, сексуальних меншин, людей з особливими потребами, людей старшого віку, біженців та внутрішньо переміщених осіб. Він містить основні рекомендації для ЗМІ стосовно поширення ідеї розмаїття в суспільстві, а також допомагає запровадити та підтримувати ідею розмаїття в редакціях. Коротко в ньому розглянуто поняття журналістики миру, основна мета якої — сприяння вирішенню різних видів конфлікту.

Наприкінці також подано список корисних джерел. Ми сподіваємося, що цей Посібник знайде своє місце в редакціях як корисне нагадування для журналістів, котрі висвітлюють наше повсякденне життя.

Посібник опубліковано за підтримки офісу ЮНЕСКО у Венеції в рамках спільної Програми ООН «Ініціатива внутрішнього міжетнічного діалогу та взаємодія спільнот», яку фінансує Фонд Цілей Розвитку Тисячоліття уряду Іспанії.

**Марина Тунева, МА**

Лектор Школи журналістики та зв'язків з громадськістю

<sup>21</sup> Diversity Reporting Handbook. School of Journalism and Public Relations. URL:[http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Venice/pdf/news/Diversity%20Reporting%20Handbook\\_EN.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Venice/pdf/news/Diversity%20Reporting%20Handbook_EN.pdf)

## ЩО ТАКЕ РОЗМАЇТТЯ?

**Розмаїття** — це стан чи обставини, за яких певні люди відрізняються або існують відмінності. Такі умови визначають гетерогенність суспільства, а в контексті цілого світу слово «розмаїття» говорить про відмінності: гендеру, етнічності, релігійної приналежності, ідеологічних поглядів, політичних переконань, місця проживання, сімейного стану, професійного досвіду та інші.



«Культурне розмаїття розширює можливості вибору, які має кожна людина, воно є одним із джерел розвитку, який слід розглядати не лише з точки зору економічного зростання, але і як засіб, що забезпечує повноцінне інтелектуальне, емоційне, моральне та духовне життя» [1] — говорить стаття 3 Загальної декларації ЮНЕСКО про культурне розмаїття.

## ПРОГРЕС ЧЕРЕЗ РОЗМАЇТТЯ

Підтримуючи та поширюючи розмаїття, ми заохочуємо повагу до відмінностей раси, статі, походження, сексуальної орієнтації та інших факторів, що відрізняють людей одне від одного. Замість культивування тривоги чи упереджень щодо існування відмінностей, ми переконуємо людей прийняти наявність різних інтересів, цінностей, фізичних й емоційних характеристик у їхньому суспільстві.

Підтримка розмаїття та повага до нього ведуть до зменшення дискримінації та сприяння забезпеченню рівних можливостей.

## ЩО ХАРАКТЕРИЗУЄ ПРОЦЕС ПІДТРИМКИ ТА ПОШИРЕННЯ РОЗМАЇТТЯ В СУСПІЛЬСТВІ?

1. Він дає змогу прийняти реальність, у якій існують відмінності між людьми в багатьох аспектах.
2. Він закріплює наслідки відмінностей.
3. Він пропонує або застосовує підходи, які стосуються даних питань, в інтересах оточення або всього суспільства.

Розмаїття являє собою цінність та заслуговує на особливу увагу, особливо з боку ЗМІ. Його потрібно розуміти та розвивати задля існування якісної журналістики. Щоб досягти взаєморозуміння, істотним є правильне, уважне, точне та доступне висвітлення. Від демократичного суспільства очікують сприяння позитивним відносинам між людьми, а ЗМІ відіграють ключову роль і несуть відповідальність за об'єктивне та правдиве відображення різних спільнот.

Розмаїття в ЗМІ означає дещо більше, ніж розуміння наявності відмінностей. Завдяки йому підвищується якість журналістики, чого, між іншим, можна досягти через пошук нових співробітників, збільшуючи число працівників

або людей, які належать до різних груп меншин. Жоден засіб масової інформації не в змозі повністю зв'язати себе з суспільством, не відображаючи при цьому наявних у цьому суспільстві відмінностей.

## ОСНОВНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ЗМІ З ПОШИРЕННЯ ІДЕЇ РОЗМАЇТТЯ В СУСПІЛЬСТВІ

- З'ясуйте вплив журналістських репортажів та їх стилів на окремих осіб та різні спільноти.
- Встановіть та підтримуйте регулярні контакти з представниками різних груп і спільнот.
- Розглядайте Вашу роль як можливість сприяти загальному порозумінню. Цього, зокрема, можна досягти через подолання бар'єрів у щоденному спілкуванні чи відсутності такого спілкування. Ваше завдання є ширшим, ніж подання простої хроніки подій.
- Висвітлення розмаїття не обмежується суспільними подіями. В контексті глобалізації та зростаючої взаємодії між громадянами різних країн світу, важливість висвітлення розмаїття стає ще більшою. Події в одній країні, можуть перетворитися на проблему регіону чи вийти за його межі.
- Працюючи з репортажем, що пов'язаний із розмаїттям, важливо уважно продумати кути, під якими висвітлюватиметься



питання. Працюючи з репортажем, що пов'язаний із розмаїттям, необхідно повертатися назад і аналізувати виконану роботу та спосіб передачі інформації, розглядати знову всі можливості.

- Більшість журналістів пропонують власну інтерпретацію фактів, про які йдеться в їх репортажах. І ці пояснення легко можуть перетворитися на «складову історії». Якщо вже цього не уникнути, надважливо не вказувати на розмаїття, як дещо погане.
- Намагайтеся зрозуміти погляди інших.
- Постійно перевіряйте факти, будьте особливо уважними, працюючи з ненадійними джерелами чи подіями, які можуть спричинити кризу.
- Також необхідно намагатися передбачити резонанс Вашого репортажу та суспільну реакцію на нього. Щоб це виконати, Вам треба добре знати, в якому контексті відбуваються події, щоб мати достатньо інформації про історію проблеми, а також і про можливий розвиток ситуації.
- Наскільки це тільки можливо, уникайте групових узагальнень. Повідомляючи про індивідів та їх дії, позитивні або негативні, використовуйте індивідуальний підхід. Не ставтесь до цієї інформації так, неначе вона стосується цілої групи чи має вплив на цілу групу, до якої індивід належить.
- Професійна журналістика передбачає постійні зусилля

з підвищення кваліфікації «медіатора» між людьми та реальністю, в якій вони живуть.

### **ПАМ'ЯТКА ПРО ПИТАННЯ, ЯКІ ЖУРНАЛІСТИ МАЮТЬ ПОСТАВИТИ СОБІ, ВИСВІТЛЮЮЧИ РОЗМАЇТТЯ:**

- Чи я повідомляю про всі аспекти різних спільнот, як позитивні, так і негативні?
- Чи я усвідомлю впливовість моделі сприйняття, яку створюю власним репортажем? Чи я уникаю нав'язування стереотипів? Чи я шукаю і відкриваю нові перспективи під час інтерв'ю, незалежно від предмета висвітлення.
- Чи «ярлики», які я використовую для опису людей, є доречними та потрібними? Чи я слідую принципам власної редакції та етичним стандартам професії?
- Чи я регулярно перевіряю широкий спектр інформаційних джерел?
- Чи я обговорюю питання розмаїття і чи прошу колег та редакторів пояснити рішення, які вони приймають стосовно новин?
- Чи я досліджую різні групи, щоб уникнути поширення стереотипів?
- Чи я усвідомлю наявність у груп прихованих програм та внутрішніх розмежувань і чи не зазнаю впливу або маніпуляції з боку окремих авторитетів?
- Чи я раджусь із колегами та редакторами, коли маю сумніви щодо сприйняття сюжету?

### **ПАМ'ЯТКА ДЛЯ РЕДАКТОРА:**

- Чи я залишаю журналістам досить часу на контакти з різними джерелами інформації? Чи це сприяє урізноманітненню журналістських сюжетів?
- Чи я створюю в редакції таку атмосферу, яка би заохочувала журналістів робити крок вперед від традиційного збору інформації?
- Чи я особисто досліджую всі джерела інформації і чи висловлюю відкритість до нетрадиційних поглядів та переконань? Чи я відкритий до поглядів, що відрізняються від моїх власних?
- Чи зміст наших історій та ідей для фоторепортажів не поширює культурні або інші стереотипи? Чи, за моїми оцінками, фото та візуальний контент правильно представляє цілу групу?
- Чи я переглядаю матеріал на предмет використання мови, щоб переконатися у відсутності елементів упереджень?
- Чи я усвідомлю вразливість меншин перед тим, як обрати певний стиль опису груп чи спільнот?
- Чи ми не ігноруємо або не затримуємо сюжет на підставі того, що він містить елементи розмаїття?
- Чи я регулярно перевіряю кумулятивний ефект наших сюжетів?

## ПАМ'ЯТКА ДЛЯ КЕРІВНИЦТВА ЗМІ

- Чи ми беремо на роботу найкомпетентніших людей? І чи ми достатньо уточнюємо потрібну кваліфікацію?
- Чи ми намагаємося працевлаштувати осіб, котрі можуть представити відмінні точки зору?
- Чи ми підтримуємо та навчаємо нові кадри після їх працевлаштування?
- Чи за потреби ми звертаємося до освітніх закладів?
- Чи ми маємо довгострокові плани для співробітників редакції (наприклад, участь у програмах освіти для ЗМІ тощо)?

## РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО КЕРУВАННЯ ПРИНЦИПОМ РОЗМАЇТТЯ ТА ПІДТРИМКИ РОЗМАЇТТЯ В ОФІСІ

### Щодо створення контенту ЗМІ:

- Існуючий і новий контент програм має представляти відмінності суспільства в усій повноті їх форм. Необхідно демонструвати основні права людини в цій сфері. ЗМІ можуть надзвичайно допомогти у створенні реалістичної картини груп, які зазнають дискримінації, та показати їх актуальні проблеми.
- Відображуючи розмаїття, слід застосовувати всі форми контенту ЗМІ. Гарні приклади можна знайти в усіх типах ЗМІ та всіх журналістських жанрах.

- Створіть базу даних історій дискримінації груп у суспільстві. За допомогою цієї бази даних Ви зможете розшукати людей, які зазнають дискримінації і яких можна буде вважати надійним і постійним джерелом інформації, думок та експертизи. ЗМІ, які віддані професійному відображенню розмаїття в суспільстві, варто постійно підтримувати комунікацію між собою та довіряти голосу тих людей чи організацій, що визнають проблеми нав'язування стереотипів, упереджень та дискримінації.
- Задовольняйте зростаючу потребу у високих журналістських стандартах та ініціювати різні програми, що сприятимуть суспільній інтеграції.
- Підтримуйте та розвивайте нові форми та використовуйте нові ЗМІ для впливу на молоде покоління користувачів медіа контенту. Такі форми та контент повинні включати всі групи суспільства і мати до них доступ.
- Організуйте та підтримуйте роботу внутрішніх і зовнішніх структур, до яких входять керівники ЗМІ, репортери, редактори та представники професійних органів (організацій, асоціацій, мереж та ін.), що здійснюватимуть аналіз якості висвітлення розмаїття. Ці структури будуть відповідальними за збільшення успішних практик та робитимуть внесок до покращення щоденної

роботи редакцій. Співпраця з громадськими організаціями може допомогти незалежному моніторингу висвітлення розмаїття та спонукатиме до більш активної міжкультурної комунікації.

### Відносно порядку працевлаштування чи підбору кадрів у ЗМІ:

- Важливо перевірити цей порядок на наявність визначених процедур дотримання принципу недискримінації.
- Важливо заохочувати людей з усіх рівнів, представників меншин, осіб з обмеженими можливостями та представників інших вразливих груп, в тому числі реальних жертв дискримінації.
- Слід створити внутрішні процедури для можливостей росту цієї команди в межах організації. Вразливим групам треба надати належний доступ до медіа-апаратури.
- Варто також обговорити, коли саме і де необхідні позитивні дії зі встановлення квот.
- Пріоритетом у роботі ЗМІ має бути проходження навчання з висвітлення розмаїття та уникання стереотипних сюжетів про групи, які зазнають дискримінації. Це буде корисно всім працівникам ЗМІ.
- Використовувати літературу з інструкціями, термінологією та рекомендаціями з висвітлення розмаїття.
- Створення мереж ЗМІ для обміну позитивним досвідом.

### Щодо загального підходу до роботи:

- У щоденній роботі слід користуватися етичними кодексами, аби уникати у висвітленні всіх форм дискримінації, а також висвітлення на основі стереотипів і упереджень. Ці кодекси мають також включати рекомендації з ідентифікації мови ворожнечі.
- Брати до уваги потребу адекватного висвітлення розмаїття під час внутрішнього «аудиту» роботи ЗМІ.
- Брати участь у міжнародних проєктах з розмаїття в ЗМІ. Це сприятиме кращій передачі знання та досвіду з цих питань.
- Активно шукати можливості брати участь в ініціативах, пов'язаних із висвітленням розмаїття.

### Що таке стереотипи?



**Стереотипи** — це «наше сприйняття або уявлення про групи чи індивідів, що ґрунтується на думках чи поглядах, попередньо сформованих нами.» (Samovar & Porter, 2008: 208)

### РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ ЕТНІЧНИХ ВІДМІННОСТЕЙ

Представлені у цьому посібнику рекомендації і стандарти дають огляд підходів, що виявили свою ефективність під час журналістської роботи в Європі.

### Продумайте підхід до висвітлення етнічних груп

Рекомендація передбачає уникання сенсаційних заголовків і статей, що можуть перебільшувати вплив проблеми чи явища на суспільство. Сенсаційні заголовки та статті можуть привести до викривленої чи навіть хибної картини того, що відбувається.

Дії індивідів не можна пов'язувати з образом усієї етнічної групи. Ви маєте уникати зображення етнічних груп, як людей «поза суспільством».

Етнічність необхідно зазначати лише у тих випадках, коли, на Вашу думку, це істотно для розуміння деяких питань.

Коли ми зазначаємо етнічність, доречно надати відповідний контекст чи більше інформації.

### Використовуйте відповідну лексику щодо етнічних спільнот

- Уважно добирайте слова та речення. Особливо дбайте про те, щоб не вживати стереотипних образів, через які етнічну групу асоціюють з подією.
- Ви маєте уникати мовних конструкцій, що ображають інші національності та народи. Хоча, коли журналіст вважає, що треба передати слова людей, які висловлюються в образливий спосіб, такі слова можна подати в цитатах чи у парафразах.
- У репортажах не можна використовувати виразні засоби, що «демонізують» сторону конфлікту.

### Інформуйте збалансовано

- Під час створення репортажу консьльтуйтеся з усіма можливими джерелами та представляйте всі сторони.
- Не обирайте для журналістського сюжету контактну особу без широких перспектив. Якщо джерело інформації критикує всю етнічну групу, представникам цієї групи має бути надано можливість відповісти. Інакше, Вас можуть визнати провідником пропаганди з однієї сторони.
- Окремо від звернення до багатьох джерел, Ви маєте перевірити точність тверджень та наявність будь-якого інтересу за даним твердженням.
- Ви маєте намагатися відшукати якомога більшу кількість фактів щодо наявності у джерел інформації «прихованих намірів». Спробуйте визначити ймовірні намагання маніпулювати суспільною думкою.

### Створіть відкриті канали комунікації

- Прагнучи написання збалансованого сюжету, корисно проконсьльтуватися з представниками ширшого оточення. Це допоможе Вам визначити найкращий підхід до подачі матеріалу.
- Дуже корисно звертатися за інформацією до представників тих етнічних груп, до яких Ви не належите. Розуміння їх ставлення, побажань та інтересів дасть Вам змогу вибудувати більш чітку

картину подій, проблем чи тем для висвітлення.

- Вам варто спілкуватися з людьми з усіх сторін, що дотичні до події. Це означає, що Ви маєте радитися з кожним, хто може надати Вам інформацію, а не лише з тими, хто видає себе за лідерів. Прості люди часто мають відмінний погляд на проблему, аніж ті, хто уповноважує себе говорити та інтерпретувати реальність.
- Якщо представник етнічної групи відмовляється з Вами говорити, не варто це оцінювати як знак неприязного ставлення. Не треба припускати, що особа хоче приховати інформацію, якою володіє.
- Люди побоюються передавати власні думки з огляду на можливі наслідки. Ваше завдання — намагатися відшукати найефективніший підхід для співпраці з контактними особами з різних груп. Додатково, потрібно зважати на те, щоб не зашкодити їх правам та почуттям.
- Створюючи сюжет про конфлікт чи протистояння, необхідно визначити та продемонструвати всі фактори: як ті, що об'єднують, так і ті, що розділяють різні сторони. Зробіть чіткий огляд всіх елементів, що допоможуть Вам та аудиторії. Відтак, Ви успішно зможете висвітлити зв'язок речей між собою та зрозуміти точки зору залучених сторін.
- На підставі їхніх дій та запитань Ви, можливо, зрозумієте, що

відмінності між групами не настільки значні, як дехто розкаже чи відчуває. Таким чином, Ви покажете, що не описуєте цю історію суб'єктивно.

- Не пов'язуйте етнічні меншини зі страшними подіями та процесами в суспільстві.
- Розрізняйте дії окремих осіб та загальне уявлення про групу, до якої вони належать.
- Уникайте поєднання певних даних та зображень із кримінальними діями. Створюючи сюжети про підозрюваних чи звинувачених у кримінальних діях, необхідно уникати зайвого згадування етнічності, а особливо — вживання ярликів.

### **Звільніться від власних упереджень**

- Щоб інформувати об'єктивно, спершу необхідно проаналізувати власні погляди і визначити, чи вони не містять упереджень.
- Важливо не тільки позбутися прямої чи непрямої передачі упереджень у сюжеті. Вам варто зрозуміти людей із їх побоюваннями, почуттями, ставленням тощо. Велику роль у створенні та підтримці незаангажованого образу людей відіграють саме ЗМІ.

### **Що таке стереотипи?**



Стереотипи — це узагальнення, що не заслуговують на довіру. З точки зору ЗМІ, створення образу групи можна назвати стереотипною трансформацією індивідуальних

ознак як дечого загального за допомогою медіа повідомлень або через текст, звук, фотографію, кіно тощо. (Yanovski, 2002).

### **Надавайте контекст**

- Щоб забезпечити достовірність та повноту зображення певних подій або станів, Ви маєте надати додаткову інформацію.
- Події треба розглядати в комплексі, а не звертатися лише до останніх новин.
- Часто можна зустріти, як інциденти, загострення міжетнічних відносин чи відсутність діалогу висвітлюють як ізольований процес. Ви маєте надати інформацію про минулі та теперішні події, щоб дати змогу аудиторії отримати правдиву картину.
- Вам слід оцінити, яка саме ключова інформація забезпечить правильність зображення речей. Якщо йдеться про етнічний конфлікт, необхідно вивчити не тільки його масштаб, але й проаналізувати його наслідки для звичайних людей.

### **Аби цього досягти, можна поставити такі дуже корисні питання:**

- Яким є буденне життя людей?
- З якими проблемами економічного, соціального, психологічного плану вони стикаються?
- Чи існує спосіб подолати деякі наслідки конфлікту? Якими вони є?
- Які речі змушують людей переживати за власне майбутнє?

## **Постійно перевіряйте інформацію**

Необхідно пам'ятати, що інформацію треба перевіряти на кожному етапі Вашої роботи. В ситуації конфлікту між різними етнічними групами чутливість усіх задіяних сторін є дуже високою, а суспільство завжди відчуває інформаційний «голод». Прагнучи задовольнити цей попит на свіжу інформацію, ми ризикуємо висвітлити щось помилково і надати не повністю перевірені дані або навіть чулки. Це може завдати значної шкоди громаді, позбавити її адекватного сприйняття та розуміння соціальних проблем. Аудиторії слід надати можливість дізнатися якомога більше про джерела інформації та інтереси, що за ними стоять, аби вона мала змогу скласти правдиву картину.

## **Не ставайте на жоден бік**

- Якщо Ви просто повідомляєте інформацію однієї сторони, Ви не зможете надати точну картину етнічного непорозуміння, конфліктів чи комунікації. «Ми не можемо зрозуміти того, чого не бачимо. І ми не можемо пояснити конфлікт, якщо чуємо лише одну сторону.»[2]
- До сюжету не можна переносити упередження щодо очікувань чи вимог жодної зі сторін. Ваша тенденційність буде одразу помічена та погано вплине на міжетнічні відносини, стабільність у суспільстві та репутацію ЗМІ.

## **Що таке стереотипи?**

Нааявність у ЗМІ стереотипів як таких не є негативним явищем. Важливо розуміти способи формування та контролю за стереотипними уявленнями, цінності та ідеї, що їх вони несуть, який вони мають зміст, якими є функція та значення стереотипів.

## **РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ РЕЛІГІЙНОГО РОЗМАЙТТЯ**

У сюжетах ЗМІ релігія може бути присутня по-різному. Так, наприклад, можна розповідати про одну релігію, про кілька релігій або відносини між ними, про інституціоналізовану релігію чи релігійність поза інституційною організацією.

Створення сюжетів про релігію потребує значного знання релігійних традицій та особливої обережності у виразах. Журналістика передбачає постійну роботу з фактами, а журналісти, котрі створюють сюжети на релігійні теми, набувають умінь говорити про вірування, що не можуть бути підтверджені. Тож, професійні журналісти знають чи навчаються, як спілкуватися з належною повагою, дотримуючись стандарту незаангажованого та збалансованого подання інформації.

## **Надавайте людям можливість вільно говорити про їхні вірування**

- Це особливо важливо, коли релігія та віра істотні для розуміння події,

і цей фактор треба визнати як такий. Якщо, наприклад, мати сказала: «Бог врятував мою дитину від хвороби», то це варто цитувати. Або, якщо політик сказав, що вітає закон проти абортів, оскільки він — католик, його варто цитувати. Це не означає, що Ви припините ставити інші запитання чи відмовитися від дискусії, метою якої є найточніше розуміння чийось переконань.

- Також у Ваших сюжетах слід представляти інші релігії або робити спроби більше дізнатися про певну релігію.
- Будьте обережними, створюючи сюжети на пов'язані з релігією теми. Розмірковуюте про адекватні мовні засоби, а також контролюйте, чи правильно Ви розумієте та вживаєте поняття. Перед публікацією уважно перевіряйте всі недостатньо знайомі терміни та твердження джерел інформації.

## **Посднуйте релігію з іншими темами**

- Журналісти, котрі пишуть на пов'язані з релігією теми, можуть слугувати джерелом інформації для репортажів на інші теми (політичні, економічні та ін.). Коли інші журналісти працюють над темою, деяким чином пов'язаною із релігією, Ви як добре поінформована людина можете запропонувати багато джерел та додаткової інформації.
- Вашим колегам буде зручно, якщо можна буде розширити перспективи їхніх пошуків з

деякого питання чи на деяку тему. Вони також будуть зацікавлені отримувати інформацію у цій царині в майбутньому.

### **Знайдіть зручний спосіб покращити знання**

- На питання, чи потрібна журналісту релігійна ідентичність, щоб мати змогу писати на тему релігії, відповідь буде: «Ні»
- Як ми не очікуємо від журналістів, які створюють сюжети про політичні партії, партійного членства, так само ми не очікуємо від журналістів, які створюють сюжети на пов'язані з релігійною теми, конфесійної приналежності.
- Важливо мати достовірні джерела інформації та постійно підвищувати власну кваліфікацію. Коли джерело інформації вказує на цитату з Біблії, Корану чи іншого релігійного тексту, Вам слід дослідити ці пояснення, аби Ви розуміли значення сказаного чи мотивацію, що стоїть за твердженням. Заклади освіти та викладачі в цій царині є також прийнятними джерелами інформації та пояснень. Так само зручно шукати потрібні речі через Інтернет.

### **Яким має бути журналіст, котрий висвітлює релігійні питання?**

- Він/вона поважають значення релігії в житті людей.
- Співрозмовника, який належить до певної релігії, він/вона не

отоотожнює з усіма послідовниками даної релігії.

- Виказує цікавість до релігії та бажання дізнатися про неї більше.
- Здатний(а) описувати різні вірування точно і достовірно, навіть якщо особисто не згодний(а) з ними.
- Має бажання проводити час з прихильниками різних релігій, щоб краще зрозуміти їх вірування.
- Не має особистого зацікавлення у поширенні жодного з релігійних вірувань.
- Знає, як створювати збалансовані та правдиві сюжети, розуміє, що оповідач має залучати більше від двох зацікавлених сторін (або жодної).
- Він/вона контактує з особами, котрі належать до певної релігії, як із джерелами інформації про інші теми та питання.
- Він/вона має блискучі літературні навички, які використовує для опису ритуалів, передачі правдивої картини своєї аудиторії.

### **Надавайте контекст**

- Подібно до ситуації з висвітленням етнічних груп, тут також, щоб отримати правдиву і повну картину тих чи інших подій або станів, Вам слід надати додаткову інформацію.
- Один із кращих способів це зробити — поєднати репортаж на релігійну тему з описом внутрішніх чи глобальних процесів або подій. Аудиторія отримує відчуття, що теми чи цінності, які є предметом

обговорення на місцевому рівні, також дискутуються у ширшому контексті.

- Щоб кожен міг зрозуміти історію, незалежно від стадії її розгортання, завжди важливо надавати додаткову інформацію чи контекст. Корисно подивитися передісторію та редакційну політику ЗМІ щодо висвітлення цих питань.
- Це може допомогти Вам зрозуміти колишній підхід, його недоліки, встановити, чи репортажі не стосувалися лише домінуючої релігії, чи не ігнорувалися релігії, як саме було представлено інші релігії і таке інше.

### **Глибше вивчення проблем**

- Пов'язані з релігійною стереотипи та проблеми, що виникають внаслідок поширення цих стереотипів, необхідно детально вивчати. На цьому етапі має застосовуватися журналістське розслідування.
- Будьте пильними, щоб не повторювати стереотипи про людей з різною релігійною приналежністю. З особливою турботою слід обирати контактних осіб, не дозволяючи їм виражати погляди, що принижують інші духовні традиції та поширюють релігійну ненависть.
- Досліджуйте існуючі стереотипи, їх витоки та вплив, і намагайтеся відшукати шляхи їх подолання.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ПИТАНЬ

- Дивіться на світ «очима» чоловіків і жінок.
- Під час редагування сюжету переконайтеся в присутності поглядів як жінок, так і чоловіків. Так Ви говорите про реальність в обох перспективах.
- Жінок не слід показувати лише в сюжетах, присвячених саме жінкам. Не робіть попереднього висновку щодо істинних жіночої та чоловічої ролей, адже журналісти вдаються до цього несвідомо, під впливом зовнішніх та внутрішніх стереотипів.
- Інструкція ЮНЕСКО зі створення гендерно чутливих сюжетів<sup>[3]</sup> наголошує на важливості для чоловіків і жінок не ізолювати себе у «гетто» та уникати всілякого розподілу на основі гендеру.

### У висвітленні жінок та чоловіків використовуйте підхід, заснований на принципі «рівності»

- Дотримуйтеся балансу в описах жінок та чоловіків. Якщо включаєте у сюжет жінку, то опишіть її так само, як і чоловіків. Якщо Ви не описуєте одягу чи волосся працюючого чоловіка, то навіщо це робити щодо працюючої жінки, коли ці дані не мають стосунку до сюжету?
- Завдяки уважному використанню лексики та зображенню ЗМІ матимуть змогу показати суспільству об'єктивну картину і позитивно вплинути на свідомість людей.

- Вживайте нейтральні слова, що не віддають переваги певному гендеру.
- Уникайте вживання слів чи речень, що містять гендерні упередження.
- Уникайте вживання слів чи речень, що містять упередження щодо інтелекту чи зовнішності жінок або поведінки чоловіків і жінок.

### ДЕЯКІ ПОРАДИ З ПІДРУЧНИКА ЮНЕСКО З ГЕНДЕРНОЇ КОРЕКТНОСТІ В ЖУРНАЛІСТИЦІ<sup>[4]</sup>

#### Ідентифікація та врахування гендерної проблематики в репортажах

Продовжуючи, розглянемо деякі правила щодо питань, які необхідно поставити собі під час написання чи прочитання репортажів ЗМІ.

#### Якими є джерела інформації?

- Скільки джерел інформації представляють жінок, а скільки — чоловіків?
- Скільки з них представляють меншини?

#### Під яким кутом зору написано репортаж?

- Яким інтересам служить репортаж?
- Чи має репортаж суспільний інтерес? Для якої аудиторії?

#### Чи присутні в репортажі подвійні стандарти?

- Чи наявні в ньому суперечливі, подвійні стандарти? Наприклад, симпатія до батька, який сам виховує дітей через певні життєві

обставини, і ставлення до матері в таких саме обставинах, як до чогось звичайного.

#### Чи наявні в репортажі стереотипи?

- Як показано групу в сюжеті?
- Чи групу завжди асоціюють з певними ознаками?

#### Яка лексика використовується?

- Чи достатньо об'єктивною є лексика і чи дозволяє вона аудиторії самостійно сформувати спектр думок?

#### Чи подано в репортажі контекст?

- Чи сюжет подають у такому контексті, що допоможе аудиторії сформувати власний спектр думок?

#### Чи використані візуальні матеріали (графіка, фотографії, ілюстрації та ін.) відповідають змісту?

- Чи не суперечать змісту використані фото та малюнки?
- Чи вони не підказують читачеві інше розуміння змісту сюжету?

#### Налагоджуйте пряму комунікацію та прагніть розуміння тем

- Аби виявити, які теми заслуговують на увагу ЗМІ, організуйте зустрічі з різними об'єднаннями та дізнайтеся, над чим вони працюють під кутом зору гендерної рівності.
- Заохочуйте членів цих об'єднань приходити з власними ідеями щодо сюжетів, які варті публікації.
- Подумайте щодо сюжетів про насильство в сім'ї та сексуальне

домагання, адже це дуже серйозні проблеми.

- Вивчіть попереднє висвітлення цієї проблеми у Вашій спільноті, яким був контекст, які наслідки мали публікації тощо.
- Коли йдеться про висвітлення жінок, ЗМІ часто згадують питання проституції. Це широке питання дискутується в країні та за кордоном. Намагайтеся не поширювати стереотипи і власними повідомленнями заохочуйте громадськість прагнути того самого. Це особливо стосується стереотипів щодо жінок, для яких проституція становить єдине джерело доходу для існування. Навіть, якщо жінка з власної волі «працює у секс-індустрії»<sup>[5]</sup>, себто ніхто її не змушує це робити, намагайтеся розуміти її позицію.
- Інша можлива тема стосується висвітлення торгівлі жінками, яка так само становить велику проблему. Збирайте достатню інформацію, постійно досліджуйте та аналізуйте її, що дасть Вам змогу отримати повну картину цієї проблеми.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ СЕКСУАЛЬНИХ МЕНШИН

Розуміючи основну роль ЗМІ у створенні стереотипів щодо представників ЛГБТ<sup>[6]</sup> чи відмові від таких стереотипів, у даному розділі ми зосередимося на основних рекомендаціях.

## Налагоджуйте пряму комунікацію та визнавайте проблеми

- Щоб виявити проблеми цих меншин, а відтак достовірно представити ці проблеми громадськості, подолати існуючі стереотипи, дуже важливо налагодити комунікацію з представниками цих меншин. Також налагоджуйте комунікацію з організаціями, що працюють у сфері захисту їхніх прав.
- Таким чином, Ви отримаєте інформацію з перших рук, зможете визначити, наскільки добре вони представлені в ЗМІ, наскільки вони адекватно висвітлюються, чи взагалі про них створюють якісь репортажі. Ця група осіб, як і решта груп, має власні сподівання, прагнення, мрії, побоювання, родини і роботу.
- Щоправда, до них не завжди легко знайти доступ, встановити особистий контакт та вислухати їхні думки. Тому іноді найпростіше — це зв'язатися з організаціями, які їх представляють.

## Будьте уважні щодо використання мови

- Якщо інші люди вживають образливу до цієї групи термінологію, не повторюйте її. В разі, якщо необхідно передати чиєсь висловлювання, що містить образливі вирази, перефразуйте.
- Професійна журналістика передбачає вживання нейтральної термінології, що не завдає шкоди та не ображає почуття цих груп.

## Постійно перевіряйте факти

- Перевіряйте будь-яку інформацію, яку Ви публікуєте про цю групу осіб. Насправді — це одне з головних правил журналістської професії, незалежно від теми висвітлення. Якщо, наприклад, Ви згадуєте, що число ВІЛ-інфікованих осіб серед гомосексуалів вище, аніж серед гетеросексуалів, то Ви маєте довести це фактами. Якби твердження не звучали у Вашому репортажі, супроводжуйте їх підтверджуючими джерелами інформації. Буває так, що деякі експерти жертвують об'єктивністю власного аналізу через нетолерантність до сексуальних меншин.

## Що таке стереотипи?

Стереотипні узагальнення можуть бути причиною різкої ненависті між людьми.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

ЗМІ мають визнати власну відповідальність за правдиве та справедливе зображення осіб з особливими потребами, вільне від стереотипів та упереджень.

## Налагоджуйте пряму комунікацію та визнавайте проблеми

- Пряма комунікація з особами з особливими потребами допоможе Вам краще ознайомитися з їх проблемами та очікуваннями. Вони



самі можуть найкраще виразити власні почуття щодо стереотипів у суспільстві, які прямо впливають на їхню буденність.

- Іноді стереотипи можуть частково відповідати реальності. Наприклад, серед безпритульних може бути велика кількість осіб з особливими потребами. В таких ситуаціях Ви маєте взяти на себе відповідальність за подання ширшого контексту проблеми та факторів, що призводять до цих речей.
- Для журналіста це має стати на професійним викликом — розкрити першопричини проблем, які виникають у суспільстві, та запропонувати можливі шляхи їх вирішення. Журналісту це найкраще виконати через звернення до відповідних і надійних джерел інформації.
- Однак, це може виявитися складним завданням — знайти потрібні контакти, адже людей з фізичними чи розумової інвалідністю часто ховають від суспільства, до якого вони належать. Якщо Ви не можете безпосередньо спілкуватися з ними, то спробуйте зв'язатися з людьми з їхнього оточення (родина, друзі, колеги тощо). Вони також можуть допомогти висвітлити істинний стан речей.
- Було би корисно зв'язатися з групами та неприбутковими організаціями, що займаються цим питанням. Медики та інші професіонали можуть

надати допомогу щодо точних роз'яснень, особливо, у випадках неправильного розуміння та суперечностей.

- Проблеми осіб із інвалідністю — не єдина тема, про яку Ви можете з ними говорити. Наприклад, якщо Вам пощастить знайти особу з особливими потребами, котра виявиться успішним професіоналом чи, незважаючи на власну інвалідність, займається гуманітарними справами, тоді Ваша історія матиме більшу цінність. Такі люди можуть справити особливе враження на суспільство та тих, хто має схожі проблеми.

### **Обережно використовуйте мовні засоби**

- Вам варто дізнатися про термінологію, яку ця група осіб вважає образливою. ЗМІ мають великий вплив на зміну манери висловлюватися. Вам може видаватися, що слово не є «образливим», а воно, навпаки, таким буде.
- Завжди звертайте увагу на контекст, в якому Ви висвітлюєте цих осіб, аби не створити неправильне їх сприйняття в суспільстві.

### **Що таке стереотипи?**

Всі ЗМІ, незалежно від формату, можуть робити внесок у сприяння різноманіттю та збалансованому висвітленню розмаїття.

### **ПАМ'ЯТКА З КОРИСНИМИ ПИТАННЯМИ ДЛЯ ЖУРНАЛІСТІВ**

- Чи сюжет надає точну, чесну та правдиву інформацію про особу?
- Чи особу з особливими потребами представляють як безпорадну або незалежну?
- Чи особа з особливими потребами особисто приймає рішення, які стосуються його/її способу життя?
- Чи цих осіб представлено у соціально прийнятних ролях?
- Чи вони працюють/живуть/навчають в оточенні осіб без таких проблем?
- Чи ми певні в тому, що сценарії чи зображення, які ми використовуємо, не підтримують негативних стереотипів?
- Чи сюжет не випускає якоїсь важливої складової життя цих індивідів?
- Чи сюжет або фотографія не припускає можливості насильства щодо цих осіб або їх дискримінації?

---

### **РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ ОСІБ СТАРШОГО ВІКУ**

Нижче наведені деякі рекомендації, як висвітлювати цю категорію осіб.

### **Налагоджуйте пряму комунікацію та визнавайте проблеми**

- Коли Ви прямо спілкуєтеся з кимось, то краще розумієте почуття цієї особи, проблеми, з якими

вона стикається, адже все це має значення.

- Іншу точку зору можна почути від організацій, залучених до надання допомоги цим людям, об'єднань чи клубів, які вони відвідують. Окрім їхніх проблем, в розмові варто зосередитися на цікавих подіях у їхньому повсякденному житті, що допоможе показати цих людей у кращому світлі.
- Представляйте осіб старшого віку в «іншому» світлі.
- Журналісти можуть це зробити через створення серії репортажів про осіб старшого віку, котрі перебувають у різних обставинах. Варті публікації історії осіб, котрі після виходу на пенсію продовжують працювати та мають успіх в інших справах.
- Розшукайте літніх людей із незвичними хобі чи тих, які займаються видовищними видами спорту або іншою діяльністю. Особи старшого віку звичайно дуже обізнані та багато чого вміють. Якщо Ви сприятимете частій їхній появі у ЗМІ, то допоможете подолати традиційні стереотипи.

## **РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ БІЖЕНЦІВ ТА ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ**

Біженці та переміщені особи мають право бути почутими і розказати власні історії. Страх покарання у країні чи місці їх проживання,

стереотипи, негативне висвітлення та вороже ставлення до них часто обмежують їх комунікацію з журналістами.

### **Намагайтеся спілкуватися з ними та обговорювати їх проблеми. Окрім того, необхідно виконувати такі правила:**

1. Точно зазначте мету спілкування.
2. Висловіть розуміння їхнього права залишатися анонімними.
3. Дізнайтеся про обставини, через які вони опинилися у теперішньому статусі, країни їх походження тощо.
4. Якщо Ви бажаєте опублікувати їхні фото, спитайте дозволу.

### **Аналіз попередніх публікації ЗМІ**

- Журналісти, котрі пишуть на ці теми, мають передовсім здійснити аналіз попередніх публікацій з цієї теми їхнього ЗМІ, оскільки це у великій мірі визначатиме майбутній підхід. Якщо з'ясовано, що мали місце недопрацювання, публікації в негативному контексті (як от історії про кримінальність, побоювання людей щодо біженців чи переміщених осіб), чи була явна тенденція ігнорувати проблеми біженців та переміщених осіб з боку ЗМІ, тоді журналістам треба буде інвестувати більше енергії у виконання власної роботи. Додатково, журналістам буде необхідно перевірити, чи сюжети із негативним висвітленням цієї групи осіб не використовували в якості джерел інформації тільки

одну зі сторін і чи було надано біженцям можливість особисто виразити свої думки.

### **Налагоджуйте пряму комунікацію та розумійте проблеми**

- Особиста комунікація дуже важлива для того, щоб зрозуміти життєві обставини біженців чи переміщених осіб. На цьому етапі необхідно встановити комунікацію з багатьма джерелами. Окрім проведення інтерв'ю з біженцями та відвідування місць, де вони проживають, Ви можете поговорити з людьми з їхнього оточення, з організацій, які надають їм підтримку (місцевих та міжнародних), з центрів допомоги тощо. Число залучених сторін зростає, і консультуючись із ними, Ви отримаєте чіткішу картину того, що відбувається.
- Таким чином, Ви відіграватимете роль «медіатора», передаючи повсякденні проблеми та травми цих осіб широкій аудиторії, що збільшить стурбованість їхніми життєвими обставинами.
- Докладно вивчіть підстави надання статусу біженця чи переміщеної особи.
- Часто порушення прав людини та конфлікти, що змушують людей тікати з їхніх домівок, недостатньо висвітлені. Надаючи ширший контекст цієї проблеми, Ви підвищите якість дискусії з відповідних питань.

## РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИСВІТЛЕННЯ РІЗНИХ «РАС»<sup>22</sup>

Задача об'єктивного висвітлення різних рас вимагає зосередженого використання принципів роботи у професійній журналістиці. Нижче ми пропонуємо огляд основних способів професійного висвітлення різних рас.

### Загостріть власні відчуття

- Спочатку, Ви маєте дати раду власним упередженням, побоюванням та недостатній обізнаності в цій царині. Це можна здійснити, читаючи, шукаючи інформацію та беручи участь у дискусіях.

### Зрозумійте широкую картину

- Історії представників різних рас включають багато універсальних елементів, таких як зверхність, відвага, конфлікт, страх, ігнорування, ненависть, біль, непорозуміння та ін. З огляду на це, Вам краще вийти за межі цієї схеми та спробувати відшукати ширше коло інформаційних джерел. Таким чином, Ви створите картину без спрощень, що представлятиме різні перспективи.

### Правильно визначте тему різних рас

- Чи бажано дати відповідь на такі запитання: Чи сюжет стосується відносин між різними расами? Чи якась частина сюжету розглядає це питання?
- Чітко спрямована передача інформації із чітко визначеної теми легко дає відповідь на такі питання. Не варто покладатися на повідомлення, нав'язані інформаційними джерелами.

### Уважно продумайте мовні засоби

- Говорячи на цю тему, уникайте штампів у виразах. Наприклад, із опису: «мітинг організовано, щоб показати расову гармонію» приборіть слово «расову». Слід завжди намагатися знаходити нові слова, що відбивають достовірну картину.

### Проговорюйте те, що думаєте

- Чіткість висловлювань важлива в репортажах на ці теми. Двозначність веде до втрати вірогідності та довіри до Ваших текстів.

### Що таке стереотипи?

Стереотипи часто призводять до маргіналізації певних груп у суспільстві. Але коли ЗМІ не визнають стереотипів та не розуміють їх наслідків, тоді ці групи можуть зазнати дечого більшого за ігнорування. Але ж ЗМІ можуть і, навпаки, зробити багато чого для протидії цим негативним явищам.

### Надавайте контекст

- Одне із фундаментальних питань в журналістиці — «Чому?». Без подачі контексту це запитання часто лишається без відповіді. Надаючи контекст, Ви допомагаєте людям краще розуміти проблеми. Це може їм самостійно вирішити, як сформувані думки та зробити висновки. Іноді контекст може вказати на дещо відмінне від расових стосунків, дещо абсолютно інше.

### Ідентифікуйте людей обережно

- Необхідно обмірковувати, чи існує потреба у расовій ідентифікації особи. Так Ви зможете переконливо пояснити, чому декого варто було описувати в контексті расової приналежності.

<sup>22</sup> «Раса» ми беремо в лапки, оскільки натепер цей термін здебільшого використовується як описовий, тоді як його наукова обґрунтованість залишається під питанням. Надалі це стосується усіх випадків застосування слова "раса" і похідних від нього - Ред.Раса" ми беремо в лапки, оскільки натепер цей термін здебільшого використовується як описовий, тоді як його наукова обґрунтованість залишається під питанням. Надалі це стосується усіх випадків застосування слова "раса" і похідних від нього - Ред.

## ПОНЯТТЯ ЖУРНАЛІСТИКИ МИРУ

Журналістика миру — це підхід у висвітленні воєн чи конфліктів, представники якого віддані цілям мирного вирішення та розуміння загальних причин, наслідків та мотивації конфліктів як таких.

Протилежністю до цього підходу є висвітлення, яке загострює протистояння та поглиблює розбіжності між сторонами, які залучені до конфлікту. Журналістика миру має боротися за те, щоб мінімізувати розрив між протилежними сторонами, уникаючи повторення «фактів», які демонізують чи створюють передумови для конфлікту<sup>[7]</sup>.

### ПРИНЦИПИ ЖУРНАЛІСТИКИ МИРУ

#### Далі ми розглянемо принципи, що характеризують журналістику миру<sup>[8]</sup>:

1. Уникайте представлення конфлікту як протистояння двох сторін, які змагаються за одну ціль, логічним завершенням чого може бути перемога однієї сторони та поразка іншої. Замість цього, ставайте на сторону багатьох малих груп, які прагнуть дуже різних цілей. Це створить більше простору для широкого вибору результатів.
2. Уникайте гострого розрізнення між «нами» та «ними».
3. Уникайте поєднання конфлікту із окремими актами насильства в конкретному місці та в конкретний час. Замість того, спробуйте визначити зв'язок та наслідки для людей в інших місцях, як тепер, так і в майбутньому.
4. Уникайте оцінок насильства чи насильницьких планів лише з точки зору видимих наслідків. Знайдіть способи повідомити про непомітні наслідки. Це, наприклад, довготривалі наслідки будь-яких руйнувань або психологічні травми.
5. Уникайте постійного зосередження на тому, що розрізняє та розділяє сторони. Варто спробувати ставити запитання, що можуть виявити точки дотику, спільні інтереси.
6. Уникайте сюжетів виключно про насильство та описування «жахів». Покажіть заблокованих людей, їх розбиті сподівання та щоденне припинення як спосіб пояснити насильство.
7. Уникайте звинувачувати інших, що вони «почали першими». Замість цього намагайтеся з'ясувати те, як звичайні проблеми та запитання призводять до наслідків, що не очікувалися жодною зі сторін.
8. Уникайте зосередження на стражданнях, страху та утисках лише однієї сторони. Навпаки, страждання, страхи та утиски всіх сторін необхідно розглядати в однаковій мірі як те, що важливо публікувати.
9. Уникайте таких термінів, як, наприклад, безсилля, руйнація, безпомічність, жаль, трагедія тощо, які вказують лише на те, що зроблено чи могло бути зроблено проти групи людей. Натомість, Ви маєте повідомляти про те, що зробили чи можуть зробити люди. Не запитуйте в людей, що вони відчувають, запитуйте — як вони

дають собі раду та що думають.

Чи не можуть вони запропонувати якийсь рішення?

10. Уникайте вживання нечітких емоційних слів для опису того, що трапилося з людьми. Ви завжди маєте бути точними в тому, що знаєте.
11. Уникайте прикметників «демонізації», як от: злий, жорстокий, брутальний чи варварський. Замість цього Ви повинні викласти те, що знаєте про неправомірну поведінку та маєте надати якомога більше інформації, стосовно достовірності заяв чи свідчення людей про таку поведінку.

12. Уникайте «демонізуючих» ярликів, таких як терорист, екстреміст, фанат чи фундаменталіст. Замініть їх на самоназви людей. Або будьте точними в описі.

13. Уникайте зосередження на порушеннях прав людини, нападах та неправомірній поведінці лише з одного боку. Перерахуйте ВСІХ, хто неправомірно поводиться та ставтеся до звинувачень з обох сторін, як до однаково серйозних.

14. Уникайте подання будь-яких думок чи заяв як встановленого факту. Замість цього слід донести до читачів та аудиторії те, що було сказано.

15. Уникайте вітань щодо підписання лідерами документів, що ведуть до перемоги у війні чи припинення вогню як таких, що безперечно ведуть до миру. Натомість, намагайтеся повідомляти про досі не вирішені питання, що можуть привести людей до подальших насильницьких дій.

16. Уникайте передачі очікувань лідерів щодо вирішення конфлікту лише з «нашого боку». Розглядайте та досліджуйте мирні ініціативи, незалежно від того, звідки вони надходять.

[1] UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversities. <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>

[2] Ignatius, D. When Journalists Take a Side, Wiener Zeitung.at. <http://www.wienerzeitung.at/DesktopDefault.aspx?TabID=5272&Alias=wzo&cob=494275>

[3] [http://portal.unesco.org/ci/en/file\\_download.php/97c2ea65149be7f3540d810612f7ac85-9+Gender-sensitive+reporting.doc](http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/97c2ea65149be7f3540d810612f7ac85-9+Gender-sensitive+reporting.doc)

[4] [http://portal.unesco.org/ci/en/file\\_download.php/97c2ea65149be7f3540d810612f7ac85-9+Gender-sensitive+reporting.doc](http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/97c2ea65149be7f3540d810612f7ac85-9+Gender-sensitive+reporting.doc)

[5] Термін «робітники комерційного сексу» — менш образливий термін для визначення людини та роду занять.

[6] ЛГБТ-спільнота об'єднує лесбіянок, геїв, бісексуалів та трансгендерних людей.

[7] McGoldrick A. and Lynch J. [2001]. «What is Peace Journalism.» Activate, the quarterly journal of IMPACS, London, The Institute for Media, Policy and Civil Society

[8] Ibid.

# ПОСІБНИК З ПИТАНЬ РОЗМАЇТТЯ

(ВИБРАНІ ЧАСТИНИ)

**АГЕНТСТВО ЄС  
ІЗ ОСНОВОПОЛОЖНИХ  
ПРАВ,  
2009<sup>23</sup>**

## ПЕРЕДМОВА

Завдання кожного журналіста — пошук правди. Для розуміння потоків інформації в європейському суспільстві, яке включає різні культури та меншини, надзвичайно важливо усвідомлювати контекст, факти та погляди, оскільки інакше неможливо вірно проаналізувати ситуацію. В багатонаціональному суспільстві правда може змінюватися відповідно до культурного світогляду того, хто говорить. Журналісти та редактори, які оцінюють все з однієї культурної перспективи за визначенням є упередженими. В таких випадках, все більше глядачів та слухачів не вірять інформації та звертаються до інших джерел в її пошуках. Для забезпечення майбутньої незалежності ЗМІ, ключовим є створення редакторських команд із різними точками зору щодо проблем та думок, особливо коли вони пов'язані з етнічними та культурними меншинами. Я виражаю сподівання, що Посібник з питань розмаїття стане в нагоді в цьому процесі, оскільки він може допомогти фахівцям у сфері ЗМІ в усвідомленні власних упереджень та розпочати дискусію щодо надійності інформації, яку вони передають, а також, певно більше важливо, щодо впливу образів, які вони створюють. Робота з посібником повинна стимулювати розвиток розмаїття в редакціях та на екранах. Вона також сприятиме пошуку нових способів викладення історій та нових аудиторій. На мою думку, розмаїття знаходиться в нашій свідомості. Воно пов'язане з відкриттям нашого розуму для інших думок та врахування походження тієї чи іншої людини. Цей процес розвиває креативність кожного журналіста та авторів програм. Безперечно, це ускладнює завдання, але це також призводить до глибшого розуміння і ширшої перспективи. В той же час, певно, ніколи не можна встановити правду, тільки правду і нічого окрім правди. [...]

<sup>23</sup> A Diversity Toolkit for Factual Programmes in Public Service Television. Fundamental Rights Agency. URL: [http://fra.europa.eu/sites/default/files/fra\\_uploads/111-media-toolkit-documentation\\_en.pdf](http://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/111-media-toolkit-documentation_en.pdf)

## **ЧОМУ ПОТРІБЕН ПОСІБНИК З ПИТАНЬ РОЗМАЇТТЯ?**

Наша місія, як представників державного мовлення, — сприяння розвитку культурного розмаїття, робота для всього населення держави, а також точне відображення розмаїття культурного, етнічного та мовного складу суспільства в контенті та колективі.

Тим не менш, досвід показує, що дуже часто програми можуть підтримувати стереотипи та поширювати викривлені погляди щодо меншин. Ми, автори програм і журналісти, маємо підвищувати обізнаність щодо впливу несвідомих настроїв та недостатньої інформації щодо всіх частин суспільства. Ми сподіваємося, що конкретні приклади інформаційних програм в цьому посібнику допоможуть журналістам уважно вивчити способи комунікації та вплив інформації на глядачів.

За останні 20 років багато компаній мовлення опублікували місії, створили політики розмаїття та окремі відділи з цих питань. Існує також безліч публікацій та інтернет ресурсів для фахівців, розроблених фахівцями, авторами програм, менеджерів та журналістами, які детально висвітлюють кроки в напрямку більш справедливого представлення меншин в новинах та інформаційних передачах на телебаченні в загальному розумінні,

або ж на робочому місці. Тим не менш, складність полягає в практичному застосуванні цих корисних порад. Ми сподіваємося, що даний посібник допоможе в цьому [...]

## **ЩО МИ МАЄМО НА УВАЗІ ПІД РОЗМАЇТТЯМ?**

До посібника увійшли приклади з досвіду, представлені з метою покращення ситуації з представленням меншин. Вперше зібрані разом практична інформація та поради для застосування та наслідування.

Посібник призначений, в першу чергу, для журналістів, тренерів та студентів факультетів журналістики. Він також містить інформацію, яка може бути корисною для продюсерів та авторів програм, а також фахівців з питань кадрів, тренерів та менеджерів організацій мовлення. Ці поради були зведені з урахуванням досвіду декількох європейських організацій мовлення, тож вони описують країни, де основне населення є білим та належить до християнства, але зміст здебільшого також стосується інших членів Європейської мовної спілки на півдні та сході. Оскільки цей посібник написано англійською, всі посилання на веб-сайти стосуються англійськомовних ресурсів. [...]

## **1. ЗБАЛАНСОВАНИЙ ОПИС**

Сюжети новин часто сфокусовані навколо негативних аспектів міграції та проблем меншин. Вони рідко бувають збалансовані позитивними прикладами соціального та економічного успіху. До меншин часто ставляться, як до проблем, а не людей. І навіть за нормального ставлення їх майже не показують у ролях споживачів, роботодавців, батьків, студентів або глядачів. Отже, основне питання в тому, чи наше телебачення відображає ціле суспільство.

Ми маємо поставити собі питання, хіба під час перегляду міжнародних новин ми бачимо етнічні та культурні меншини? Чи становлять «вони» частину «нас», або вони «інші»? В нашому описі суспільства стереотипи пропонують інформацію швидко для великої аудиторії, поширюючи побутове уявлення про групу людей. Вони спрощують різноманіття членів цієї групи. Щоправда, вони надають нам лише одну і просту категорію. Необхідно розуміти можливі способи декодування глядачами і збереження ними цих стереотипів, що, повторювані в новинах, можуть легко перетворитися на саму реальність.

### **Питання для журналістів:**

- Чи можливо бути об'єктивними?
- Чи Ви усвідомлюєте власні упередження?

- Чи можливо уникати прихованих повідомлень?
- Чи Ви усвідомлюєте силу деяких емоційно забарвлених слів?
- В якому обсязі Ви використовуєте музику та звуки з метою досягти певного впливу на аудиторію?
- Що коротшим є сюжет, тим ретельніше Ви маєте працювати. Чи радитеся Ви з колегами щодо передачі коротких завдань найдосвідченішим журналістам?
- Чи зупиняєтеся Ви для перевірки стереотипів у Ваших текстах? На Ваш погляд, чи несете Ви професійну відповідальність за вплив репортажів не тільки на глядачів, але також і на життя героїв сюжетів?

## 2. ПЕРЕВІРКА ФАКТІВ

Метою громадської журналістики є збалансоване повідомлення новин. При цьому кожен репортер має власні культурні настанови та упередження і часто їх не усвідомлює.

Стимування і противаги потрібні для забезпечення наявності відповідного контексту в сюжеті новин. Наведені міркування слід збалансувати фактами. Необхідність згадування етнічних або релігійних ознак має бути серйозно зважена у висвітленні злочинів або нещасних випадків.

Стислі терміни на виконання роботи не є виправданням меншої прискіпливості у здійсненні необхідних досліджень.

Вона має бути такою самою, як і під час підготовки будь-якого іншого репортажу. Володіння правильною термінологією з проблем міграції та меншин так само важливе для журналістів, як і знання законодавства.

Ми маємо також усвідомлювати, що неказане може містити такої ж сили повідомлення, які сказане, та розуміти впливовість зображень.

### Питання для журналістів

- Факти важливі для якісної журналістики. Наскільки Ви довіряєте інформації від Ваших колег [друковані ЗМІ, преса, Інтернет]?
- Скільки часу потрібно витратити на перевірку фактів? Скільки недостатньо перевічених фактів Ви готові включити в репортаж? Якщо Ви використовуєте факти та цифри, Ви повинні знати, про що вони говорять і як можуть бути використані.
- Як Ви можете переконатися в тому, що коментатори та очевидці, в яких Ви берете інтерв'ю, є репрезентативними? Чи Ви обираєте їх на підставі участі в подіях чи, очікуючи, що вони привернуть увагу глядача?
- Цікавість та підозра — важливі якості для журналіста. Отже, вимагайте від себе знаходити нові джерела та проблематизувати домінуючий дискурс.
- Як журналіст Ви повинні додати дещо нове у розповідь, маєте розвинути подію.

- Аудиторія знає більше за Вас, прагнуть скромності, зосередженості та пам'ятайте про те, що серед Вашої аудиторії є й експерти.

## 3. КОГО МИ БАЧИМО?

Розмаїття — це не тільки можливість порухувати на екрані етнічно розмаїті обличчя. Важливою проблемою є спосіб подання портретів, присутність у сюжеті.

Окрім пропорційного представлення груп населення у відповідності до фактів, нам необхідно переконатися в тому, що ці групи також представлено в їх повному розмаїтті.

Занадто часто в репортажах, присвячених міграції, меншинам, злочинності та тероризму, не подано думок суб'єктів. У яких експертів брали інтерв'ю?

А висвітлюючи проблеми науки, освіти, споживачів, чи повно представлено споживачів різного походження? У яких експертів брали інтерв'ю?

### Питання для журналістів

- Чи Ви усвідомлюєте особисті упередження щодо суб'єктів, яких обрали для інтерв'ю?
- Не треба завжди давати аудиторії те, що вона очікує чи що хотіла би отримати. Знайдіть нові перспективи висвітлення; не варто завжди відтворювати сталі практики в ЗМІ.



- Наскільки Ви готові розшукувати та використовувати інших експертів, окрім тих, яких використовує Ваша редакція? Чи Ви прагнете відшукувати розмаїті думки представників меншин та коментаторів?
- Коли Ви подаєте портрети представників меншин, чи керуєтеся саме цією метою? Чи берете Ви на себе відповідальність за збалансоване відтворення стереотипів?

#### 4. ХТО ОБИРАЄ СЮЖЕТИ

Репортажі новин повідомляють глядачам про події в суспільстві та всьому світі, але, звичайно ж, існує проблема вибору важливого та цікавого матеріалу.

Глядачі, котрі ніколи не «бачать» себе на телевізійному екрані, можуть відчувати зрозуміле відсторонення. Телебачення може передавати відчуття приналежності, громадянства, а також пропонувати важливі рольові моделі для дітей зі спільнот меншин. Якими є наслідки цього?

Подаючи різні точки зору та забезпечуючи звучання різних думок, можна краще відобразити Європейське суспільство, а також суспільства по всьому світі. Зрештою, хто ж ці «ми»?

#### Питання для журналістів

- Наскільки впливає Ваша ментальність на вибір сюжетів,

що заслуговують на висвітлення? Чи Ви усвідомлюєте, що маєте особисті упередження щодо багатьох питань?

- Чи Ви готові погоджувати сценарії сюжетів, написані з різних точок зору?
- Чи Ви плануєте час для дослідження багатьох джерел, чи спілкуєтеся не тільки з лідерами спільнот, але й зі звичайними представниками?
- Наскільки проблема розмаїття впливає на Ваш вибір сюжетів та героїв, чи Ви й надалі дотримуєтеся стандартів незалежної журналістики?
- Чи негативний або позитивний вплив Вашої роботи на суспільство є Вашою професійною відповідальністю?

#### 5. ДОДАТКОВІ КРОКИ

Суспільні мовники мають відображати аудиторію, яку вони обслуговують, якщо хочуть залишатися значущими та конкурентоздатними у світі, що все більше глобалізується. Це має практичне значення і це необхідно для соціального взаєморозуміння. Отже, важливо, щоб суспільні мовники достовірно відображали реальність їх все більш розмаїтих та мультикультурних громад. Цілком можливо створювати цікаві та захоплюючі програми, що показують сюжети з різних точок зору та застосовують різні перспективи. Ризикуйте, наважуйтеся робити

програми, націлені спеціально на аудиторію з числа меншин, так само, як це звичайно роблять для основної аудиторії.

Допоможіть меншинам відчувати себе частиною цілого. Але не варто просто символічно додавати обличчя заради вигляду, неначе щось робиться.

Ви маєте вибір, кого показувати на екрані.

#### Питання для журналістів

- Чи Ви намагаєтеся активно шукати колег, здатних у принести розмаїття точок зору в редакцію?
- Чи Ви очікуєте від Вашої аудиторії прийняття нових обличчя та нових точок зору або ж Ви вважаєте, що вони хочуть завжди бачити те саме? Чи пробували Ви їх здивувати, і якими були результати?

#### 6. КАЖІТЬ ТАК, ЯК Є

#### Питання для журналістів

- Чи маєте Ви ставитися до проблем життя у мультикультурному суспільстві тільки серйозно, чи можна спробувати щось нове? Які ризики можливі?
- Чи є гумор прийнятним способом спілкуватися на делікатні теми? Як Ви можете переконатися в тому, що це не укріпить стереотипи?

## 7. ТЕСТ НА РОЗМАЙТТЯ

**Питання, які варто мати на увазі під час створення репортажів з проблем розмаїття, що співвідносяться з матеріалом, розглянутим у попередніх розділах.**

1. Чи я усвідомлюю власні упередження щодо обраних для репортажу тем, сюжетів та осіб?
2. Чи я усвідомлюю вплив образів, слів та музики?
3. Чи я згадую етнічність, коли це не має жодного відношення до ситуації, яку я описую?
4. Чи я присвячую достатньо часу перевірці фактів? Чи я вживаю правильні терміни?
5. Чи я консультуюся з більш досвідченими колегами і з представниками різних громад, за необхідності?
6. Чи я обираю, в кого брати інтерв'ю, на підставі їхнього відношення до події або ж, очікуючи уваги до них з боку глядача?
7. Чи я намагаюся знайти різні погляди серед коментаторів з числа представників меншин та свідків, яких я опитую?
8. Чи представники меншин з'являються у моїх сюжетах зі справжніх причин?
9. Чи я шукаю нові точки зору і чи розвиваю свої сюжети?
10. Чи я ставлю перед собою завдання знаходити нові джерела та аналізувати домінуючий дискурс?
11. Чи я міркую над тим, як мої сюжети підтримують стереотипи?
12. Чи я враховую, що мій репортаж має вплив не тільки на глядача, а і на життя героїв, чиї портрети я публікую?
13. Чи я активно прагну залучити колег, які можуть додати різноманіття перспектив до редакційного діалогу?
14. Чи я цікавлюся культурами, що відмінні від моєї власної, чи готовий я брати сценарії сюжетів, написані з точок зору різних культур?

## 8. У РЕДАКЦІЇ

Даний розділ присвячений джерелам, де можна дізнатися про успішні практики освітлення спільнот меншин. Він містить посилання, що можуть стати журналістам в нагоді для отримання додаткових знань та кращого розуміння проблем меншин, усвідомлення важливості мови та власної здатності розпізнавати голоси представників меншин в аудиторії.

### УСПІШНА ПРАКТИКА

■ **Інститут Розмаїття ЗМІ** (The Media Diversity Institute, MDI) ([www.media-diversity.org](http://www.media-diversity.org)) є організацією, яка базується в Лондоні та вивчає роль ЗМІ у вирішенні міжгрупових конфліктів. Вона підтримує великий сайт, що містить багато документів, підручників, звітів та практичних інструментів, пов'язаних з усіма аспектами розмаїття. Там є кілька тестів, які розробили журналісти, професори журналістики та спеціалісти з питань розмаїття. <http://www.media-diversity.org/resource%20material.htm> — **практичні інструменти для журналістів**

Інститут Розмаїття ЗМІ видав і розмістив онлайн кілька Посібників з висвітлення розмаїття, щоб допомогти журналістам замислитися з приводу їх завдань. Він включає і такий розділ, як «Етнічність», де містяться підказки для репортажів стосовно етнічних груп та аналіз статей на етнічні теми, взятих з газет по всій Південно-Східній Європі.

<http://www.mediadiversity.org/resource%20categories/diversity%20manuals.htm>

■ **Медіавайз траст** (The Mediawise Trust) (Велика Британія) пропонує різні статті, звіти та посібники з найбільш ефективного висвітлення розмаїття. (<http://www.mediawise.org.uk>)

■ У США Інститут Журналістики імені Роберта Мейнарда (the Maynard Institute for Journalism Education) радить журналістам вивіряти власні репортажі на коректне висвітлення п'яти тривалих факторів, які впливають на життя та соціальне напруження: раси, класу, гендеру, покоління та географії. Розглядаючи кожен з них під час створення складних репортажів, журналісти можуть більш чітко побачити проблеми і навчитися коректніше виконувати власну роботу. <http://www.maynardije.org/programs/faultlines/>

■ До Кодексу принципів Міжнародної федерації журналістів в 1986 році було включено наступну статтю:

« 7. Журналіст має усвідомлювати небезпеку дискримінації, яку пропагують ЗМІ, і робити все можливе, аби уникнути трансляції такої дискримінації, що ґрунтується, серед іншого, на ознаках раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних та інших переконань, національного чи соціального походження.

■ Багато профспілок та асоціацій преси прийняли стандарти та етичні кодекси.

Існує багато різних моделей, але всі етичні кодекси та зведені правила стосуються фундаментальних цілей журналістської справи. Вони не вирішують усіх проблем нетерпимості в ЗМІ, але можуть допомогти журналістам зосередитися на питанні власної відповідальності і вирішенні дилем.

**www.ifj.org Contact: ifj@ifj.org** Міжнародна федерація журналістів та її Європейська секція — Європейська Федерація Журналістів (IFJ/EFJ) заснували в 90-ті роки Міжнародну робочу групу з протидії расизму та ксенофобії (International Media Working Group Against Racism and Xenophobia, IMRAX) з метою

розробити рекомендації щодо расизму та розмаїття в ЗМІ. В 2007 році Європейська федерація журналістів створила Ініціативу етичної журналістики, щоб підвищити обізнаність журналістів із викликами, з якими вони зустрічаються при висвітленні подій у дедалі більш поляризованому світі, в якому часто домінує екстремізм в релігії та культурі. Документ з прав людини можна знайти за таким посиланням: <http://www.ifj.org/default.asp?Issue=HUMA&Language=EN>

Їх публікацію щодо якості в журналістиці можна переглянути за посиланням: <http://www.ifj.org/default.asp?Issue=QUALITY&Language=EN>

■ **«Расизм, ксенофобія та ЗМ»** — про те, як писати доступні та збалансовані репортажі на теми, пов'язані з питаннями раси, етнічності та віри, поважаючи свободу слова та редакційну незалежність. [http://fra.europa.eu/fra/material/pub/general/euromed\\_en.pdf](http://fra.europa.eu/fra/material/pub/general/euromed_en.pdf)

■ **«Огляд з питань міграції»** підготовлений Стратегічною інформаційною службою (Strategic Information Service, SIS) Європейського Союзу Мовників (EBU) досліджує те, як ЗМІ впливають на сприйняття міграції як політичної «проблеми», а також співвідношення між вільним вираженням поглядів та свободою висловлювань. [http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Media%20And%20Migration\\_report\\_tcm6-51853.pdf](http://www.ebu.ch/CMSimages/en/Media%20And%20Migration_report_tcm6-51853.pdf).

## СЛОВА І ЗНАЧЕННЯ

**Будьте свідомими щодо суттєвого впливу слів і того, як ними можна завдати болю та образити, навіть за відсутності такої мети.**

- Коли зазначати етнічне походження чи національність? Класичний тест щодо того, коли прийнятно згадувати про етнічне походження чи релігію — це замінити ці слова на відповідні описи національності, релігійної приналежності чи раси представників більшості населення, а потім зробити висновок щодо їх значущості. Поміщені у специфічний соціальний контекст, вони можуть посилити упередження, а отже, їх слід використовувати уважно і лише тоді, коли вони корисні у репортажі, а їх уникнення може зробити подію менш зрозумілою. Необхідно дотримуватися балансу між ризиком зашкодити передачі інформації, випускаючи ці «категорії», та ризиком зашкодити індивіду, називаючи їх.
- Питання розмаїття часто описують словами, що мають відношення до погоди та води: хвилі міграції, повені та потоки шукачів притулку... нахлинати, литися, потоп, болото. Які емоції та приховані настрої можна викликати цими образами?
- Розробіть словник для Вашої редакції з таких слів, як раса, національність, мігранти, емігранти, іммігранти, притулок, асиміляція, інтеграція, мультикультурність та ін., розкриваючи процеси розвитку значень цих термінів у часі.

[...]

## ДОВІДКОВА ІНФОРМАЦІЯ

Запропонуйте меншинам Вашого регіону підготувати довідники чи інформацію про їхні спільноти та релігії або зробіть це самостійно. Бі-Бі-Сі (BBC) має сайт, який містить інформацію про релігії та релігійні рухи по всьому світі, включаючи бахаїзм, християнство та менш відомі, такі як унітаризм, рух Раствафарі тощо. Він пропонує короткі огляди вірувань, історії, ритуалів та видатних діячів. Там також розміщено багатоконфесійний календар святкувань.

<http://www.bbc.co.uk/religion/religions/>

■ Такі сайти, як Висвітлення тем релігії 2: Інструкція зі створення кращих журналістських репортажів (Reporting on Religion 2: A Stylebook on Journalism's Best Beat):

[www.Religionstylebook.org](http://www.Religionstylebook.org)

дають визначення релігійних термінів, а Інструкція Південноазійської асоціації журналістів (the Stylebook of the South Asian Journalists Association) дає визначення слів, пов'язаних з релігіями та спільнотами в цьому регіоні.

<http://www.saja.org/resources/stylebook.html>

■ Для написання репортажів про ромів існує багато сайтів, таких як обширний академічний Центр ромських архівів та документування (Romani Archives and Documentation centre)

<http://www.radoc.net/>

або інформаційний портал з питань ромів:

<http://www.romea.cz/english/index.php>.

Дивіться також «Етичний кодекс щодо висвітлення питань Рома» ('Code of conduct on reporting on Roma'), розроблений мережею ромських ЗМІ; <http://www.rrommedia.net/english/index.php>

## ОСВІТА ДЛЯ ЗМІ

Знайдіть публічних осіб та експертів, які представляють меншини, через налагодження контактів з місцевими спільнотами, але також через заохочення їхнього ознайомлення зі ЗМІ. Фламандський мовник VRT організує «змішані круглі столи» для власних журналістів та представників різних груп меншин для обговорення специфічних тем, наприклад, коли варто зазначати етнічне походження особи. В такий спосіб розпочинають контактувати люди, котрі інакше ніколи б не зустрілися.

## СЛУХАТИ

Дізнайтеся, що хочуть сказати мовники та глядачі, що належать до меншин. В першу чергу, слід звернутися до колег з Вашого офісу, котрі можуть з більшою імовірністю, аніж Ви очікуєте, виявитися представниками меншин і працювати на різних рівнях та в різних професіях. Вони можуть здивувати власним розумінням офісу, стосунків у редакції та вибором сюжетів.

■ Бі-Бі-Сі має систему збору глядацьких відгуків і скарг через Інтернет. Процедура чітко роз'яснена, і кожен глядач може писати і очікувати на відповідь протягом 10 днів. Якщо відповідь не задовольняє глядача, то можна вдатися до наступних кроків. <http://www.bbc.co.uk/complaints/>

■ WDR: У 2005 році група представників рома відреагувала на програму «Ромські крадії дітей», звинувачуючи її авторів у тенденційності та нетактовності. Мовник відреагував запрошенням представників рома на обговорення випуску та прийняв критику. Таким чином був створений діалог між авторами програми та представниками рома.

## 9. НА РОБОЧОМУ МІСЦІ

Зайнятість лежить в основі проблеми. Поки спільноти меншин не будуть представлені у штаті організацій суспільного мовлення на посадах, що впливають на контент, доти лишатимуться труднощі із поданням інформації, яка їх стосується, та необхідність її подання. Світ телевізійного мовлення, а особливо — його вище керівництво, досі складається з осіб, які представляють більшість. До останнього часу це були переважно чоловіки. Тільки згодом жінкам вдалося досягти найвищих рівнів, але багато з них виявилися успішними.

Але меншини лишаються у величезній мірі недостатньо представленими. Вони — жінки та чоловіки — без сумніву мають зробити величезний внесок. У них є перевага в погляді на світ з іншої точки зору. Вони мають кращий доступ до певної інформації в деяких основних сферах у країні та за кордоном. Вони можуть надати додаткової вартості до нашої новинної продукції, насправді, до всіх наших програм. Звичайно ж, простіше найняти когось знайомого, особу, яка прийшла в професію традиційним шляхом. Тому треба вдатися до спеціальних заходів, щоб виправити дисбаланс, встановити контакти, знайти та навчити мовників із менш знайомих осередків, які, можливо, вважають, що телебачення є «закритим підприємством», принаймні для них.

Молоді люди із кіл мігрантів потребують морального заохочення, щоб обрати кар'єру на телебаченні; їх необхідно знайти, взяти на роботу, навчити та інтегрувати на робочому місці.

## **ЗНАХОДИТИ НОВИХ ВЕДУЧИХ**

### **...в школі**

Сприяйте ознайомленню молоді та груп меншин із принципами роботи ЗМІ, щоб вони навчилися розуміти повідомлення ЗМІ, уміли змушувати почути їхні голоси та почали думати над кар'єрою медійника.

■ Репортер головних новин на SVT зв'язався з трьома школами на околицях

Стокгольма і за допомоги директора обрав десять учнів, які отримали можливість провести кожен по одному тижню в редакції. Колегам було запропоновано стати організаторами/вчителями, і вони прочитали у школах лекції про публічну службу та журналістику новин. Метою було збільшення знань про звичайне тамтешнє життя, таким чином урізноманітнюючи теми новин та заохочуючи молодих людей з околиць обирати професію журналіста.

### **... на радіо**

• Голландський мовник NPS запустив по вихідних тригодинну програму, яку створювала міська молодь, вкладаючи в неї власне бачення. Так було відкрито багато нових ведучих, які потім працювали на радіо NPS, а згодом на телебаченні NPS.

### **...й у спільноті**

Створюйте мережі між медіакомпаніями та громадськими ЗМІ для набору персоналу; не використовувати самі лише традиційні канали подачі оголошень про роботу, звертайтеся до місцевих та громадських ЗМІ та мереж.

## **ЯК ВИ МОЖЕТЕ ВКАЗАТИ, КОГО ШУКАЄТЕ?**

Навіть якщо етнічне походження не можна зазначати в оголошеннях про набір персоналу, існують способи вказати на наявний інтерес взяти на роботу представників меншин.

■ Цілі відділу кадрів Бі-Бі-Сі Англійські Регіони (BBC English Regions) — це набір, збереження та розвиток персоналу. Для утримання високих стандартів в процесі збільшення та розширення бази кандидатів оголошення про роботу включають положення про «необхідність розуміння різноманітних спільнот». Це знання потім перевіряють як уміння, що дає змогу розглядати кандидатури з різним досвідом.

## **НАБІР НОВИХ ТАЛАНТІВ**

Пам'ятайте, що роботодавці схильні набирати людей, з якими їм комфортно, які дивляться на речі та думають так само, як вони.

## **ЗУСТРІЧ НОВИХ ТАЛАНТІВ**

### **... через створення сприятливих умов на роботі для всіх**

що означає надання персоналу знань в області культури. Наприклад, завжди доречним є розуміння всіма різними релігійних свят.

■ NPS має курс з підвищення розуміння мультикультурності для всіх працівників. Це означає запрошення експертів з питань меншин з осередків меншин для зустрічі з авторами програм. Вони також організують спеціальні інформаційні класи для авторів програм з розуміння Ісламу та відображення в їхніх програмах мультикультурного суспільства.

## ВИ ВЗЯЛИ НА РОБОТУ НОВИХ ТАЛАНТІВ

Підтримуйте та навчайте Ваших нових співробітників з числа представників меншин.

■ З 2000 року NPS створив чотири річні навчальні програми для талановитих журналістів, продюсерів чи розробників програм з числа представників меншин. Навчальна програма дуже успішна, і більшість учасників дотепер працюють у ЗМІ. Дуже важливо добре обрати ведучих із розумінням їх майбутнього влаштування в групі, а також важлива дисципліна в мотивації ведучих відвідувати всі зустрічі та якомога більше виражати себе. Важливо щодня робити оцінку й уважно слухати думки учасників. Що більше навчання пристосоване до учасників, тим легше їм буде втриматися у Вашій компанії.

## 10. ПОДАЛЬША ОЦІНКА

Законодавство багатьох країн не дає змоги розрізнити між представниками меншості та більшості в усіх видах досліджень та обробки інформації.

Щоправда, не можна залишити без належної оцінки прогрес, якого досягли телевізійні компанії у з'ясуванні думки глядачів.

Єдина можливість переконатися у прогресі — це виміряти реалізацію та зіставити із визначеними на

початку цілями. Завдання повинні були поставлені як щодо програм, так і щодо людських ресурсів, вони мають регулярно відстежуватися та відображатися в річних звітах. І хоча досконалої методики вимірювання реакції аудиторії представників меншин на програми ще не розроблено, існують якісні методи та процедури, що можуть визначити тенденції та потреби.

## ВИЗНАЧТЕ ВЛАСНІ ЦІЛІ ТА ВІДСТЕЖУЙТЕ РЕЗУЛЬТАТИ

■ Бі-Бі-Сі завдався метою забезпечити розмаїття в офісі та в ефірі, підтримувати його численними ініціативами, спрямованими на поширення розмаїття серед співробітників та через продукт і контент. Корпорація досягла мети і тепер переглядає власні цілі, пристосовуючи їх до завдання показувати на екрані темношкірих, представників етнічних меншин та людей з інвалідністю. Це включає і завдання з урізноманітнення штату до грудня 2007 року: досягти показника у 12.5% темношкірих співробітників та представників меншин серед працівників Бі-Бі-Сі. Національне опитування «Мігранти та ЗМІ 2007», проведене спільно ARD і ZDF, яке вивчало медіа поведінку серед мігрантів у Німеччині, встановило деякі важливі факти в цій області. По-перше, опитування показує, що мігранти щодня дивляться

телебачення Німеччини. В цьому відношенні опитування підтверджує, що немає «паралельного суспільства» щодо користування ЗМІ, а отже шлях успішної медіа інтеграції мігрантів в Німеччині відкритий.

Як показує дослідження, мігранти, особливо турки, також дивляться і телебачення країн їхнього походження, яке відіграє для них роль містка до їхніх культур та рідних мов, проте віддають йому менше часу, ніж німецькомовним програмам. Знову підтверджено, що гарне знання німецької мови є передумовою інтегруючої функції німецьких ЗМІ. Мігранти використовують телебачення в тому самі обсязі, що і німецька аудиторія, в основному, як засіб розваги.

Суспільне мовлення гірше досягає аудиторії мігрантів, ніж місцевої німецької, але отримує з боку мігрантів довіру завдяки професійності та надійності.

## 11. УПРАВЛІННЯ РОЗМАЇТТЯМ

Меншини є (і завжди були) частиною наших суспільств і залишаться нею. ЗМІ відіграють суттєву роль у їхній інтеграції, відповідаючи за те, щоб проблеми меншин, міграції, біженців та притулку були висвітлені справедливо та збалансовано, відображаючи їх позитивний внесок в життя суспільства та захищаючи їх від негативних стереотипів.

Як можуть змінитися погляди в ЗМІ? Це може статися лише тоді, коли

вище керівництво надихає інших та висловлюється на підтримку розмаїття, якщо це подають як позитивну цінність та творчий виклик. Культурна обізнаність має бути пріоритетом та ключовим компонентом просування. Це підхід до цього питання, який передбачає «зобов'язання».

Але, мабуть, це питання можна розглядати по-іншому, а не як обов'язок для перевантажених працівників. Слово «різноманіття» скоро матиме негативні конотації. Чому б не поставитися до різноманіття як до можливості інновації, прийняття нових ідей, нових кутів зору — і таким чином збільшити наші аудиторії? Це час розгалужуватися, збільшуватися, урізноманітнювати наші програми та розширювати горизонти.

## ПОЛІТИКИ РОЗМАЇТТЯ

Сьогодні багато телевізійних організацій мають статті у статутах їх компаній та внутрішніх правилах, що точно роз'яснюють їх зобов'язання.

Наприклад:

■ France Télévisions визнає власний обов'язок відображати розмаїття населення Франції та покращувати їх представленість в усіх наявних образах через свої програми, людей, свідків, акторів, журналістів та все інше, що з'являється на її каналах.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Щоправда, задля того, аби ці політики були дечим більшим за прості слова, їх практичне втілення, що передбачає досягнення результатів у навчанні, підборі кадрів та управлінні, потребує щорічного перегляду та оцінки ефективності.

Менеджмент має також показати активну підтримку питань розмаїття через участь у подіях, семінарах та святкуваннях. Якщо буде присутній директор, то прийде більше співробітників. Вони зустрінуть нових людей, побачать нові програми та отримають розуміння проблем розмаїття та можливостей, пов'язаних із нею.

## АНАЛІЗУЙТЕ ВЛАСНІ ДІЇ

■ France Télévisions започаткувала 'Дослідження розмаїття' з метою вивчення упереджень, свідомих та несвідомих, та прихованого і відкритого використання стереотипів. Зовнішня консультативна компанія провела індивідуальні інтерв'ю з керівниками та з усією групою співробітників, знаходячи та аналізуючи побутові моделі сприйняття, аби встановити нові вимоги до навчання, більш об'єктивні заходи з підбору персоналу та вирішити ширші питання, що відносяться до управління розмаїттям. В результаті вони очікують отримати набір функціональних рекомендацій для всієї групи.

## ЯК ВТІЛЮВАТИ ЗАВДАННЯ У СФЕРІ РОЗМАЇТТЯ?

- Ніші спеціальних програм для національних меншин
- Редакція розмаїття або відділ розмаїття

У 2006 році Телебачення Бі-Бі-Сі призначило свого першого «Менеджера редакції з питань розмаїття» в Бі-Бі-Сі Vision, щоб відстежувати, як телеканали Бі-Бі-Сі представляють аудиторії, які обслуговують. Ця політика розмаїття включає два основні підходи — актуалізації та нормалізації. Цей підхід відповідає підходу суспільного телебачення, яке орієнтоване на споживача під впливом ринку та комерційного телебачення.

- Від програмних ніш до мультикультурного центру, до людських ресурсів
- Від мультикультурних центрів та центрів розмаїття до загальної політики розмаїття

## ДІЛІТЬСЯ ВАШОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ ТА УСПІШНОЮ ПРАКТИКОЮ

■ Бі-Бі-Сі Англійські Регіони визначив «чемпіонів розмаїття» в кожному регіоні. Всі вони — менеджери вищої ланки, що працюють на радіо та телебаченні, а отже, мають можливість запроваджувати моделі та налагоджувати їхню роботу. Вони спілкуються щотри місяці



під час зустрічі Групи розмаїття в Англії (England Diversity Group), головою якої є Контролер Бі-Бі-Сі Регіони Англії, діляться досвідом та вивчають кращі практики інших активістів.

Надайте вільний доступ до Ваших ефірів, застосовуючи всі види

технічної інфраструктури. Молоді мігранти все більше дивляться програми онлайн.

■ NPS: всі мультикультурні програми мають активні інтернет сайти. Ми також маємо мультикультурний інтернет портал. Інтернет — важливий

засіб підтримання контакту з меншинами як аудиторіями.

### **І НЕ ЗАБУВАЙТЕ ВІДЗНАЧАТИ УСПІХ.**

Нагороди за присвячені розмаїттю радіо та телепрограми створюють цим програмам рекламу, а відтак більше глядачів зможуть їх подивитися.

## ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ БІЖЕНЦІВ ТА ПРИТУЛКУ (ВИБРАНІ АСПЕКТИ)

### НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА ЖУРНАЛІСТІВ<sup>24</sup>

#### ФОТО ТА ВІДЕО

Матеріали, які використовують стереотипи для впливу (наприклад, зображення із натяком на загрозу та нелегальність) можуть ввести в оману або створити хибне сприйняття, особливо коли вони не мають відношення до фактичної частини матеріалу. Також перевіряйте вірність підписів під фото та відео.

У випадку сумнівів щодо використання фотографій зверніться до тих, хто на них зображений. УВКБ ООН має безкоштовну базу фотоматеріалів. Інші організації, зазначені як «Контакти» також можуть допомогти із пошуком більш доречних фотографій.

Публікуючи фото, за допомогою яких можна ідентифікувати особу, пам'ятайте про наступне:

- Особи, які тікають від переслідування, залишають сім'ї, яким може загрожувати помста з боку репресивних режимів, якщо стане відомо про перебування їх рідних у Великій Британії
- У випадках політичних активістів у вигнанні існує ризик погроз або нападів з боку агентів або прихильників режиму, до якого вони були в опозиції
- Стандартні міркування поваги до особистого життя стосуються шукачів притулку та біженців, особливо коли мова йде про дітей
- Акцентування уваги на особах суто через їх міграційний статус може

призвести до небажаної дискримінації та ворожості, або вплинути на процедуру отримання статусу

#### ТЕРМІНОЛОГІЯ

Журналісти використовують спрощені способи подання інформації, але у випадку з юридичними визначеннями варто дотримуватися точності та послідовності.

#### Хто є шукачем притулку?

Будь-яка особа, що просить про захист та заявляє про переслідування або страх переслідування в розумінні Конвенції 1951 року, та очікує на результат розгляду заяви.

#### Хто є біженцем?

Будь-яка особа, якій було надано притулок (статус біженця) відповідно до Конвенції 1951 року, учасницею якої є 147 країн. Точне юридичне визначення наведено у статті 1 Конвенції, згідно з якою «біженцем» є особа, яка

«через обґрунтовані побоювання стати жертвою переслідувань за ознакою расової належності, релігії, громадянства, належності до певної соціальної групи чи політичних поглядів знаходиться за межами країни своєї національної належності і не в змозі користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися таким захистом внаслідок таких побоювань»

<sup>24</sup> Reporting Asylum and Refugee Issues. National Union of Journalists. <https://www.nuj.org.uk/documents/reporting-asylum-and-refugee-issues/>.

### **Як щодо тих, хто тікає від загального конфлікту?**

Особи, які не підпадають під визначення біженця, але мають потребу в захисті, можуть отримати гуманітарний захист, який дозволяє їм залишатися у Великій Британії на визначений або невизначений час. УВКБ також називає таких осіб біженцями.

### **Хто має право на притулок?**

КОЖЕН — право на притулок є основоположним правом людини відповідно до міжнародного законодавства. Не існує «нелегальних шукачів притулку». Терміни «фальшивий шукач притулку» також некоректний та оманливий, оскільки він містить судження про результат розгляду заяви про надання статусу біженця, на кшталт вживання слів «фальшива заява про невинуватість» при висвітленні позиції обвинуваченого під час судового процесу.

### **Чи можуть особи, яким не надано статус біженця або тимчасовий дозвіл на перебування, бути відправлені до країн походження?**

ТАК — термін 'неуспішний шукач

притулку' стосується індивідів, котрі вичерпали всі правові засоби отримання притулку.

Неуспішні шукачі притулку мають повернутися додому. Щоправда, країна їхнього походження може відмовитися приймати осіб, котрі повертаються, або повернення може бути неможливим чи небезпечним.

### **Хто такі 'економічні мігранти'?**

Особи, які залишили власну країну в пошуках роботи, є економічними мігрантами. Термін може бути застосовано до всіх тих, хто отримує дозвіл на працевлаштування від уряду, щоб задовольнити потреби в робітниках на ринку праці у Великій Британії. УВКБ ООН описує 'мігранта' як когось, хто робить свідомий самостійний вибір покинути країну походження. За бажанням, вони можуть безпечно повернутися додому.

### **Як Ви називаєте когось, хто намагається в'їхати до Великої Британії у незаконний спосіб?**

Деякі незаконно перевезені до Великої Британії (сховані у вантажівках тощо)

особи шукатимуть притулку, деякі — працевлаштування, тому це було би неточно — класифікувати їх як 'шукачів притулку' чи 'економічних мігрантів', оскільки неможливо дізнатися про причини їхнього приїзду. 'Незареєстровані мігранти' — точніший та менш оманливий термін для опису цих осіб. Незаконні перевізники людей (smugglers) вчиняють злочин, але їхні клієнти можуть бути невинними.

### **Що спонукає людей шукати притулку?**

Відносно мало відомо про порушення прав людини та конфлікти, які змушують людей залишати свої домівки. Поширення інформації про цей світовий контекст могло би покращити якість дискусії навколо питань притулку. Дослідження показало, що історичні, культурні та сімейні зв'язки з Великою Британією і прагнення безпеки, яку гарантує верховенство права, важливіші за так звані 'притягуючі фактори', як-от доступ до пільг.

Багато інформації можна відшукати в Інтернеті, балансу можна дотриматися завдяки посиланню на різні джерела.

## **ІНТЕРВ'Ю З БІЖЕНЦЯМИ ТА ШУКАЧАМИ ПРИТУЛКУ**

Шукачі притулку та біженці мають право бути почутими, і багато з них можуть розказати дивовижні історії. Щоправда, страх переслідувань 'на батьківщині', негативне висвітлення та вороже суспільне ставлення у Великій Британії утримують багатьох із них від спілкування з журналістами.

Коли Ви домовляєтесь про інтерв'ю, усвідомлюйте можливий вплив Вашого тексту на становище особи у Великій Британії, будь-який вплив на друзів чи сім'ю у країні походження особи та задовольняйте прохання про анонімність.

## ЯК МАЮТЬ ЗМІ РЕАГУВАТИ НА НЕНАВИСТЬ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ?

### ЕНДРЮ СМІТ, РАДНИК ІЗ ПРАВОВИХ ПИТАНЬ, ARTICLE 19

«Мова ворожнечі в онлайн ЗМІ у Південно-Східній Європі»  
Албанський Інститут ЗМІ<sup>25</sup>

Право на свободу вираження поглядів є основоположним правом людини та засадничим принципом для будь-якого вільного та демократичного суспільства<sup>26</sup>. Інтернет демократизував свободу вираження поглядів, зробив здійснення цього права необмеженим в обсязі.

Оскільки сьогодні з'єднано понад 7 мільярдів людей, можливості ділитися інформацією та ідеями збільшилися, як ніколи в історії. Географічні, політичні чи економічні бар'єри можна назвати відносно незначними. Репресивні уряди не можуть контролювати, які ідеї люди бачать та поширюють з такою простотою. Традиційні ЗМІ більше не мають монополії на інформаційні потоки. Будь-хто може тепер вийти в інтернет і опублікувати інформацію, з точки зору минулого, у неймовірній кількості.

Міжнародні стандарти чітко встановлюють, що право на свободу вираження поглядів — яке захищає стаття 19 Загальної декларації прав людини і яке детально описано в статті 19 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права —

застосовується до дій онлайн, так само, як і до офлайн. Це підтверджено Радою ООН з прав людини у знаковій резолюції 2012 року (A/HRC/20/13), а також Комітетом з прав людини, що є органом контролю за виконанням Міжнародного пакту про громадянські і політичні права (МПГПП), в зауваженні загального характеру № 34.

Отже, будь-які обмеження вираження поглядів онлайн мають бути виправдані відповідно до трьох-компонентного тесту, затвердженого у статті 19(3) МПГПП. Вони мають: (i) бути встановлені законом, (ii) переслідувати законну мету (захист прав і репутації інших осіб, захист державної безпеки, громадського порядку, здоров'я населення або моралі), і (iii) бути необхідними та пропорційними.

<sup>25</sup> How should the media deal with hatred online? Andrew Smith, Legal Officer, Article 19. HATE SPEECH IN ONLINE MEDIA IN SOUTH EAST EUROPE. Albanian Media Institute. URL: <http://www.institutemedia.org/Documents/PDF/Hate%20speech%20in%20online%20media%20in%20SEE.pdf>, стор. 7-15.

<sup>26</sup> Комітет з прав людини, Зауваження загального характеру N 34, CCPR/C/GC/34, 21 Вересень 2011, п. 2.

<sup>27</sup> Комітет з прав людини, Зауваження загального характеру N 34, там само, п. 17.

<sup>28</sup> Спільна декларація про свободу вираження та Інтернет, червень 2011 р.

Існує низка принципів, якими держави мають керуватися, коли вони застосовують обмеження свободи вираження поглядів онлайн:

- Держави повинні брати до уваги те, яким чином Інтернет та поширення інформації на основі мобільного зв'язку суттєво змінили практики спілкування<sup>27</sup>;
- Не слід просто застосовувати моделі регулювання в секторі телекомунікацій чи радіомовлення до Інтернету. Слід використовувати спеціальні підходи, що беруть до уваги унікальні характеристики Інтернету<sup>28</sup>;
- Немає необхідності окремо обмежувати матеріали, які поширюються через Інтернет<sup>29</sup>;
- Звичайні заборони роботи окремих сайтів чи систем є невинуватими, якщо вони не проходять тест на необхідність та пропорційність<sup>30</sup>.
- Порушенням права на свободу вираження поглядів є заборона сайтам чи системам публікувати інформацію на підставі того, що в ній міститься критика влади або політико-соціальної системи, яку влада підтримує<sup>31</sup>.
- Варто пропагувати самоцензуру як ефективний засіб корегування небезпечної мови<sup>32</sup>. Міжнародне законодавство зобов'язує держави тільки забороняти дитячу порнографію, пряме та публічне підбурювання до скоєння геноциду, виправдання ненависті, що дорівнює підбурюванню до дискримінації, ворожнечі чи насильства, та підбурювання до тероризму. Щоправда, аби уникнути зловживань, будь-яке відповідне обмеження має узгоджуватися із вимогами тесту: бути однозначним, переслідувати законну мету та керуватися принципами необхідності та пропорційності<sup>33</sup>.
- Жодну особу не можна притягти до відповідальності за Інтернет контент, автором якого вона не є, чи зобов'язати її відстежувати або видаляти речі, сказані онлайн іншими особами<sup>34</sup>.
- Рішення заблокувати чи зобов'язати видалити контент може прийматися компетентним судовим органом або органом, який вільний від будь-яких політичних, комерційних чи інших незаконних впливів, аби можна було переконатися, що блокування не використовують як засіб цензури<sup>35</sup>.

<sup>29</sup> Там само.

<sup>30</sup> Комітет з прав людини, Зауваження загального характеру N 34, там само, п. 43.

<sup>31</sup> Там само.

<sup>32</sup> Спільна декларація спеціальних доповідачів 2011 року.

<sup>33</sup> Доповідь Спеціального доповідача ООН з питань сприяння і захисту свободи поглядів та їх вільного вираження, 16 травня 2011 р., A/HRC/17/27, п. 22.

<sup>34</sup> Доповідь Спеціального доповідача ООН з питань сприяння і захисту свободи поглядів та їх вільного вираження, 16 травня 2011 р., там само, п. 43. Більш глибокий аналіз відповідальності за контент третьої сторони див.: СТАТТЯ 19, "Інтернет-посередники: дилема відповідальності", серпень 2013 р.

<sup>35</sup> Доповідь Спеціального доповідача ООН з питань сприяння і захисту свободи поглядів та їх вільного вираження, 16 травня 2011 р., там само, п. 38.

<sup>36</sup> Рекомендація Комітету міністрів Ради Європи, 30 жовтня 1997 р. Див. також: Європейський суд з прав людини, *Gündüz v. Turkey*, No. 35071/97 (2004), pp. 22 та 43.

---

«ARTICLE 19» розробила низку програмних документів, у яких ці принципи викладено докладніше. В їх числі: «Право на блог» (2013), «Інтернет-посередники: дилема відповідальності» (2013), та «Право ділитися» (2013).

---

### МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ЩОДО «МОВИ ВОРОЖНЕЧІ»

Хоча термін «мова ворожнечі» використовують часто, в міжнародному праві не існує загальноприйнятого визначення. Це ще більше заплутує питання стосовно того, як держави чи інші сторони зобов'язані діяти по

відношенню до «мови ворожнечі». Комітет міністрів Ради Європи зазначив, що до «мови ворожнечі» належать:

«[В]сі форми самовираження, які включають поширення, провокування, стимулювання чи виправдання расової ненависті, ксенофобії, антисемітизму або інших видів ворожнечі на ґрунті нетерпимості, включаючи нетерпимість у вигляді агресивного націоналізму чи етноцентризму, дискримінації та ворожості по відношенню до меншин, мігрантів та осіб з мігрантським походженням.»<sup>36</sup>

Це дуже широке визначення, і міжнародне законодавство не

вимагає від держав забороняти чи криміналізувати всі форми «мови ворожнечі» такого роду. В дійсності право на свободу вираження поглядів захищає багато висловлювань, що відповідають цьому означенню, навіть якщо вони є шокуючими, образливими чи викликають тривогу.

Тільки щодо вужчого кола форм вираження поглядів держави зобов'язані вдаватися до заборони. Це прописано у статті 20(2) МПГПП у такому вигляді:

«Будь-який виступ на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що являє собою підбурювання до дискримінації, ворожнечі або насильства.»

**ARTICLE 19 пропонує тест з шести компонентів для тлумачення того, чи висловлювання відповідає критеріям застосування санкцій відповідно до статті 20(2) МПГПП. Тест розроблений для використання суддями у процесі визначення того, чи було висловлювання настільки значимим порушенням, що воно підлягає забороні за статтею 20(2) МПГПП:**

- Ширший соціальний контекст висловлювання, наприклад, передісторія підбурювання ненависті між групами;
- Особистість автора, наприклад, статус видатного політика, котрий має вплив на власну аудиторію;
- Наміри автора спричинити заборонені наслідки, наприклад, підбурювання до ворожнечі, дискримінації чи насильства;
- Зміст висловлювання, включаючи зміст окремих слів та спосіб їх виголошення;
- Обсяг чи значущість, наприклад, засоби та обсяг поширення;
- Більша ймовірність та невідворотність наслідків у вигляді дискримінації, ворожнечі чи насильства, що вже має місце, а не просто образи та невдоволення.

### **Застосовуючи цей тест до онлайн матеріалів, суддя має розглянути ще кілька додаткових факторів:**

**По-перше**, інтернет-користувачі — це зазвичай грамотні користувачі комп'ютера, які можуть розрізнити контент високої і низької якості, відповідно адаптуючи власні очікування.

Наприклад, стаття, написана відомим журналістом матиме більший вплив на своїх читачів, аніж анонімні коментарі під цією статтею.

**По-друге**, люди здебільшого розуміють і цінують Інтернет як нерегульований простір обміну ідеями, в числі яких іноді трапляється вираження ненависті та образливих поглядів. Природа Інтернету та простота, з якою будь-хто може створювати контент, означають, що люди спілкуються у дещо більш витіюватий спосіб, часто перебільшують і навіть бувають несерйозними. Це важливий фактор при визначенні намірів щодо «підбурювання» чи інших образ онлайн.

**По-третє**, Інтернет надає безпрецедентну можливість користування «правом на відповідь». Люди можуть миттєво критикувати ідеї та погляди, з якими не погоджуються, та брати участь у дискусії. Це може збільшити вплив висловлювання на аудиторію, а відтак змінити ймовірність, з якою дане висловлювання спонукатиме до дій.

### **САМОРЕГУЛЮВАННЯ ОНЛАЙН**

Інтернет зробив можливим для будь-якої особи публікувати ідеї, інформацію та погляди по всьому світі. Це перевернуло відношення між видавцем та споживачем з ніг на голову — багато людей зараз діють як ті й інші. В онлайн просторі фактично будь-хто може виконувати роль «журналіста».

Оскільки Інтернет надає необмежену платформу для свободи вираження поглядів, його частіше порівнюють з друкованими ЗМІ, аніж з радіо чи телебаченням, коли обговорюють модель регулювання, яку варто застосовувати. За відсутності обмежень в частотному ресурсі немає законної підстави намагатися прописати обов'язковий контент з метою задоволення суспільних інтересів. Пам'ятаючи про це, немає жодних причин відмовлятися поширювати

саморегуляторний підхід друкованих ЗМІ на створений онлайн контент. Ті ж самі «етичні стандарти», яких намагаються дотримуватися журналісти друкованих медіа, мають застосовуватися й щодо онлайн публікацій. Насправді, ARTICLE 19 стверджує, що кожній особі, яка займається журналістикою, наприклад, блогерам, необхідно надати можливість приєднатися до органів саморегулювання. Так само, як і з відповідальними за офлайн контент органами саморегулювання, кожен орган має бути вільним від політичного впливу, публічно звітувати та функціонувати прозоро. Незалежність редакції та плюралізм ЗМІ мають так само захищатися. Спеціальний доповідач ООН з питань сприяння і захисту свободи поглядів та їх вільного вираження зазначив, що саморегуляція онлайн — це

найкращий механізм протидії «мові ворожнечі» (див. його доповідь перед Загальною Асамблеєю ООН у вересні 2012 р., A/67/357).

### **ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА КОНТЕНТ ТРЕТІХ ОСІБ**

Чи має веб-хостер, включаючи будь-яку організацію ЗМІ, бути відповідальним за коментарі третіх осіб, розміщені на їхніх сайтах — це інше питання. Міжнародного консенсусу щодо застосування певного підходу в цій сфері не досягнуто.

Медіа організації мають абсолютний контроль над наданням можливості коментувати чи в інший спосіб взаємодіяти на їхніх сайтах. І багато з них сприяють цьому, аби покращити враження від користування і

підвищити якість контенту. Навіть якщо сайт дозволяє користувачам розміщувати контент чи виконує певне модерування, це не означає, що він може вважатися видавцем коментарів, які він не модерував .

**ARTICLE 19** обирає модель, відповідно до якої веб-хостери (чи інші посередники) не повинні нести відповідальності за контент, який вони не створювали або до модифікації якого не були залучені. Виняток можливий лише щодо контенту, що містить серйозно ознаки кримінального правопорушення, наприклад, підбурювання до насильства, але для цього необхідне подальше судове рішення.

Інші способи притягнення до відповідальності посередників включають процедури «повідомлення та видалення». Вони вимагають від хостера прибрати контент одразу після повідомлення, і відповідальність настає тільки за відмову видалити контент. Такі системи неодмінно ведуть до занадто обережної модерації, де контент можна видаляти без процедурних гарантій замість того, щоб з'ясувати складні юридичні питання. Це може також призвести до зменшення числа сайтів, що пропонують форуми коментарів.

Веб-хостер може також мати бажання сприяти поширенню певних стандартів серед коментарів

користувачів. І ці стандарти можуть до певної міри відображати етичні принципи, яких дотримуються журналісти. Щоправда, варто пам'ятати, що форуми користувачів подібніші до звичайного спілкування, аніж до традиційних друкованих ЗМІ завдяки можливості моментальної відповіді. Вони публікують висловлювання, що можуть бути вульгарнішими та навіть несерйозними порівняно до того, що ми очікуємо від контенту більш виваженої статті. Заради заохочення вільного обміну ідеями, варто допускати більшу свободу як таку. Веб-хостерам варто застосовувати міжнародні стандарти щодо вільного вираження поглядів в процесі прийняття модераторських рішень.

## ДИЛЕМА «ДЕЛФІ»

В світлі вище наведених коментарів, **ARTICLE 19** вважає останнє рішення Європейського Суду з прав людини у справі «Делфі» проти Естонії (no.64569/09) серйозним ударом по свободі вираження поглядів.

«Делфі» — це новинний портал в Естонії, що публікує до 300 статей на день. Стаття, про яку йдеться у справі, стосувалася неоднозначного рішення компанії вантажних перевезень змінити свої маршрути, що спричинило раннє закриття льодових шляхів, які поєднують острови з материком. Вона набрала 185 коментарів, 20 з яких були образами чи погрозами на адресу компанії вантажних перевезень. За 6 тижнів юристи компанії подали до суду, вимагаючи видалення коментарів та відшкодування збитків. «Делфі» одразу ж видалив образливі коментарі, але відмовився відшкодувати збитки. Хоч і не одразу, але позивачу вдалося отримати рішення про відшкодування збитків на суму 5,000 крон (приблизно 320 євро) — яке було залишено без змін Апеляційним судом та Верховним судом.



Одноголосним рішенням Судова палата Першої секції Європейського суду з прав людини постановила, що статтю 10 Європейської конвенції про захист прав людини (ЕКПЛ) не було порушено. У висновку Суд надав такі пояснення щодо прийнятого рішення:

- Стаття на сайті «Делфі» була збалансована та відстоювала суспільні інтереси, але «Делфі» слід було очікувати, що вона може викликати негативну реакцію — в тому числі невиправдані образи чи мову ворожнечі. Отже, «Делфі» мав «бути особливо обережним».

- Модерація, організована «Делфі» (як попередній фільтр «грубих слів», так і проста подальша процедура маркування для повідомлення та видалення), виявилася неадекватною для попередження появи постів із незаконним контентом, адже вони більш ніж 6 тижнів залишалися публічними перед тим, як надійшло розпорядження щодо їх видалення.

- «Делфі» було надано свободу визначення системи модерації для того, щоб уникнути відповідальності (він не вимагав реєстрації користувачів, для

прикладу), й у жодному разі суму відшкодування не можна вважати непропорційною для такого успішного бізнесу.

- Було б непропорційним покласти на позивача тягар встановлення особи авторів анонімних коментарів та притягнення їх до відповідальності. Дозвіл на анонімні коментарі поставив «Делфі» у становище суб'єкта, деякою мірою відповідального за них, і він мав кращі ресурси для моніторингу й модерації контенту, аніж постраждала сторона.

## ARTICLE 19 СТУРБОВАНА ТИМ, ЩО ЦЕ РІШЕННЯ СТВОРЮЄ ТРИВОЖНИЙ ПРЕЦЕДЕНТ ДЛЯ ЗАХИСТУ ВІЛЬНОГО ВИРАЖЕННЯ ПОГЛЯДІВ ОНЛАЙН. НАША СТУРБОВАНІСТЬ СТОСУЄТЬСЯ НАСТУПНИХ ТРЬОХ АСПЕКТІВ:

### 1. Рішення не враховує законодавства ЄС щодо регулювання відповідальності посередників.

- В рішенні відсутнє розуміння того, як працює Інтернет та як законодавство ЄС, представлене Директивою про електронну комерцію (ДЕК), вимагає від країн розглядати відповідальність посередників. Зокрема, стаття 14 Директиви вимагає від країн надати стимул таким постачальникам послуг, як «Делфі», видалити контент, коли помічено його незаконність. Хостери звільняються від відпові-

дальності, якщо вони вдаються до заходів, отримавши повідомлення. «Делфі» діяв згідно із статтею 14 і видалив усі коментарі одразу, коли компанія вантажних перевезень про них повідомила, й отже, не мав нести відповідальність.

- Висновок про те, що «Делфі» повинен був активніше відстежувати та видаляти коментарі, суперечить статті 15 ДЕК, яка забороняє Державам-членам накладати загальний обов'язок відслідковувати інформацію на публічні інформаційні служби.

### 2. Рішення також не бере до уваги відповідні міжнародні стандарти із захисту вільного вираження поглядів онлайн.

- Спеціальний доповідач ООН з питань сприяння і захисту свободи поглядів та їх вільного вираження у власному тематичному звіті стосовно Інтернету (A/HRC/17/27) рекомендував ЗМІ, що «заходи цензури ніколи не можна делегувати приватним установам, і ніхто не може бути відповідальним за контент в Інтернеті, якщо ця особа не є його

автором.» Спеціальний доповідач ООН дуже критично висловився щодо процедур «повідомлення та видалення», а особливо того факту, що матеріал прибирають без судового рішення щодо дійсної незаконності даного контенту. У цьому відношенні Суд не взяв до уваги зазначені питання.

- Натомість Суд підтримав процедури типу «кнопки скарг», які не вимагають жодного пояснення того, з якої причини контент має бути видалено, і не враховують, що Інтернет-посередники не обов'язково компетентні вирішувати, який контент їм видаляти, а особливо їх автоматичні системи фільтрування. Це було предметом численної критики та дискусії в ЄС, наприклад, в контексті Закону про дефамачію (2013) у Великій Британії. Це також було повністю проігноровано.
- Навіть якщо призначена сума до сплати була відносно невеликою, «Делфі» взагалі не мав бути притягнутий до цивільної відповідальності за образливий коментарі, оскільки видалив їх одразу після повідомлення. Протилежна думка протирічить захисним механізмам, визначеним у ДЕК, та з великою ймовірністю має негативний вплив на для вільний потік інформації в Інтернеті.

### 3. Обґрунтування та деякі висновки Суду, виглядають нелогічними та суперечливими.

- Суд не врахував, що обраний ним підхід до відповідальності посередників змусить посередників займатися попередньою модерацією чи блокуванням, хоча Суд підтримав те, що «Делфі» не примушували приймати якийсь певний підхід до модерації. Це суперечить рішенню Суду справедливості Європейського Союзу у справі SABAM v Scarlet Продовженій (на яку Суд посилається в пункті 45 рішення).
- Суд накладає на «Делфі» підвищену відповідальність із моніторингу контенту, який може спричинити більше негативних коментарів. В результаті, це слугуватиме фактором, який стримуватиме портали новин від розміщення репортажів на контроверсійні теми, що можуть поділити думки та викликати дискусію, або від надання можливості коментувати будь-яку подібну статтю. Негативні наслідки для вільного вираження поглядів абсолютно не взяті до уваги.
- Суд не врахував, що єдиною причиною того, що коментарі лишалися онлайн протягом 6 тижнів, було те, що позивач не повідомив «Делфі» про них.

Коли вони вирішили повідомити «Делфі», то використали листування, а не швидшу процедуру повідомлення та видалення.

- Суд перебільшив значення того факту, що скарга надійшла від комерційної компанії-оператора, а не від, наприклад, окремого блогера, котрий модерує власний блог. При цьому Суд не пояснив зв'язок між отриманням доходу від коментарів читачів та відповідальності за їхній зміст. Імовірний вплив цього рішення на можливість для новинних агентств, що вже зазнають фінансових труднощів, отримувати доходи через власні сайти, залишено цілком поза увагою.
- Суд помилково припускає, що всі «постраждали сторони» діють з чесних намірів стосовно процедур повідомлення та видалення. Він припускає, що весь зазначений контент цілком незаконний і що фільтри є різновидом «магічної кнопки», яка захищає від незаконного контенту онлайн. Досвід знову показує, що це не відповідає дійсності.

Значення цього судового рішення в тому, що новинні портали мають позбавитися розділів коментування, щоб зняти з себе відповідальність. Підхід Суду до «небезпек» інформації

онлайн дуже консервативний. Він ігнорує значущість того, що Інтернет надав людям можливість брати участь

в публічних дискусіях, чим всіляко популяризував журналістику. ARTICLE 19 стурбована, що вирок у справі

«Делфі» найімовірніше збільшить правову невизначеність у цій сфері<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Ред. прим.: справа «Делфі» проти Естонії також розглядалася Великою Палатою ЄСПЛ, яка надала уточнення щодо застосування принципів, викладених у рішенні палати до конкретних видів інтернет-порталів. Рішення Великої Палати див. за посиланням <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-155105>. Аналіз рішення Великої Палати також доступний за посиланням: <http://strasbourgobservers.com/2015/06/18/delfi-as-v-estonia-grand-chamber-confirms-liability-of-online-news-portal-for-offensive-comments-posted-by-its-readers/>

# ВИГНАНЦІ У ВЛАСНІЙ КРАЇНІ

**(ПРО ЩО ВАРТО ПАМ'ЯТАТИ,  
ВИСВІТЛЮЮЧИ У ЗМІ ПРОБЛЕМИ  
ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ)**

**УННСР/УВКБ ООН**

**ТЕКСТ УКЛАДЕНО  
ГРУПОЮ «ДОМ ДРУЗЕЙ»/  
ПРОЕКТОМ  
«БЕЗ КОРДОНІВ»<sup>38</sup>**

Вересень 24, 2014

Внутрішньо переміщені особи, яких ще називають «внутрішніми переселенцями» або «вимушеними переселенцями» — нове явище для України, трагічний наслідок подій, які відбуваються у Криму на частині території Донецької й Луганської областей. Дедалі уважніше висвітлюють життя переселенців засоби масової інформації.

Аби уникнути викривлень, зловживань і негативних наслідків, УВКБ ООН оприлюднило текст пам'ятки для ЗМІ стосовно висвітлення у ЗМІ тем, пов'язаних із переселенцями, підготовленої групою «Дом друзей»/Проектом «Без кордонів».

## **ПОНЯТТЯ, ФАКТИ Й УЗАГАЛЬНЕННЯ**

**Хто такі «внутрішньо переміщені особи» (вони ж «внутрішні переселенці» чи «вимушені переселенці»)?**

«Внутрішньо переміщеними особами» (ВПО) називають людей, які змушені покинути свої місця проживання і тікати до інших регіонів своєї країни. Найчастіше така вимушена міграція відбувається внаслідок загрози насильства чи переслідувань — через масові порушення громадського ладу, військові дії чи іноземну інтервенцію та окупацію. Через те, що словосполучення «внутрішньо переміщені особи» часто видається задовгим, занадто формальним, чи кострубатим — цю групу людей часто називають також «внутрішніми переселенцями», або (менш точно) «вимушеними переселенцями».

## **Чи можна називати внутрішньо переміщених осіб «біженцями»?**

Ні. Ці люди залишаються у межах власної країни, на відміну від біженців: сучасне юридичне визначення «біженця» може дещо відрізнятися у різних регіонах світу, однак ключовою характеристикою поняття «біженець» є вимушена міграція за межі своєї країни походження і, відповідно, пошук притулку за кордоном. Ця відмінність не є формальною:

**По-перше**, називаючи внутрішніх переселенців «біженцями» у таких ситуаціях, як теперішня українська, журналіст цим вказує, що не вважає окупований Крим чи частину Донецької та Луганської областей територією України.

**По-друге**, надання статусу біженця має певні юридичні наслідки.

<sup>38</sup> <http://noborders.org.ua/docs/faq/vyhnantsi-u-vlasnij-krajini-pro-scho-var-to-pamyataty-vysvitlyuyuchy-u-zmi-problemy-vnutrishno-peremischenyh-osib/>.

Зобов'язання держави щодо допомоги біженцям і їх захисту випливають, зокрема, із Конвенції ООН 1951 року «Про біженців», містяться у Законі України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» та є обов'язковими до виконання. Тим часом внутрішньо переміщені особи не мають в Україні (на момент написання цього тексту — середина вересня 2014 р.) спеціального статусу. Називання внутрішніх переселенців «біженцями» може вводити і аудиторію в цілому, і самих переселенців зокрема, в оману.

(Приклад некоректного слововживання: «Україною котиться хвиля біженців зі Сходу»; «У держави немає офіційного статусу для біженців»).

### **Про що слід пам'ятати передусім, висвітлюючи проблематику вимушених переселенців в Україні?**

Передовсім, варто пам'ятати, що:

- майже всі внутрішні переселенці (за рідкісними винятками) є громадянами України. Відповідно, вони мають ті самі права, що й інші громадяни України, включно із правом на свободу, захист від катувань, свободу вираження поглядів і захист від дискримінації. Спроби фактичного обмеження цих прав є таким самим правопорушенням, як і вчинені стосовно будь-яких

громадян України. Відокремлювати внутрішніх переселенців від громадян України є некоректним

(приклад: заголовок «Українці не хочуть здавати житло переселенцям зі Сходу»).

- вимушене переселення внаслідок окупації чи війни є травматичною, або й трагічною ситуацією для переселенців. Його не варто розглядати як тест на політичну лояльність чи відданість певному політичному табору. Внутрішні переселенці — люди, які не мали наміру покинути свої домівки, але були змушені зробити це, рятуючи себе і своїх близьких. Тож ставлення до усіх переселенців як до «прихованих прихильників Росії» чи, навпаки, «відданих єдиній Україні» може призвести до некоректного висвітлення їх становища.

- проблематика внутрішніх переселенців, як і біженців з України в інших країнах, активно використовується у політично-пропагандистських цілях. Тому за її висвітлення особливо важливим є дотримання журналістських професійних стандартів: критичне ставлення до повідомлень з непідтверджених джерел; використання лише перевірених даних, зокрема цифр; перевірка фактів (особливо, якщо мова йде про конфліктні ситуації за участі переселенців).

- внутрішні переселенці походять з різних соціальних, етнічних, майнових, релігійних, професійних та інших спільнот. Вони так само різноманітні, як мешканці інших регіонів України. Намагання, навіть мимохіть, представляти їх як гомогенну спільноту — призведе до викривлення і спрощення їх справжньої ситуації і їх потреб.

### **Коли можна узагальнювати інформацію щодо переселенців, у журналістських матеріалах взагалі — й, зокрема, у заголовках?**

Попри свою різноманітність, внутрішні переселенці поділяють комплекс проблем, пов'язаний із причинами та характером своєї вимушеної міграції. Більшість з них мусила покинути домівку, залишивши позаду більшість майна та усталені соціальні зв'язки. У багатьох (передовсім, але не винятково — вихідців з небезпечних регіонів на сході України) житло, майно або документи виявилися знищеними. На новому місці проживання внутрішнім переселенцям доводиться вирішувати подібні проблеми, пов'язані з відсутністю житла, місця працевлаштування, продовженням навчання дітей, відновленням документів, отриманням на новому місці пенсій чи матеріальної допомоги, отриманням доступу до заблокованих банківських рахунків, тощо. Виникає потреба відновлювати коло спілкування і взаємної підтримки. У багатьох на окупованих чи

небезпечних територіях залишилися близькі люди — друзі чи родичі. На жаль, багато хто із них пережив травматичні події, і може потребувати психологічної допомоги, іноді навіть не усвідомлюючи цього.

Ці проблеми, пов'язані з адаптацією та інтеграцією на новому місці, виникають у будь-яких вимушених переселенців, незалежно від їх походження чи переконань. Тож узагальнення, які стосуються цих проблем видаються виправданими.

(Приклад: заголовок «Переселенці потребують житла на зиму»).

---

### **Коли неприпустимо узагальнювати інформацію щодо переселенців, у матеріалах взагалі — й, зокрема, у заголовках?**

Неприпустимими є узагальнення, у тексті матеріалів чи у заголовках, які створюють враження, що внутрішні переселенці складають окрему групу осіб, відмінну від решти мешканців України, не через свої соціальні обставини, а через переконання, поведінкові моделі, мову, освітній рівень чи особисті якості. Категорично неприпустимо поширювати на всіх переселенців дії окремих людей. Такі дії не лише суперечать журналістським стандартам та створюють викривлений образ ситуації, а й можуть призвести до випадків дискримінації чи проявів ворожнечі щодо окремих осіб лише через те, що вони були змушені тікати від окупації чи війни.

(Приклад: заголовок «Біженці зі Сходу показують середній палець Небесній Сотні»).

Непоодинокими є випадки, коли окремі особи або організації виступають від імені усіх внутрішніх переселенців, роблячи заяви, висуваючи вимоги чи переповідаючи про вимоги, зроблені іншими. Натепер не існує жодної організації, яка об'єднувала би більшість внутрішніх переселенців — тож такі повідомлення потребують особливо ретельної перевірки, а їх безконтрольне поширення є неприпустимим.

(Приклад: «Біженці в Закарпатті вимагають нові російські школи»).

---

### **Чи всі, хто виїхав до території РФ, зробили це через проросійські переконання, і можуть кваліфікуватися, як «зрадники» чи «сепаратисти»?**

Ні. Більшість цих людей тікали від бойових дій, багато хто вивозив свої родини, бажаючи лише врятувати життя собі й своїм близьким. Часто напрямком виїзду визначається не ідейними переконаннями, а наявністю тих, хто може допомогти (родичів чи друзів), або ж небезпечністю інших маршрутів виїзду. До речі, ці люди не є внутрішніми переселенцями — бо перебувають на території іншої держави. Стосовно них використання поняття «біженець» є більш виправданим, ніж щодо тих, хто виїхав до інших регіонів України.

---

### **Чи всі, хто не виїхав з територій, можуть кваліфікуватися, як «зрадники» чи «сепаратисти»?**

Ні. Люди залишаються в окупованому Криму чи територіях, підконтрольних озброєним загонам т.зв. «ДНР» і «ЛНР» з різних причин. Вони можуть бути дуже різні: нездатність забезпечити собі виїзд з матеріальних, фінансових чи медичних міркувань; потреба дбати про старших родичів, які нездатні прожити самотійно; страх їхати у безвість і бажання будь-якою ціною залишитися вдома; переконання, що ці території є українськими, і там варто залишатися бодай комусь з відповідними поглядами; і безліч інших.

---

### **ВІСВІТЛЕННЯ ПОБУТУ І ПРОБЛЕМ ВНУТРІШНІХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ**

#### **Чого варто уникати, висвітлюючи проблеми і побут внутрішніх переселенців на безпечних територіях України?**

Ситуація озброєного насильства та ідейного протистояння полегшує формування стереотипів та схильність до різкіших, радикальніших дій. Аби не сприяти формуванню невиправдано негативного образу внутрішніх переселенців як групи, варто уникати невиправданого наголошення на регіональному походженні особи, «прив'язуючи» її до негативних характеристик

(приклад: «попри те, що сам з Донбасу, він ніколи не бажав приєднання до Російської Федерації»);

педалювання питань мови чи етнічної належності, якщо вони не становлять невід'ємної складової матеріалу; винесення оціночних суджень стосовно усіх внутрішніх переселенців чи їх окремих груп без поінформованості щодо індивідуальних ситуацій

(приклад: «ганьба, що чоловіки, які виїхали з Донбасу, не пішли всі як один добровольцями до зони АТО»).

### **Яке медіа-висвітлення може допомогти внутрішнім переселенцям?**

Водночас, у теперішній ситуації особливо важливого значення набуває розповідь про індивідуальні, людські історії переселенців; висвітлення громадських ініціатив допомоги внутрішнім переселенцям та піклування про долю тих, хто залишився у, скажімо, окупованому Криму, не змінивши українського громадянства. Також варто привертати увагу до випадків дискримінації внутрішніх переселенців через

особливі ризики, які несе із собою це явище. Це не лише підвищить поінформованість аудиторії, а й може сприяти вирішенню наявних проблем. Особливу увагу при висвітленні побуту внутрішніх переселенців варто звертати на те, аби не зашкодити героям матеріалів чи іншим людям.

- Висвітлюючи історію окремих людей — варто переконатися, що всі подробиці можна оприлюднювати, що це не загрожуватиме ані самим героям матеріалів, ані їх родичам чи близьким, які, можливо, залишилися на окупованих територіях чи в регіоні, підконтрольному озброєним загонам т.зв. «ДНР» та «ЛНР».
- Особливо обережними треба бути, спілкуючись із дітьми-внутрішніми переселенцями. Події у них вдома могли стати причиною психологічної травми, тож варто зважувати тактовність запитань і можливість негативної емоційної реакції. Не можна робити фото чи відео обличь дітей без прямого дозволу батьків чи опікунів, за відсутності такого — щонайменше, уникати показування обличь.
- Поважайте гідність тих, про кого робите матеріал. Приховувати проблеми не варто; однак показувати внутрішні

переселенців у некомфортній ситуації (наприклад, пов'язаній з отриманням певних видів гуманітарної допомоги) варто лише з їх дозволу, або ж якщо це має надзвичайне суспільне значення.

- Не можна обіцяти того, що не можете зробити. Вразливі групи, у т.ч. переселенці, можуть сподіватися, що журналісти допоможуть вирішити їх проблеми. Невиконані обіцянки допомоги можуть мати дуже негативні наслідки.
- В разі конкретної проблемної ситуації, яку можуть допомогти вирішити організації, установи та ініціативи, які існують натеper — варто не полінуватися і передати інформацію про конкретні потреби особи чи групи осіб тим, хто може спробувати їх вирішити.

Поява внутрішньо переміщених осіб — трагічний момент для країни. Вона несе із собою проблеми, які треба вирішувати на системному рівні, і в разі неспроможності це зробити — стає довготерміновою. Однак слід пам'ятати, що у внутрішніх переселенців життя триває, а у деяких — починається. Від наших, спільних із ними, зусиль, у тому числі — від роботи журналістів, залежить, наскільки гідним, реалізованим, безпечним і повним воно буде.

Не всі приклади, наведені у тексті, взято дослівно з реальних джерел.

**Проект «Без Кордонів» ГО «Центр «Соціальна Дія»: МОВА ВОРОЖНЕЧІ  
ТА ЗМІ: МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ТА ПІДХОДИ. К., 2015.**

**Редакція та упорядкування:**

Олена БОНДАРЕНКО  
Максим БУТКЕВИЧ  
Ірина ФЕДОРОВИЧ

**Переклад :**

Ірина КИСЛЯКОВСЬКА  
Олена БОНДАРЕНКО

**Дизайн:**

Марина ДИКУХА

**Верстка:**

Фаїна КОЗИРЄВА