

**Етика
в редакційному
повсякденні**

Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses
Deutscher Presserat (Hg.)

Ethik im Redaktionsalltag

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Інститут сприяння публіцистській молоді

Німецька пресо́ва рада (вид.)

**Етика
в редакційному
повсякденні**

Київ
Видавництво «К.І.С.»
2010

ББК 76.01

Етика в редакційному повсякденні. — К.: Академія Української преси, Центр Вільної преси, 2010 — 228 с.

ISSN 1617-3570 (нім.)

ISBN 3-89669-469-3 (нім.)

ISBN 578-966-2123-16-6 (укр)

Пресовий кодекс Німецької пресової ради є обов'язковим етичним зобов'язанням щодо якості для цілої галузі. Видавці газет і журналів, а також обидві великі профспілки журналістів в Німеччині розробили ці стандарти якості та стали ними керуватися. Інститут сприяння публіцистичній молоді НКО належить до тих журналістських шкіл, які разом з Пресовою радою поділяють думку, що практичне втілення етичних норм значною мірою залежить від їхнього закріплення в професійному підготованні журналістів. Тому вони тісно співпрацюють на цій ниві.

Наведені та ретельно розібрані приклади трапляються і в українському, і в німецькому редакційному житті. На думку авторів, ця книга має підштовхнути до впровадження написаної етики в редакційне повсякдення. Вона сприятиме подоланню розриву між щоденними вимогами та ідеалами, прагне змістити акцент з розгляду етики з відповідного індивідуального переконання в обов'язковий колегіальний дискурс.

Видання книги стало можливим завдяки підтримці Представництва Фонду Фрідріха Науманна за Свободу в Україні

Етика в редакційному повсякденні

Переклад: *Андрій Баканов*

Наукове редагування: *Валерій Іванов*

Літературне редагування: *Олександр Телемко, Оксана Волошенюк*

Менеджмент видання: *Оксана Волошенюк*

Комп'ютерна верстка: *Ольга Саковська*

Бібліографічна інформація Німецької бібліотеки

Німецька бібліотека реєструє цю публікацію в Німецькій національній бібліографії, детальніші бібліографічні дані можна знайти в Інтернеті за адресою <http://dnb.ddb.de>

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2005

© Академія Української преси, 2009

© ЦВП, 2009

© Переклад А. Баканов, 2009

© «К.І.С.», 2009

Зміст

Передмови

Німецька Пресова рада	27
ІСПМ – Інститут сприяння публіцистичній молоді НКО ¹	29

Рекомендації щодо роботи з цією книгою 31

ЧАСТИНА I: ТВОРИ ТА РОЗПОВІДІ ПРО ДОСВІД

1. **Форми етичних самозобов'язань 34**

Ахім Баум: Що повинні журналісти робити? 34

Вольф Шнайдер: Чи правильно нас інформують? 42

2. **Учитися на помилках 49**

Франциска Аугштайн: Про ведмедів і міністрів внутрішніх справ . 49

Ілька Дегранж: Завжди щосуботи 51

Йоахім Франк: Журналісти у запалі гонитви 53

Баша Міка: Кожен писав та ніхто не знав по суті, про що 55

Міхаель Науманн: Як переходять межу 57

Геріберт Прантль: Фінальне інтерв'ю 59

Удо Ребель: «... лише на помилках Ви навчитесь» 63

ЧАСТИНА II: ПРИКЛАДИ З ПРАКТИКИ ТА КЛЮЧІ ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ

1. **Перед публікацією 66**

1.1. Поведінка під час розслідування 66

А) Завжди представлятися журналістом?
[Коли маєш справу з публічними людьми]. 67

Б) Приховане розслідування виправдане?
[Журналісти як учасники семінару] 68

В) Фотографування хворих
[Постраждалих у лікарні] 69

¹ НКО – некомерційна організація – *Прим. перекл.*

Г) Розслідування під час насильств [Захоплення заручників у Фульді]	70
Г) Угода з владою про мораторій на поширення інформації [Висвітлення подій у випадку шантажу]	71
Ключі до розв'язання	73
1.2. Обходження з інформантами та інформацією	80
А) До якої межі захищати інформантів? [Проблеми з безпекою на атомній електростанції]	81
Б) Загострювати результати розслідування? [Інсценування ситуацій для фотографій].	82
В) Публікувати неповні результати розслідувань? [Афера з бонусними мільярами]	84
Ключі до розв'язання.	86
2. Публікація	90
2.1. Ретельно та приблизно	91
А) Завжди дотримуватися термінів заборони? [Обходження з пресовими повідомленнями]	91
Б) Загострення у заголовках [Тимчасове відсторонення від посади головного лікаря]	93
В) Плакатне узагальнення в заголовках [Новий аерозоль проти нежиті].	94
Г) Плакатне зображення на титульній сторінці [Нова дієва речовина проти СНІДу]	96
Г) Узагальнення в результатах опитувань [Пілотне дослідження щодо раку]	97
Д) Передрук інтерв'ю [Оригінальна цитата у безкоштовній газеті]	99
Е) Інформант у рядку автора [Свідок як автор].	101
Є) Збалансованість у виборчій боротьбі [Подіумний захід без дрібних партій].	102
Ж) Забезпечувати незалежне висвітлення подій [Партійний функціонер як співробітник]	103
З) Наскільки радикальною може бути думка? [Коментар до 11 вересня]	104
И) Дискримінація в листах читачів [Політемігранти та іноземці]	106

Ї) Скорочення читацьких листів [Війна в Іраку]	107
Й) Використання фотомонтажу дозволено? [Вибух в Енсхеде]	109
Ключі до розв'язання.	111
2.2. Коли на кону економічні інтереси	117
А) Скільки може бути власної реклами? [Кампанія проти «тойро» ²]	117
Б) Оплачувана публікація [Портрет фірми]	119
В) Спонсорство в розділі спорту [Презентація від броварні]	120
Г) Сервіс або прихована реклама [Консультаційні послуги проектувальника міста].	121
Г) Належна стаття до оголошення? [Лікарняна каса інформує]	123
Д) Місцеві економічні новини [Портрет винної крамниці]	124
Е) Подарунки та незалежне висвітлення подій [Подорожі та цінні привілеї]	126
Ключі до розв'язання.	129
2.3. Поважати особистість	132
А) Повідомлення про самогубства [Два трупи на залізничних коліях]	132
Б) Точні дані про місце злочину [Убивство в розділі місцевих новин]	134
В) Наведення прізвищ місцевих знаменитостей [Нещасний випадок на автомагістралі]	135
Г) Забезпечувати анонімність? [Захист для студентки].	138
Г) Згадування назв хвороб [Спекуляції щодо місцевої політичної діячки].	139
Д) Різкі висловлювання щодо хворих [Зображення хворої на епілепсію]	140

² Віднімецького Еуро («євро», читається як *ойро*) та teuer («дорого», читається як *тойєр*) – натяк на загальне подорожчання у зв'язку із запровадженням грошової одиниці євро – Прим. перекл.

Е) Образа в коментарі? [Поразка мера на виборах]	141
Є) Образа в короткому іронічному коментарі? [Штойбер ³ /нацисти].	141
Ж) Людська гідність під вогнем сатири? [Вірш про вбивство Папи Римського]	143
Ключі до розв'язання.	146
2.4. Ставлення до меншин та релігійних переконань	152
А) Позначення людей з обмеженими можливостями як недоумкуватих [Дозволений стилістичний засіб або дискримінація?]	152
Б) Правопорушення, скоєні іноземцями [Згадувати про походження порушників?].	153
В) Етнічні меншини [Циганські діти йдуть красти]	156
Г) Глузливий заголовок? [Судове рішення щодо розп'яття].	157
Д) Наведення релігійних образів [Відтворена таємна вечерея]	158
Е) Коментування релігійних змістів [Аллах в жартівливому віршику]	159
Ключі до розв'язання.	161
2.5. У суді	163
А) Гаданий злочинець [Затавровано підозрюваного].	164
Б) Місцеву знаменитість затримано при скоєнні злочину [Крадіжка, скоєна представницею місцевого самоврядування]	165
В) Передчасне засудження або повідомлення про підозри? [Шеф клініки].	167
Ключі до розв'язання.	168
2.6. Сенсація та насильство	170
А) Вуаеризм або документація? [Фотографія 11 вересня]	171

³ Натяк на Едмунда Штойбера, німецького політика, екс-прем'єр-міністра Баварії – *Прим. перекл.*

Б) Загроза для молоді або документація? [Ліберійський солдат з відтятою головою].	172
В) Фотодокументи після самогубства [Самоспалення]	174
Г) Зображення учасника ДТП [Водій трамваю переїхав людину].	175
Ключі до розв'язання.	177
3. Після публікації.	179
3.1. Якщо є конфлікти.	181
А) Виправлення [Призначення на посаду президента].	181
Б) Справу завершено [Архієпископу закидають лихварство]	182
В) Ноах — неправдиве повідомлення з інтернету [Жінка нібито померла від шурячої сечі]	183
Г) Приклади надрукованих доган	184
Ключі до розв'язання.	185
3.2. Обходження з особистими даними	186
А) Публікація днів народження [Запозичення ювілейних дат з місцевої преси]	187
Б) Наведення прізвищ державних службовців [Телепередача про податкову інспекцію].	189
В) Бездоказові закиди [Жорстоке поводження у дитячому будинку]	189
Г) Конфіденційна інформація [Наведено вагу дитини]	190
Г) Фінансова незалежність [Борги місцевого політика]	191
Ключі до розв'язання.	193
Додаток	
Публіцистичні засади (Пресовий кодекс)	200
Принципи поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції	215
Бібліографічні рекомендації	217
Предметний та іменний показник	225

Фонд Фрідріха Науманна за Свободу був заснований у 1958 р. Теодором Гойсом, першим президентом і батьком німецької Конституції. Фонд отримав свою назву на честь його вчителя Фрідріха Науманна (1860-1919) — лютеранського теолога і представника соціального лібералізму.

Фонд є одним з п'яти політичних фондів і є близьким до Вільної демократичної партії. Він фінансується з бюджету ФРН і діє в понад 60 країнах світу.

У своїй діяльності Фонд дотримується наступних принципів:

- Свобода та власна відповідальність індивіда
- Космополітизм та толерантність
- Повага до прав людини
- Ринкова економіка та верховенство права

Фонд користується такими інструментами: політичні консультації, заходи з удосконалення та підвищення кваліфікації, політична освіта у формі семінарів та конференцій, публікації на ліберальну тематику.

З 2005 року ми маємо своє представництво в Україні, тому що прагнемо надати підтримку Україні на її шляху до демократії, ринкової економіки та євроатлантичних інститутів.

Нашою найвищою метою є свобода. Після «Помаранчевої революції» ЗМІ стали вільними, але не незалежними. Без правової держави немає свободи. За відсутності права панують свавілля, насильство та право сильнішого. Передумовою правової держави є вільна преса, яка контролює владу. Ми вирішили допомогти Академії Української преси перекласти книгу «Етика журналістики», тому що вона містить багато важливих статей про розвиток незалежної преси. Україні конче потрібна вільна та незалежна від держави та олігархів преса, щоб зокрема реалізувати кредо Фонду Фрідріха Науманна за Свободу *«Без свободи все нічого не варте»*.

Доктор Гайке Дьорренбехер
Керівниця проекту Фонду в Україні та Білорусі

Передмова

Журналіст і суспільство

Права та обов'язки журналіста в контексті професійних стандартів

Головне завдання журналіста — це задоволення інформаційних потреб аудиторії. Взагалі, в багатьох країнах вважається, що журналіст — це людина, яка отримує свій основний прибуток від діяльності зі збирання, обробки та розповсюдження масової інформації. Журналіст має багато прав, але він має й певні обов'язки — перед суспільством, самим собою, власником мас-медіа тощо.

Журналіст надає інформацію для споживання її аудиторією. При цьому він **повинен утримуватися від ангажованості**. Ангажований журналіст передає викривлену інформацію. На жаль, чимало медіа дають політично або економічно ангажовану інформацію, у якій за старими традиціями радянської пропаганди світ поділений на дві частини: правих і неправих, гарних і поганих. Ця ангажованість призвела до того, що більшість із читачів, глядачів, слухачів, вмикаючи телевізор або радіоприймач, розгортаючи газету, знають, за кого агітуватиме те чи інше медіа, а кого буде ганити. Звичайно, це не має нічого спільного з традиціями якісної журналістики. Журналісти таких мас-медіа брутально нехтують принципом збалансованості інформації, вони не подають усіх основних точок зору на проблему, намагаються бути своєрідними інформаційними суддями, які вирішують: хто правий, а хто винний, чію точку зору має знати аудиторія, а чію їй знати зайве.

Іноколи трапляється прихована ангажованість. Тобто журналіст надає слово представникам різних політичних сил, але через добір опонентів, або через ангажовані питання, розставлення акцентів одна сторона отримує привілеї, а іншій не дають висловити свою точку зору.

Подібним чином було побудовано висвітлення масової акції опозиції «Повстань, Україно!» 16 вересня 2002 р. На основних каналах українського телебачення час, що був відведений для опозиції, яка ініціювала акцію, та час для висвітлення точки зору представників державних структур мав співвідношення як майже третина до двох третин (38 % — опозиція та 62 % — представники влади). Крім того, із синхронів опозиції глядач не міг дізнатися про погляди тих, хто вивів людей на вулицю, про те, які були причини та очікуванні результати акції. Синхрони були, в ос-

новному, про роботу правоохоронних органів, про те, чи заважали вони учасникам акції, та аж ніяк не про принципові моменти. Таким чином, аудиторія так і не отримала інформаційної картинки того, що відбувалося. Було квазі-відображення ситуації, коли опозиція зображувалася в якості маргінальних осіб, які невідомо чому мітингують і невідомо чого вимагають, а «добра влада» дає їм таку можливість.

На жаль, маніпулювання інформацією на користь замовника стало звичайним явищем в українських мас-медіа. Журналіст повинен надавати аудиторії інформаційні послуги, і при цьому він не повинен вдаватися до маніпуляцій, домагатися нав'язати визначену точку зору. Адже обов'язок журналіста перед аудиторією складається з усебічного її інформування про події та явища дійсності.

Журналіст не повинен бути заангажованим жодними ідеологічними, політичними, економічними, релігійними чи іншими подібними поглядами. Його інформація має бути безсторонньою, ретроспективною. Навіть в аналітичних чи художньо-публіцистичних жанрах, де журналіст має право висловлювати власну точку зору, він не може бути пропагандистом якихось поглядів чи сил. Звичайно, винятком є ситуація, коли матеріали розміщено під рубрикою «Реклама» або коли журналіст працює в партійному виданні.

Лише за умови незаангажованості журналіста можуть бути досягнуті такі норми, як достовірність, збалансованість та повнота інформації. **Неупередженість** журналіста є обов'язковою умовою його професійної діяльності. Журналіст має чітко усвідомлювати, що його матеріали повинні відбивати не його (або його середовища) погляди, не інтереси власника, а те, що дійсно відбувається в суспільстві, що він не є суддею або арбітром, і аудиторія має право знати всі основні точки зору на проблему, що розглядається. За умов суспільної дискусії немає і не може бути істини в останньої інстанції.

Журналіст має постійно відчувати **відповідальність за своє слово**. Бо слово журналіста може стати зброєю. Воно може вбивати, роз'єднувати народи і країни, а може відігравати позитивну роль, об'єднувати зусилля людей навколо вирішення важливих проблем. В Україні як поліетнічній країні особливо важливо бути обережним при висвітленні проблем, що пов'язані з національним питанням. Крім того, відповідальні журналісти мають приділяти особливу увагу тому, щоб їхнє слово об'єднувало країну, а не створювало додаткових бар'єрів, підкреслюючи часто уявну різницю між Сходом і Заходом.

Для українських журналістів старшого покоління завдання неупередженості є досить складним у суто психологічному плані. Радянська модель журналістики передбачала діяльність не інформатора чи комунікатора, а полум'яного пропагандиста. Недарма мас-медіа називалися засобами масової інформації та пропаганди (ЗМІП). Журналісти мали

виконувати визначені ідеологічні функції. Нині ситуація докорінно чином змінилася. Журналісти мають розглядати події відсторонено, нібито з боку. Висновки, особливо в інформаційних жанрах, має робити аудиторія, а не працівник медіа.

Небезпека ідеологізації зберігається і в наш час. Причому, відмова від ідеологічного впливу полягає не тільки в тому, щоб уникнути державного чи партійного тиску на медіа. Не менш важливо для журналіста уникати ролі судді в тих питаннях, які він висвітлює. Журналісти, часто послуговуючись благими намірами, й сьогодні здійснюють пропагандистський ідеологічний вплив на аудиторію. Є в цьому провина і дослідників журналістики, викладачів. Наприклад, послуговуючись старою схемою пропагандистського впливу, частина з них вважає кращим доказом патріотизму пропаганду національних чеснот та переваг українців, навіть вважає інформаційні жанри неприйнятними для України, бо за їх допомогою важко здійснювати ідеологічний вплив. **Журналіст не повинен постійно виносити вироки та розставляти акценти.** Він має надавати інформацію для аналізу. Бути заангажованим, тенденційним — неприйнятно для журналіста, на які б світлі ідеали він при цьому не орієнтувався.

Особливо небезпечною є тенденційність при висвітленні міжетнічних питань. Застарілі стереотипи здатні швидко викликати конфлікти, особливо коли полум'я роздухується журналістами-пропагандистами.

В цивілізованому світі є абсолютно неприпустимим, коли журналісти прямо виявляють свої політичні симпатії чи антипатії. І, звичайно, діючі журналісти не можуть брати участі у виборах на боці тієї чи іншої політичної сили.

Слід чітко усвідомлювати, що для журналіста його громадянська позиція складається не в просуванні визначених ідей і поглядів, а в намаганні подавати інформацію незаангажовано, достовірно і повно. **Пропагандистська функція журналістики не має права на існування.**

Коли ми говоримо про незаангажованість журналіста, про те, що він не має ставати на бік однієї зі сторін конфлікту, це не стосується проявів емоційних оцінок ситуації (звичайно, не в інформаційних жанрах). Симпатія, співчуття, обурення дуже доречні при описі конкретних ситуацій. Але й тут журналіст не повинен брати на себе ролі судді або пророка.

Незалежність журналіста. Збираючи матеріал для публікації журналіст має уникати будь-якої форми залежності. Політичні чи економічні замовлення, прихована реклама є грубими порушеннями професійних журналістських стандартів.

Журналіст має уникати будь-якої форми особистої зацікавленості при збиранні інформації та створенні матеріалу. При цьому вважається, що професійний журналіст не повинен брати участі в політичних

чи інших заходах, якщо це може поставити під сумнів його професійну неупередженість.

Особливо пильним журналістові слід бути при розгляді дій влади. Якщо це необхідно, він має зробити все для покарання винних можновладців.

Особливо обережним необхідно бути у разі оприлюднення **інформації, яка належним чином не перевірена** (перевіряти потрібно, як правило, з двох незалежних джерел) або якщо джерело інформації зацікавлене у її висвітленні певним чином. Зазвичай, оприлюднення при цьому не допускається, а у випадках винятків (суспільна значущість інформації) аудиторія має право знати про всі сумнівні моменти.

Соціальна відповідальність журналіста полягає в тому, що всі його судження, вся інформація мають бути достовірними та повними, що він надає можливість висловитися всім основним фігурантам подій, забезпечуючи аудиторії можливість бути повністю поінформованою з усіх питань, які мають актуальний суспільний інтерес.

Звичайно, журналісти по-різному ставляться до питань соціальної відповідальності. Багато хто вважає, що це, як і етика взагалі, зараз не на часі. Мовляв, ось почнемо краще жити, тоді інша справа — всі працюватимемо етично. Або — от завершаться вибори, тоді можна буде дотримуватися етичних вимог.

Наприклад, головний редактор «Независимой газеты» В.Третьяков вважав, що не можна дотримуватися етичних вимог, бо кожен бореться за фінансове благополуччя свого видання. Тобто дотримання норм етики робить видання беззахисним перед недобросовісними конкурентами.

Такі погляди, на жаль, не рідкість. Однак при цьому не беруться до уваги два моменти. По-перше, добра журналістика є рентабельною, бо таким виданням довіряє аудиторія, і внаслідок цього вони мають більше рекламних прибутків. По-друге, недотримання норм етики призводить, знову ж таки, до втрати читача, глядача, слухача та зникнення видання взагалі. Дотримання моральних принципів в кінцевому підсумку завжди йде на користь і мас-медіа, і окремому журналістові. Той, хто діє етично, користується не тільки довірою аудиторії, але й повагою колег, що не тільки тішить самолюбство, але й може допомогти у скрутній ситуації.

При цьому важливо розуміти, що етично треба діяти і з тими, хто сам діє неетично. Наприклад, політичні журналісти мають дотримуватися норм етики, хоча самі політики часто вважають себе вільними від будь-яких норм (недаремно політику називають брудною справою). Неетичність об'єкта публікації аж ніяк не виправдовує неетичних дій журналіста щодо цього об'єкта.

Окремо слід сказати про суворі обмеження для журналістів у питанні співробітництва з правоохоронними органами. З одного боку, журналіст

як громадянин має протистояти злочинам, але, з іншого, як представник професії, має діяти, виходячи зі свого головного завдання: інформування аудиторії. Тому завжди у міжнародних журналістських організацій викликають суворий осуд спроби спецслужб використовувати журналістів для прикриття своєї діяльності.

Наприклад, коли в Люксембурзі злочинець взяв у заручники дітей в дитячому садочку, і поліція наблизилася до нього під виглядом журналістів та застрелила, використовуючи фальшиву телекамеру, це викликало осуд міжнародних професійних організацій. Бо такі дії дискредитують професію журналіста і ведуть до підвищення небезпеки для працівників медіа, які виконують свої обов'язки.

Особливо треба бути обережним з описом кримінальних розслідувань та судових справ. З одного боку, на журналіста не розповсюджується вимоги презумпції невинуватості (бо він не є посадовою особою), але з іншого, етика вимагає, щоб нікого не називали злочинцем без вироку суду.

Взагалі, при критичному висвітленні конкретної особи треба пам'ятати не тільки про шкоду для її репутації (це може бути цілком виправдано), але й про біль, якого можна завдати їй близьким. Слід намагатися мінімізувати негативні наслідки для всіх, хто не є безпосереднім об'єктом критики.

Норми етики мають універсальний характер. Не можна використовувати одні норми для одних ситуацій (чи, припустімо, скрутних часів), а інші — для інших. Журналіст завжди має діяти відповідно до норм професійної моралі.

Важливим також є ставлення журналістського середовища. Корпоративна журналістська солідарність — дуже важлива. Але не менш важливе принципове ставлення до порушень професійної етики з боку колег. Журналістика за своєю суттю — професія публічна. Тому слід принципово ставитися до всіх спроб «приватизувати» цю професію, принизити її авторитет.

В Україні діє Комісія з журналістської етики (голова КЖЕ В.П. Мостовий). Вона розглядає скарги на дії медіа з боку аудиторії. Подібні органи саморегулювання журналістів існують в більшості країн світу.

Конфлікт інтересів

Досить часто у роботі журналіста виникають питання так званого **конфлікту інтересів**. Це означає випадки, коли **журналіст тим чи іншим чином може бути зацікавлений в позитивному або негативному висвітленні того, що є об'єктом його матеріалу**. Етичний журналіст уникає конфлікту інтересів. Того ж вимагають більшість редакційних статутів та кодексів етики.

Журналіст має пам'ятати, що наслідком збирання матеріалу має бути всебічний аналіз ситуації в обраній сфері. І результат повинен відбивати його власну точку зору на всі події сучасності. Тобто треба уникати щонайменшої ангажованості як з боку політичних, так і економічних та інших кіл. При цьому дуже важливо позбутися щонайменшої можливості конфлікту між власними інтересами та інтересами редакції. У випадку, якщо такий конфлікт виник, журналіст має відмовитися від створення матеріалу.

У сфері політики це, наприклад, те, що журналіст не має висвітлювати ті події, в яких бере участь. Приміром, якщо журналіст бере участь у демонстрації або мітингу, то не може висвітлювати їх проведення, мотиви та наслідки (виняток складає увімкнене спостереження (метод маски), але в цьому випадку участь журналіста в якійсь діяльності не є щирою. Він просто збирає матеріал для власного розслідування під прикриттям). Взагалі, вважається, що журналіст не повинен посідати виборних посад. Тобто, що діяльність політика є несумісна з журналістською працею. Для України, де в кожному парламенті були депутати з числа журналістів, це нові та незвичні вимоги. Але вони мають під собою підґрунтя. Звичайно, ніхто не обмежує право людини виявляти свої політичні схильності, право обирати та бути обраною. Мова йде про інше. Якщо людина заангажована певною ідеологією або політичною силою, то вона не має права писати на цю тему. Бо такий журналіст свідомо чи не свідомо перетворюється на агітатора. А це неприпустимо. Журналіст має висвітлювати політичні події відсторонено, а не як їх учасник. Він має аналізувати причини політичних явищ та процесів, не зважаючи на свої особисті симпатії та антипатії. А в умовах, коли людина сама є активним учасником політичного дійства, таке неможливе.

У царині економіки проблема стоїть ще гостріше. З одного боку нібито все зрозуміло.

- 1) журналіст не має права готувати матеріали, в яких розглядається діяльність компаній, в успіху яких він чи члени його родини зацікавлені (наприклад, є акціонерами чи вкладниками такої компанії, працюють там);**
- 2) журналіст не має права використовувати інформацію, яка стала йому відомою внаслідок збирання матеріалу до публікації, для особистого збагачення (купівлі цінних паперів, обміну валюти за вигідним курсом тощо).**

Але тут розглядаються питання особистого збагачення, які не викликають особливих проблем при тлумаченні.

Значно складніше, коли журналістські розвідки входять в конфлікт з економічними інтересами газети, теле- чи радіокомпанії. Найчастіше трапляються конфлікти з рекламодавцями. Відомо, що газети мають два основних джерела прибутку: рекламу та прямий продаж споживачеві, а

теле-, радіоорганізації — одне: тільки рекламу. Таким чином, мас-медіа мають сильну залежність від рекламодавця. Детальніше про це йтиметься в наступних розділах, але треба окремо зауважити, що **є брутальним порушенням журналістської етики потурання інтересам рекламодавця, створення тільки тих матеріалів, які сприятливо висвітлюють його діяльність**. Адже і тут на першому місці мають стояти інтереси споживача інформаційної продукції, а вони вимагають чесного, збалансованого висвітлення усіх питань.

Окремо треба досліджувати ситуації, коли публікація може викликати невдоволення частини аудиторії. В Україні це досить широке коло питань: від мовних проблем до постачання енергоносіїв. Те, що на Сході країни сприймається прихильно, викликає велике роздратування на Заході і навпаки. Журналіст має чесно досліджувати ситуацію, давати свій погляд, уникаючи спокуси стати на той чи інший бік. Журналіст не є бійцем, а перо не є багнетом. Журналіст має бути чесним спостерігачем суспільних явищ і вчасно сповіщати людей про тенденції розвитку соціуму, про проблеми та негаразди, що зустрічаються на його шляху.

Окремим випадком конфлікту інтересів є **праця за сумісництвом**. Тут немає загальноприйнятих норм. В одних виданнях така робота дозволяється, в інших — суворо забороняється. Головне тут — уникати конфлікту інтересів між мас-медіа, де працює журналіст. І в будь-якому випадку треба обов'язково ставити до відома про сумісництво роботодавця.

Ставлення до пільг

Багато етичних проблем виникає, коли журналіст отримує якісь подарунки або пільги за свою роботу. Це можуть бути безвинні сувеніри, а можуть — значно дорожчі речі. У світі зокрема **вважається абсолютно неетичним прийняття подарунків, безкоштовних або за зниженими розцінками послуг, безкоштовних поїздок**. Якщо журналіст здійснив порушення у цій сфері, то він, як правило, ніколи не зможе більше працювати в журналістиці. *Наприклад, кілька німецьких журналістів, що висвітлювали автомобільні теми, тепер вже ніколи не зможуть займатися цією роботою, бо стало відомо, що вони мали розважальну поїздку на Таїті, яку оплачував автомобільний концерн*. Це було розцінено як хабар.

Вважається за правильне, щоб редакція сама оплачувала усі поїздки своїх журналістів, сама дбала про оплату квитків на спортивні або видовищні заходи (для журналістів відповідних відділів).

Журналіст не має приймати коштовних подарунків, торгівельних скидок, усього, що може бути схожим на хабар. Звичайно, цілком неприйнятним (і протизаконним) є прийняття плати за приховування чи оприлюднення відповідної інформації. *Відомий американський журналіст*

М.Берлін згадує випадок, коли в газеті «Філадельфія інквайєр» викрили журналіста, який вимагав платню за розповсюдження сприятливої інформації. Цей журналіст помер за ґратами, а газету довелося продати іншому власникові, бо інакше не можливо було поновити її репутацію.

Окремо слід сказати кілька слів про так званий «бутербродний журналізм». У бізнесових та політичних колах вважається за обов'язкове після прес-конференції або брифінгу влаштувати фуршет, інакше буде погане висвітлення. Це справедливо лише почасти. З одного боку, дійсно, кожен практикуючий журналіст знає, що на більшості прес-конференцій з фуршетами є «завсідники», які ходять на всі подібні заходи. Але для більшості українських журналістів наявність частування не має аж ніякого значення.

Звичайно, трапляються й інші випадки, коли оплату за гостинність не запропонуєш. Якщо політик або бізнесмен запросив на обід чи філіжанку кави (кухоль пива), або посол іноземної держави – на вечерю, то, звичайно, вже не запропонуєш розрахуватися за це частування. Це буде сприйнято як образа. З іншого боку журналіст зацікавлений приймати такі запрошення, бо там під час неформального спілкування можна довідатися про багато тонкощів, краще зрозуміти причини явищ та мотиви діяльності зацікавлених сторін.

Дуже важко провести межу, яка відділить хабарі від дружнього частування. Але кожен журналіст має це зробити. Як правило, критерієм тут служить вагомість послуги. Якщо журналіст у відповідь може зробити таку саму послугу, то це не є хабаром. Якщо ні, то від прийняття подібних пільг слід відмовлятися. Журналіст постійно має піклуватися про свою власну професійну репутацію та про репутацію свого видання. Будь-яка підозра в продажності здатна зруйнувати сталу і добру репутацію.

Журналістська відповідальність

Кожен журналіст несе відповідальність перед суспільством, перед своєю аудиторією. Він відповідальний за повну і адекватну інформацію про саме суспільство та його окремі групи, про події навколишнього середовища, про все, що має актуалізований інтерес для аудиторії.

Крім того, мас-медіа є майданчиком для суспільної дискусії, тобто єдиного, за Г.В.Ф.Гегелем, механізму формування громадської думки. В цій дискусії має лунати голос не тільки переважної більшості, але й суспільних меншин. Така дискусія є не лише запорукою того, що голос кожної суспільної групи буде почутий, а й механізмом проти застою та загнивання, запорукою розвитку.

Таким чином, мас-медіа виконують свою інформаційну та комунікативну функції. Обидві з них мають однаково важливе значення.

Суспільство має право знати інформацію про себе і про все, що може вплинути на нього. При цьому особливо важливе значення має те, щоб ця інформація була правдивою, щоб віртуальна картинка дійсності адекватно відбивала реальну. Замовчування справжнього стану речей відіграє таку ж негативну роль, як і пряма дезінформація. **Місія мас-медіа полягає в тому, щоб давати правдиву інформацію та забезпечувати суспільну дискусію таким чином, щоб голос і більшості, і меншості громадян був почутий.**

У грудні 1994 року рекомендації під назвою «Свобода журналістів і права людини» були прийняті міністрами держав-учасників Четвертої Європейської урядової конференції щодо політики у галузі мас-медіа. Там, зокрема, висувуються такі принципи діяльності журналіста, як «чесність в інформуванні, коментуванні, критиці, утримання від невиправданого втручання у приватне життя, дифамації, необгрунтованих звинувачень; виправлення будь-якої друкованої або переданої в ефірі інформації, що виявилася неточною (помилковою)».

Особливо важливим є критичне ставлення до дій влади. Для журналістів не може бути гарної або поганої влади. Вони представляють інтереси громади, і їхнім завданням є пильно слідкувати за діями тих, хто цією громадою керує. Журналіст має висвітлювати як позитивні, так і негативні моменти дій влади. З позитивом, як правило, жодних проблем немає. Влада зацікавлена в тому, щоб давати про себе позитивну інформацію і робить це, користуючись бонусом привілейованого доступу до ефіру та газетних шпальт, через прес-служби, журналістські пули тощо. Збирати і передавати аудиторії негативну інформацію про дії влади складніше. Тут виникають перепони на всьому шляху від збирання та перевірки інформації до її дистрибуції. Але негативна інформація про дії владних структур ще більш важлива, ніж позитивна. Влада має можливість керувати громадою, тому громада має знати про всі прорахунки в діях влади, щоб мати змогу вплинути на неї. Без суспільного контролю (а без медіа такий контроль просто неможливий) будь-яка влада скочується до авторитаризму, віри у власну непогрішність та божественну місію.

Абсолютними табу для журналістів є брехня, маніпуляція свідомістю громадян та пропаганда. Причому два останніх є більш небезпечними, ніж пряма брехня. В наш час диверсифікації інформаційних потоків приховати правду на тривалий час просто не можливо. А от скомпрометувати правду, зміксувати правду і брехню таким чином, що не буде зрозуміла істина, наполегливо просувати якусь ідею в суспільство — це журналіст може зробити ефективно. І цим може завдати великої шкоди. **Журналіст не є і не може бути пропагандистом, агітатором чи PR-менеджером.** Ці спеціальності несумісні з журналістською діяльністю. Не даремно у Франції журналіст, що переходить на роботу до PR-служби, автоматично втрачає акредитаційну картку, тобто право називатися журналістом.

Журналістика просто не потрібна, якщо вона не інформує аудиторію про всі актуальні проблеми, що трапилися у суспільстві, не відслідковує вірні та помилкові кроки влади, а тільки підспівує їй. Організація суспільної дискусії передбачає те, щоб аудиторія могла почути не тільки голос влади, а й те, що кажуть діячі опозиції, а також, що теж дуже важливо, голос представників громадськості.

При цьому важливо, щоб голоси тих, хто виступає з друківаних шпальт чи в ефірі теле- чи радіопрограм не були спотворені. Звичайно, при розгляді складних питань треба давати грамотний коментар того, що діється. Але такий коментар мають давати не самі фігуранти справи (політики), і не журналісти, які її висвітлюють, а незалежні експерти. На жаль, ця практика в Україні наразі майже відсутня.

Журналіст має завжди пам'ятати про відповідальність за своє слово перед суспільством, аудиторією, людьми, які стали об'єктом його уваги, колегами по цеху, своєю газетою, теле- чи радіокомпанією, і перед самим собою.

Слід зауважити, що поняття «журналістської відповідальності» аж ніяк не включає до себе відповідальності тільки перед редактором, виданням, власником, владою та іншими подібними інституціями. Це цілком професійна дефініція, яка полягає у відповідальності конкретного журналіста або цілого медіа перед суспільством та аудиторією. Поняття журналістської відповідальності виникло порівняно недавно. До початку ХХ століття у світі панували дві концепції преси: лібертаріанська та авторитарна. Згідно з першою, журналіст відповідав насамперед перед власною совістю і сумлінням. Причому вважалося, що не відбудеться нічого страшного, якщо журналісти через якісь помилки нав'яжуть суспільству хибний погляд на якісь речі або події. Згідно теорії повернення до істини Д.Мільтона, правильні оцінки та ідеї все одно здобудуть перемогу, бо істина є непереможною. В авторитарній моделі журналіст несе відповідальність насамперед перед владою, бо вона є верховним авторитетом у такому суспільстві. Він є провідником ідей влади, тобто слухняним інструментом в її руках.

У ХХ ст. виникла нова концепція діяльності медіа — соціально відповідальна. Згідно поглядів її духовного батька Мілля, журналісти несуть особливу відповідальність перед суспільством. Вони мають чітко усвідомлювати, які будуть наслідки від їхнього слова, сприяти розвитку суспільства, чесно інформувати аудиторію про події, не піддаватися і не підлягати будь-якому тискові, окрім морального. Тобто згідно лібертаріанської та соціально відповідальної концепцій журналіст — це особа на службі суспільства, а не окремих громадян чи інституцій. Тому викликає подив та несприйняття твердження, що журналіст, як найманий працівник має оберігати інтереси власника. Журналіст — це не таксист, який везе замовника туди, куди той заплатив. Журналіст, лікар, вчитель,

представники деяких інших професій відповідають перед працедавцем тільки тим, що чесно працюють. Сам же зміст праці визначається його обов'язками перед суспільством.

На сучасному етапі розвитку України відповідальність журналіста ще більш зростає. І проблема не тільки в тому, що країна переживає болісний перехід від одного суспільного ладу до іншого, не тільки в труднощах набуття незалежності, а й у тому, що ми маємо чимало стереотипів життя в суспільстві, де цензурування і маніпуляція словом були нормою. Журналіст повинен пам'ятати, що маніпулювати інформацією легко, але він за жодних обставин не має права цього робити. Для журналіста головним мірилом того, що він пише має бути Його Величність Факт. Звичайно, це не відкидає відповідальності журналіста за форми подання факту, але саме фактична, реальна дійсність є орієнтиром того, що пише або показує медіа. Особлива відповідальність журналіста в Україні пов'язана також і з тим, що українське суспільство поляризоване, розколоте по лінії Схід-Захід. Але, звичайно, це не означає, що журналіст має припускатися маніпуляцій, з благою метою подолати цей розкол. Найкраща боротьба за єдність країни, це викриття того, що заважає нам жити разом, того, що роз'єднує. І, звичайно, показ того, що об'єднує, робить однією спільнотою.

Журналістика — це не інформаційна зброя. Вона не має вбивати та калічити. Завдання цього суспільного інституту зовсім інше: служити інформуванню та комунікації членів тієї чи іншої спільноти.

Звичайно, часто головна функція медіа, тобто інформування вступає в конфлікт з іншими правами та свободами людей. Найчастіше, це право на приватне життя, на захист честі та гідності, питання національної безпеки та легітимності влади. За головне мірило тут має бути суспільний інтерес. Якщо журналіст вважає, що суспільний інтерес перевищує ті чи інші права приватних осіб чи державних інституцій, то він зобов'язаний таку інформацію оприлюднити. Зокрема, патріотизм журналіста полягає не в приховуванні прорахунків керівництва країни, а в чесному інформуванні про всі гаразди та негаразди розвитку країни.

Журналісти відповідальні перед своїми колегами. Правда, тут відповідальність дещо іншого гатунку. Журналіст відповідає перед колегами за те, щоб не плямувати авторитету професії. Він не має займатися штрейкбрехерством, тобто погоджуватися працювати на гірших умовах замість колег, яких можуть звільнити. Журналістика — суспільна професія. І як в усіх професіях гуманітарного плану, журналісти дуже болісно ставляться до власних поразок та успіхів колег. Але вони мають об'єднуватися, коли йдеться про корпоративні інтереси, коли колегам з інших видань загрожує небезпека від спільних «ворогів» (насамперед, це, звичайно, влада).

Цікавий шлях солідарності знайшли газети Чернівецької області. Там місцевий суд наприкінці квітня 2003 р. засудив газету «Час» до виплати компенсації моральної шкоди колишньому керівникові управління боротьби з корупцією та організованою злочинністю Чернівецької облдержадміністрації О.Семененку у розмірі 50 тис. гривень за публікацію фейлетону «Як милися у лазні Володимир Миколайович з Олександром Миколайовичем». На знак солідарності з газетою, для якої таке рішення означало закриття, чотири найбільш тиражних видань області — «Молодий буковинець», «Доба», «Чернівці» та «Буковинське віче» — одночасно передрукували цей фейлетон.

Особливо важливе уважне ставлення журналіста до прав осіб, які стають об'єктом його професійного інтересу. Їхнє право на честь та гідність, на захист приватного життя може бути порушене тільки якщо його переважає право суспільства знати, тобто нагальна суспільна потреба.

Не можна також принижувати людину за ознакою фізичних вад чи хвороби. Треба дуже уважно ставитися до вказівок на расу, національність, релігію, соціальну належність, стать персонажів. На них слід посилатися тільки якщо це безпосередньо пов'язане з темою матеріалу та має значення для розуміння того, що відбулося.

Взагалі, тема меншин у суспільстві є дуже важливою. Звичайно, точка зору більшості представляється (і має представлятися) в журналістиці. Але не менш важливо, щоб була представлена думка меншості. Тільки так може бути організована плідна громадська дискусія. Журналіст має завжди пам'ятати, що його думки не є істиною в останньої інстанції, що він має надавати можливість висловитися представникам усіх соціальних груп.

Журналіст відповідає за те, що

- аудиторія має бути поінформована про всі важливі для неї події, явища та процеси;
- в обговоренні важливих для соціуму подій беруть участь представники усіх основних груп суспільства.

Важливу роль серед критеріїв журналістських матеріалів має поняття «об'єктивності». Воно міститься у більшості кодексів з журналістської етики. Звичайно, досягти об'єктивності фактично неможливо. Бо журналіст є членом соціуму і повністю абстрагуватися від суспільного життя йому навряд чи вдасться. Однак треба прагнути досягти високого рівня об'єктивності. Журналіст має ставитися до теми та об'єктів свого матеріалу неупереджено. Але універсальним рецептом, звичайно, має стати збалансованість висвітлення проблеми.

Кожен журналіст має свою громадянську позицію, але він не має права нав'язувати її своїй аудиторії. Навіть в авторських програмах та аналітичних жанрах у пресі краще представляти всі основні точки зору

на проблему. Упередженому журналістові ніхто не повірить. В журналістиці має бути не тільки зовнішній, але й внутрішній плюралізм.

Саме журналістська упередженість та намагання отримати особистий зиск з відповідного предствлення подій призвели до того, що журналістику часто порівнюють з першою найдавнішою професією — проституцією. Журналіст повинен пам'ятати, що за свої помилки він відповідає своїм добрим іменем та авторитетом своєї професії.

Журналіст має цінувати довіру своєї аудиторії. Він повинен уникати ситуацій, коли виглядатиме тільки як провідник політичних чи бізнесових інтересів. Журналіст не має робити матеріали, з яких одержить безпосередній матеріальний зиск (звичайно, мається на увазі не гонорар). Журналіст має працювати так, щоб не втратити гідність та повагу до себе, має сповідувати принципи порядної, доброї журналістики.

Збереження культурних традицій

Мас-медіа відіграють роль потужного культурного інтегратора. Тут треба відзначити, що медіа поділяються на якісні та масові. Масові медіа, в основному, опускаються до смаків масової аудиторії. Якісні, навпаки, піднімають аудиторію до рівня високоосвічених журналістів. Безумовно, масові медіа, які реалізують рекреативні, розважальні функції мають таке ж право на існування, як і медіа, що викликають високі почуття та розвивають людину. Але слід пам'ятати, що розваги не означають брехню, що вони не мають принижувати почуття власної гідності у представників різних рас і національностей.

Медіа, без сумніву, виконують і виховні функції. Справа в тому, що приклад, який аудиторія бачить у героях матеріалів журналістів і в поведінці самих журналістів, потужно диктує норми поведінки, дає їхні зразки. Недарма найпопулярніших медіа-фігурантів використовують у рекламі.

У цьому контексті поведінка, мова, ставлення до інших людей з боку журналістів теж відіграють неабияку роль. Людині притаманно намагатися відтворювати у своїй поведінці зразки, які вона бере з людей, яких поважає, вважає гідними до наслідування.

Збереження культурних традицій в мас-медіа часто стикається з об'єктивними перепонами. До них, насамперед, відносяться матеріальні труднощі. Найбільш ефективним каналом для передачі культурних традицій є, безумовно, телебачення, яке діє одразу на декілька органів почуттів. Але зараз в Україні, і в більшості інших країн спостерігається засилля голлівудської кінематографічної продукції. Національний кінематограф не в змозі скласти їй конкуренцію. Це призводить до наслідування гірших зразків поведінки, до зниження загальної культури аудиторії, до втрати національних культурних надбань. Звичайно, можна говорити про те, що

це невід'ємний елемент процесу глобалізації і з цим нічого не вдієш. Але досвід Франції, Італії, Канади показує, що можна зберігати власні традиції навіть і в умовах глобалізації. Журналісти повинні намагатися відтворити кращі зразки національних культурних традицій.

Окремо треба сказати про роль журналістики в становленні незалежних країн. Досвід постколоніальних країн Африки та Азії показав, наскільки ваговою є роль журналістів у цьому процесі. Вона полягає в стимулюванні становлення національної ідентичності, поінформованого громадянського суспільства, сталої економіки.

Журналісти мають пам'ятати про свою відповідальність перед тими, хто їх слухає, читає, дивиться, Вони мають усвідомлювати, що служать своєрідним зразком для наслідування.

Етичні вимоги щодо журналістських повідомлень

На жаль, з розквітом масової преси відбулася вульгаризація змісту медіа. Матеріали сенсаційного характеру, де є секс, смерть, скандали, насилля, посіли провідне місце на газетних шпальтах, в теле- та радіо-ефірі. Це потурання низьким смакам виправдовується тим, що глядач цього хоче. Але при цьому забувається те, що аудиторія виховується на матеріалах медіа. І таким чином вони самі впливають на виховання смаків невибагливої публіки.

Цікаві данні досліджень були наведені на сайті «Телекритика» (<http://www.telekritika.kiev.ua/review/?id=7111>). За даними медичного факультету Гарвардського університету (Harvard University) американська дитина до настання 18 років бачить з екрана телебачення 180 тис. випадків насилля, з них 80 тис. вбивств. Організація Mediascope наводить такі данні: 66 % дитячих програм у США містить сцени насилля, причому у 75 % випадків насилля ніяк не карається. Треба брати до уваги і той факт, що американський ефір значно менш насичений сценами насилля, ніж український. Багато американських фільмів, які у нас ідуть в прайм-тайм, у США заборонені для неконтрольованого дорослими показу.

За останні 40 років у світі було проведено більше тисячі різних досліджень впливу телебачення на поведінку неповнолітніх. Вони проводилися у різних країнах, але мали фактично ідентичні висновки. Американська академія педіатрії (American Academy of Pediatrics) зробила чотири фундаментальних висновки з цих досліджень. По-перше, чим більше діти дивляться передачі зі сценами насилля, тим частіше вважають насилля за легітимний засіб вирішення проблем. По-друге, перегляд подібних сцен робить людину більш беззахисною в реальному житті. По-третє, зростають шанси для людини стати жертвою насилля. По-четверте, сама дитина може стати більш агресивною. Взагалі, неповнолітні схильні більше довіряти матеріалам телебачення, ніж оточуючим. А до восьми років дитина не може відділити реальність від фантазії. Відомі випадки,

коли діти підпалювали свої будинки чи виплигували з вікон, наслідуючи приклади телевізійних героїв. Негативний зміст передач телебачення підвищує рівень злочинності в суспільстві, особливо, підліткової. В США більше чверті громадян переконані, що телевізійні передачі перенасичені насиллям. А опитування Gallup показало, що телебачення вважається другою головною причиною підліткової злочинності (на першому місці опинилися безвідповідальні батьки).

Поступово до мас-медіа приходять розуміння того, що аморальні матеріали погіршують репутацію та комерційний стан медіа. Наприклад, компанія Yahoo! під впливом користувачів припинила не тільки продаж порнографічної продукції, але й розміщення реклами подібних товарів.

На жаль, під впливом комерціалізації стає все менше спеціалізованих видань та передач, спрямованих на дитячу аудиторію. Такі видання та передачі просто не можуть зібрати достатньо рекламних коштів. Звичайно, поступово ситуація зміниться, але поки що дітям фактично немає місця на медіа-ринку. Це має негативні наслідки для суспільства в цілому. Звичайно, тут потрібні зусилля держави, а не тільки журналістів. Але журналісти мають нести свою частку відповідальності за представлення матеріалів для дитячої аудиторії.

Література

Здоровега В.Й. Вступ до журналістики. — Львів, 1994.

Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. — 2-е вид. — Л.: ПАІС, 2004. — 268 с.

Капелюшний Л. Жертвна кров: Дайжест-дослідження. — К., 2004. — 574 с.

Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження, трансформації незалежних видань України, врегулювання моральних порушень: Монографія. — Львів: Світ, 1998.

Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики: Опыт этического кодекса // <http://www2.internews.ru/books/moral/index.html>

Приступенко Т.О. Теорія журналістики, етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: Навчальний посібник. — К.: Інститут журналістики, 2004.

Шиллингер Э. Проблемы и перспективы развития журналистской этики в России // <http://www.medialaw.ru/selfreg/5/08.htm>

Проф., д-р Валерій Іванов, Президент Академії Української преси

Подяка

Трохи добрих оригінальних матеріалів для копіювання з теми «Етика» — більше на початку й не треба. Десяток-другий повсякденних випадків, які можуть трапитися кожному журналістові від Фленсбурга до Оберстдорфа, а також ключі до розв'язання. На додаток кілька вказівок, як з цим працювати на семінарі. Коментована бібліографія, яка б спонукала до подальшої роботи, теж би не завадила. Непогано було б одержати пару щирих порад від колег та ту чи іншу правову консультацію саме там, де пресова етика зачіпає законодавство про пресу. І якщо вже на те пішло, то чому б і не спитати кількох «великих», чого б вони не хотіли повторити.

З невеликої теки про етику вийшла наприкінці чимала книжка. Саме завдяки швидкій та колегіальній підтримці багатьох авторів вона має такий вигляд. Знаючи про всього лише невиразну ідею, вони розповідали нам про особисті помилки або давали підказки з повсякденного життя. І це, безумовно, тому, що вони відчують якийсь свій особливий обов'язок стосовно тем «Етика», «Журналістика» та «Освіта».

Отже, хотілося б висловити особливу подяку таким колегам: д-р Франциска Аугштайн, проф. д-р Ахім Баум, Франк Бірманн, Ренате Даум, д-р Ілька Дегранж, Узула Ернст-Фласкамп, Йоахім Франк, Том Якобі, Ульріке Кайзер, Забіне Картте, Ганс Ляендеккер, Баша Міка, д-р Райнгард Мюллер, д-р Міхаель Науманн, Манфред Протце, д-р Геріберт Прантль, Удо Рьобель, Роланд Шатц, Ульф Шлютер, Вольф Шнайдер, Ютта Шпехт, Йост Шпрінгенгут, Катаріна Штегельманн, Йорг Штайнбах, Йоахім Вестгофф. Д-р Гаральд Віггенгорн з адвокатської контори Latham & Watkins LLP надавав юридичні консультації, Штефан Ляйферт склав коментовану бібліографію та Петер Й. Шолтисек підготував газетні вирізки для друку. Їм також висловлюємо щиру подяку.

Насамкінець ми дякуємо газетним і журнальним видавництвам, а також агенції *lege artis* за надання прав передруку.

Редакційний колектив

За ІСПМ

П. Роджер Гергарді OSA

Карл Грюнер

Д-р Маркус Ніколіні

Бернард Руде

Д-р Ельвіра Штеппахер

За Німецьку пресову раду

Елла Вассінк

«Нехай нас пізнають по наших роботах»

І журналістська етика є правдивою, лише коли її дотримуються

Манфред Проце

Наше суспільство все більше й більше облаштовується за ринковими правилами. Ринковий принцип організації при обміні товарами та послугами має переконливі переваги порівняно з бюрократичними методами державного регулювання згори. Але він має також суттєві вади. На питання справедливості та гуманності ринок відповіді не дає. Він також не виробляє мірил для захищеності та необхідності надавати допомогу слабким, дітям, молоді, літнім людям і хворим. Йому також мало знайоме милосердя, як і любов до ближнього та солідарність. У своїй основній конструкції ринок функціонує на засадах дарвінізму. Успіхи та невдачі вимірюються монетарними величинами.

Засадничо те ж саме стосується ЗМІ. Навіть якщо ми з добрих міркувань на підставі розвинутого з досвіду консенсусу надаємо їм значно більшого значення як блага для громадськості та загалу, ніж іншим товарам і послугам. Правдивість як захист від колективної та особистої омани та помилки, повага до гідності та приватної сфери, захист від колективної та особистої дискримінації — це ті мірила, яких медійний ринок сам по собі не створює. Через те, що ЗМІ прагнуть привернути увагу до власної продукції якомога більшої кількості споживачів і спонукати їх до придбання її, немонетарні цінності зазнають тиску, а часто їх відкидають. А разом з цінностями і люди.

Що робити? Відмінити ринок і замінити системою раціонування? Наприкінці XXI століття ніхто серйозно це не розглядатиме. Тим більше, що організовані державою системи раціонування як раз не проявили себе гарантими основних цінностей. Вочевидь, залишається лише один шлях: ринкові правила ми маємо доповнити соціальними та гуманними правилами, сукупність яких ми називаємо етикою. При цьому ми повинні дбати про те, щоб для цієї етики знайти консенсус у професійному та суспільному дискурсі. Це підвищує здатність до реалізації та сумісність з суспільними процесами. За державою ми повинні й мусимо залишити ті регулювання, здійснювати котрі поки що вдається лише через репресивні заходи. Мовним відповідником правдивості є достовірність. Стосовно ЗМІ вона відіграє подвійну роль. З одного боку, те, що ми сформулюва-

ли та публічно прийняли стосовно масштабів і правил для публіцистичної роботи, стає достовірним лише у повсякденній практиці. Нехай нас пізнають по наших роботах — таким може бути самозобов'язувальний постулат.

Достовірність є одночасно також основним капіталом ЗМІ й тих, хто там працює. Якщо ж достовірність втрачається, то надовго руйнується й економічна основа публіцистики. І нехай нас при цьому не вводять в оману економічно успішні високі накладки та частки так званих розважальних ЗМІ. Подібно до театру, цирку та белетристики вона з давніх-давен має свій ринок. При недекларованому мимовільному змішанні жанрів програє лише те, що претендує на достовірність та орієнтири.

Ідеальним був би несуперечливий симбіоз ринку та етики. І хіба так уже нереально, якби у майбутньому все більше людей витрачали гроші насамперед на ті ЗМІ, котрі у відповідному продукті завжди втілювали б етично те, що вони колективно та індивідуально публічно обіцяли?

Пресовий кодекс Німецької пресової ради є обов'язковим етичним зобов'язанням щодо якості для цілої галузі. Видавці газет і журналів, а також обидві великі профспілки журналістів в Німеччині розробили ці стандарти якості та стали ними керуватися. ІСПМ належить до тих журналістських шкіл, які разом з Пресовою радою поділяють думку, що практичне втілення етичних норм значною мірою залежить від їхнього закріплення в професійному підготуванні журналістів. Тому вони тісно співпрацюють на цій ниві. Обґрунтованим і бажаним було б поширення цієї співпраці на систему професійного вдосконалення та підвищення кваліфікації. Її собі професійна етика також черпає свою переконливість і прийнятність зі ствердження та подальшого розвитку в дискурсі з повсякденною практикою.

Ця книга має підштовхнути до впровадження написаної етики в редакційне повсякдення. Вона намагається подолати розрив між щоденними вимогами та ідеалами, який часто сприймають як завеликий. Водночас вона прагне сприяти переведенню розгляду етики з відповідного індивідуального переконання в обов'язковий колегіальний дискурс.

Манфред Проце є редактором ДПА та головою Комітету з розгляду скарг (Палата 1) Німецької пресової ради.

Факти та квоти

Гострий край, по якому часто мусять ходити журналісти

Роджер Гергарді

З журналістикою все дуже просто: дивишся, що відбувається на вулиці або по той бік дзвіниці, й пишеш про це. Готове. Класичний варіант цієї професії уособлював наш сільський служитель магістрату, котрий зранку швендяв вуличками, дзвіночком привертав до себе увагу і кричав людям сільські новини — здебільшого схвалені бургомістром. Відтак він ішов додому задоволений собою й гордий зі свого значення для громади.

Поки одного дня з провулка не з'явився конкурент, який мав голосніший дзвіночок та строкатіший одяг. Йому не достатньо було цукерок від бургомистра, але він розповідав людям — оминаючи офіційне бюро — речі, які б їм не здавалися можливими. Про привласнені диригентом чоловічого хорového об'єднання членські внески він знав так само багато, як і про радощі батьківства поза шлюбом директора початкової школи. Інтриги місцевого будівельного підрядника при роздаванні місць під забудову були йому так само відомі, як і картярські борги сільського пекаря. Окрім того, він точно знав, коли було вигідніше мовчати, ніж балакати. До того ж він завжди мав час для балачок під сільською липою та для чарочки в стрілецькому клубі. Він називав це підтриманням контактів. Через це старий служитель магістрату став самотнім. Лиш інколи він чатував на позаштатного новачка, коли публіка розсіювалася, щоб запекло посперечатися з ним про етичні засади цієї старовинної професії, представники якої повідомляють новини.

Й оскільки вони ще не вмерли, то живуть та сперечаються й досі: як далеко можна знайти у пошуках новин? Чи можна називати ім'я підозрюваного у скоєнні злочину до того, як виголошено вирок суду? Чи можу я передавати повідомлення, яке лише наполовину надійне, тільки щоб випередити конкурента? Чи не суперечить духові колегіальності, коли ведуть розшуки за принципом випаленої землі, так що жодний журналіст більше не може ступити на територію, де був я, не викликаючи різкої агресії? Чи можна розширювати свою аудиторію, понижуючи змістовий рівень? Чи не є то зневагою аудиторії, коли даєш їй зрозуміти, наскільки духовно убогою ти її вважаєш? Коротше кажучи: чи слід поважати людей про яких і для яких я пишу й передаю?

«Німецька пресова рада» та «ІСПМ – Інститут сприяння публіцистській молоді» з різних позицій виконують одне й те ж саме завдання – сприяти чесній та відповідальній журналістиці. Ця книга про «Етику в редакційному повсякденні» є суттєвим вкладом у цю справу. Позаяк про журналістську етику через конкретні випадки можна дискутувати жвавіше й довше, ніж через абстрактне вивчення законодавства про пресу – хоча це й не повинно применшувати значення останнього – тут зібрано багато відповідного матеріалу. Тут йдеться насамперед не про проблеми великих і міжрегіональних видань, а показано ситуації, в яких також і молоді журналісти інколи відчувають себе невпевнено. Це показує наш досвід з галузевого підвищення кваліфікації стажистів у католицькій пресі і в щоденних газетах. Як бути з пресовими подарунками? Наскільки серйозно слід дотримуватися визначень заборони? На що слід звертати увагу в місцевих повідомленнях на економічні теми? У наведених прикладах численні поради та рекомендації експертів з редакційного життя дають додаткові поштовхи до дискусій та зміцнення власної думки.

«Помилок не уникнути» – йдеться в цій книзі – «не вчитися на них непросто». Це стосується також відомих колег, котрі в першій частині діляться своїм відповідним досвідом; не задля показного самовикриття, а щоб засвідчити гостроту леза, по якому іноді журналістам доводиться ходити.

Рамкові умови пресового ландшафту за останні роки різко погіршилися. Загострена конкуренція, брак часу, персоналу постійно ускладнювали умови для етичного самоаналізу цієї професії. Однак саме його вимагає громадськість, оскільки авторитет журналістів падає внаслідок зростання порушень засад чесного обходження з фактами. Чим раніше журналісти займуться етичними питаннями своєї повсякденної поведінки, тим більшими будуть шанси побачити відповідальну журналістику.

Й може ми знову досягнемо того, щоб не служитель магістрату з більшим дзвіночком мав і більшу аудиторію; бо, зрештою, надія на перемогу якості не повинна вмирати.

П.Роджер Гергарді OSA – директор ІСПМ в Мюнхені.

Рекомендації щодо роботи з цією книгою

При визначенні розділів посібника «Етика в редакційному повсякденні» ми орієнтувалися на реальне виникнення журналістської статті (текст і фото). Спочатку йде попередня робота з одержання інформації (Розділ 1: Розслідування), відтак — збирання та опрацювання для надання інформації (Розділ 2: Публікація) і нарешті оцінювання результатів (Розділ 3: Після публікації). Обрана нами структура книги має полегшити розуміння та пошук типових проблемних випадків редакційного повсякдення, зокрема, для молодих журналістів, перед якими ще не поставали етичні питання. Тому вона відхиляється від систематики наведеного у додатку Пресового кодексу, що склалася історично.

Окремі етичні судження

У всіх тут наведених прикладах йдеться про реальні випадки з журналістської практики. Завжди читачі газет і журналів скаржилися з приводу публікацій у Німецьку пресову раду. Чи вважав це її Комітет з розгляду скарг обґрунтованим, чи ні — про це можна дізнатися наприкінці кожного розділу. Тут наведено підстави для рішень Комітету. Можливо, не кожен читач повністю з ними погодиться. Частково це впливає з природи справи, оскільки етичне сприйняття має значні простори для судження. Де, на думку одного, уже порушено особисті права людини, а інший вважає навпаки — так, наприклад, це стосується публікації фотографій умирущих 11 вересня 2001 р.

Усередині кожного розділу насамперед подано приклади випадків, погляди редакції, відповідні статті та норми Пресового кодексу, а також поштовх до дискусії. Наприкінці розділу як ключ до розв'язання наведено рішення Пресової ради щодо відповідного випадку. Приклади доповнено додатковими «Підказками з редакційного повсякдення» (позначеними !) та «Нотатками з адвокатської контори» (§).

Заувага, догана, осуд

Пресова рада вживає різних заходів для покарання порушень Пресового кодексу або журналістських обов'язків. Диференціюванням заходів «заувага», «догана», «громадський осуд» або ж «негромадський осуд» вона виражає відповідну тяжкість провини.

При меншому порушенні Пресового кодексу Пресова рада висловлює так звану «редакційну заувагу», котрою вказують редакції на відповідну

помилку. «Догана» уже гостріша за тоном і означає, що Комітет з розгляду скарг уже виразно засуджує те, що опублікували газета або журнал. «Осуд» висловлюють, коли наявне серйозне порушення Пресового кодексу. Тут розрізняють «громадський осуд» та «негромадський осуд». «Громадський осуд» має надрукувати осуджений орган, а у випадку «негромадського осуду» часопис не мусить його друкувати. Цей захід обирають здебільшого з причин захисту жертви повідомлення, щоб знову не зробити її зображуваним суб'єктом.

У сенсі самозобов'язання майже 90 відсотків від німецьких видавництв добровільно зобов'язуються надрукувати «Осуд» й публікують його майже в усіх випадках. Читачі повинні дізнатися про неправильний вчинок редакції. Урешті, слід указати на те, що Пресова рада не є законодавчо прописаною інстанцією, й тому прагне бути не суддею, а колегіальним порадником задля впровадження загальної професійної етики.

ЧАСТИНА І
ТВОРИ ТА РОЗПОВІДІ
ПРО ДОСВІД

1. Форми етичних самозобов'язань

Що повинні журналісти робити?

Про необхідність журналістської етики

Ахім Баум

«Журналістом може називати себе, хто хоче», — пише Вальтер фон Ларош у своїй монографії «*Вступ до практичної журналістики*». Так воно і є. І це добре. Доступ до журналістики є вільним, кожен може нею займатися, і ніхто не диктує, які якості повинні мати журналісти, і в чому, зокрема, має полягати їхня діяльність. Єдина основна умова стосується насамперед комунікативної компетенції, тобто уміння зрозуміло висловлюватися. А це вже досить важко. Бо коли хтось може точно сказати та написати те, що він хоче сказати та написати, то він має перевагу перед тими, хто не володіє своєю мовою. Журналісти у прямому значенні слова *заводять мову* про речі.

Уже одне питання про те, які можуть бути причини неточної мови, вводить у саму суть цієї статті. Адже *умінню* написати те, що хочеш написати, цілком можна навчитися. Тому, між іншим, десятки тисяч молодих людей відвідують сотні наукових курсів, шкіл підготовки та підвищення кваліфікації та різні академії, проходять стажування в ЗМІ, де вони готуються до журналістських професій, не кажучи вже про численні пропозиції щодо удосконалення професії для тих, хто вже працює в журналістиці. Але висловити те, що хочеш, часто заважають зовнішні та внутрішні умови, в яких працюють журналісти. І з цього випливає засадничий конфлікт — не в останню чергу в головах самих окремих журналістів: про що повинні журналісти говорити, писати, заводити мову? Адже найзагальніші, неточні формулювання, котрі трапляються навіть у так званих якісних виданнях, випливають з цієї етичної проблеми. Оскільки за неясною мовою ховається здебільшого глибша проблема, що зачіпає етику журналістики: вона ніби маскує неточні пошуки, не виражені оцінки журналіста або ж є прихованою ознакою репресій, в умовах яких він висловлюється. Найяскравішим (історичним) прикладом цього є так званий *камуфляж*, за допомогою якого журналісти в усі часи — в Німеччині насамперед за панування нацистів — намагалися «між рядками» висловлювати свою критику панівних політичних кіл. Деякі журналісти у внутрішній еміграції, котрим пізніше доводилося

виправдовувати свою публіцистичну роботу в Третньому Рейху, прикрашали свої — саме свідомо неточно сформульовані — статті як засіб опору. Але насправді журналістика закінчується там, де вона намагається «говорити мовчки», як це колись сформулював Бенно Райфенберг.

Внутрішні та зовнішні умови, за яких *не* може бути описаний реальний стан справ, бо цьому протистоять потужні інтереси, ми називаємо недемократичними. Тому правила нашого суспільного спільного існування, котрі передбачають свободу, рівність і справедливість для всіх, вимагають якраз протилежного: демократична публічність є платформою, на якій всі повинні мати змогу говорити про все. Наша демократія влаштована як суспільство, що навчається. І журналістське завдання полягає в тому, щоб через ясну інформацію та чітку критику показати суспільству, де виникає загроза уповільнення руху нашого суспільного життя. Це є політична контрольна функція ЗМІ. Засоби масової інформації слугують — таке формулювання прийняв Федеральний конституційний суд — *засобом та чинником* формування індивідуальної та громадської думки. А з основного права на свободу думки та інформації (Ст. 5 Основного Закону) — котре дозволяє займатися журналістикою кожному, хто має таке бажання, — одночасно впливає для журналістів нормативне право, ба більше — обов'язок — публічно повідомляти про те, що заважає справедливому та рівноправному спільному існуванню. Гласність, публічність не є більш-менш випадковим продуктом журналістської діяльності, а принципом демократичного суспільства. Тому держава повинна запобігати однобічному сторонньому проникненню влади у ЗМІ, так би мовити «провладненню» ЗМІ. І тому від часу заснування Федеративної Республіки Німеччини закони передбачають низку надзвичайних привілеїв для тих, хто займається публіцистикою: так, наприклад, закони про пресу та ЗМІ федеральних земель надають журналістам особливе право зберігати в таємниці джерела інформації (право відмовитися свідчити), захищають редакції особливою мірою від обшуків з боку правоохоронних органів та забезпечують важливе для щоденної редакційної роботи право ЗМІ на одержання інформації від органів влади. Це створило зовнішні умови для свободи преси, тобто журналісти не тільки можуть, вони, власне, мусять говорити і писати про те, що бачать, думають, знають.

Але як відповідати таким високим вимогам? Як контролювати і чим пояснити цю *владу медій*, що неминуче впливає з цього, їхню часто згадувану функцію практично четвертої гілки влади в державі? І як захищаються ті, хто на благо загалу користується цими привілеями, від паршивих овець у власних рядах? Відповідь гранично проста і надзвичайно послідовна: хто виступає від імені громадськості, той повинен бути в змозі також публічно перевіряти і пояснювати свою роботу. Це є ідея добровільного публіцистичного самоконтролю. У «Принципах публіцистики» — Кодексі Німецької пресової ради — та послідовній роботі

останньої ця думка зразково втілена в життя. Наразі цей публіцистичний самоконтроль здійснює низка інших органів, відповідальних за різні медійні сфери (наприклад, Добровільний самоконтроль Об'єднання засобів масової комунікації (FSM), Добровільний самоконтроль телебачення (FSF), Добровільний самоконтроль кіно (FSK), Німецька рекламна рада, Німецька рада з громадських зв'язків (DRPR)). Вони забезпечують прозорість стосовно всіх похибок, про які стає відомо у їхніх відповідних галузях. Тому що з забезпеченням свободи преси виникає також небезпека зловживання нею. Так, у Німеччині власне перший крок у напрямку публіцистичного самоконтролю зроблено уже з прийняттям імперського закону про пресу 1874 року. В ньому вперше запроваджено таке поняття, як «відповідальний редактор». І це, не в останню чергу, означало: держава визнавала за пресою самоврядну і самоконтрольну діяльність. Були численні спроби започаткувати щось на кшталт станово-професійної юрисдикції для журналістів — щось подібне до такої у лікарів та адвокатів. Імперське об'єднання преси — тодішня професійна організація журналістів — висунула 1924 року першу по-справжньому значущу пропозицію: запровадити пресові ради на законодавчій основі, котра, втім, не мала успіху через опір видавців.

Аж до 30-х років ХХ століття тривала дискусія навколо професійної юрисдикції для преси. Ще в квітні 1933 р. Імперське об'єднання німецької преси подало законопроект, в якому журналісти намагалися закріпити своє самоврядування. Але внаслідок приходу до влади націонал-соціалістів законопроект згодився лише як пропозиція до закону про редакторів від жовтня 1933 р. Хоча в ньому ще міститься поняття журналістського самоконтролю, але фактично він вже був повністю підпорядкований контролю тоталітарної держави. Доступ до журналістики регулювала держава, націонал-соціалістичні погляди на журналістський обов'язок, ЗМІ загалом були підпорядковані суворій цензурі та долучені до панівної ідеології. Не в останню чергу саме тому ця професія нині є майже вільною від усякої державної регламентації. А після 1945 р. у зв'язку з реорганізацією преси в окупаційних зонах знову швидко ожила ідея самоконтролю у вигляді пресових рад. Починаючи з 1948 — 49 рр., окремі федеральні земельні закони про пресу створили нову правову базу: видавці, журналісти та регіональні об'єднання склали юрисдикцію суду честі для запровадження професійної етики. З прийняттям Основного Закону в 1949 р. свобода преси, нарешті, зайняла своє високе місце, яке їй належить у демократичному суспільстві. А об'єднання видавців і журналістів знову замислюються над тим, щоб спільно захищати свободу преси від зовнішніх нападів та розкривати вади всередині преси. Нарешті, 20 листопада 1956 р., в Бонні за британським зразком була заснована Німецька пресова рада. Відтоді її паритетна структура складається п'ятдесят на п'ятдесят з журналістів та видавців, делегова-

них організаціями видавців і журналістів. Як першочергові цілі її перший Статут передбачав

- захист свободи преси,
- подолання вад у журналістиці,
- захист від концентрації преси, яка загрожує свободі та
- представлення інтересів усієї преси перед урядом, парламентом і громадськістю.

До нині посутньо ці завдання збереглися. Адже, хоча щодо держави, особливо після досвіду націонал-соціалістичної диктатури, зовнішня свобода журналістики інституційно надійно гарантована, але один з найсуттєвіших елементів свободи преси — вільний доступ до будь-якого виду публіцистичної діяльності, певним чином бажана непрофесійність її авторів, не журналістів за фахом — робить журналістику не лише незалежною супроти держави. Він одночасно послаблює її стосовно різних форм впливу зсередини та ззовні.

Так, журналісти через своє бачення теми та в коментарях судять про те, що є у суспільстві правильним, а що — ні, що є справедливим або несправедливим, що є добрим чи поганим для громадян. Однак в очах усіх тих, для кого публічність передусім узаконює їхню власну діяльність, це є відвертою зухвалістю. Не в останню чергу заяви, нібито медійні висловлювання значно впливають на свою публіку, спонукають до нападок на журналістів з боку тих, хто залежить від свого публічного іміджу: політики, підприємці, видатних митці, спортсмени та інші важко сприймають вплив журналістів, які, власне, не є експертами у тій відповідній галузі, про яку вони повідомляють, але можуть вибірково та фрагментарно інформувати про дуже складні процеси та події. Як зазначила колишня президент Федерального конституційного суду Ютта Лімбах, тут «сприйняття критики проявляється як рідкісна демократична цнота, що не є дуже поширена серед політичних і бізнесових можновладців». Відповідь на це нині полягає в стратегії, котра певним чином охоплює журналістику одночасно з двох боків як обценьки: з одного боку, журналістам закидають, що їм бракує необхідної об'єктивності та нейтральності, і через їхній вибір теми та їхнє неминуче обмежене знання дійсність зображено перекрученою. Одночасно майже всі організації та підприємства через свої рафіновані способи та інструменти забезпечують журналістику своїм специфічним — часто однобічним — баченням речей. Робота з громадськістю стає п'ятою владою. Бо в усе неосяжнішому, глобалізованішому суспільстві піар-повідомлення та інсценування стають одним з важливих джерел журналістики.

Але дійсно загрозливим для незалежності журналістики цей шпагат між нахабною вимогою об'єктивності та наступом піару стає лише через економічну убогість самих ЗМІ. Особливо преса має нині стверджувати-

ся на ринку, котрий усе більше визначають масові привабливі пропозиції електронних ЗМІ: зона досяжності, швидкість і візуальні стимули телебачення та інтернету забезпечують зміну обличчя газет та журналів. Бо з економічного боку медіа насамперед є носіями реклами, які мають продаватися максимально високими накладками, є продукцією, що мусить виживати в умовах ринкової конкуренції. І з цієї перспективи означення свободи ЗМІ насамперед як індивідуального права вільного доступу до ринку відповідало б принципам вільного ринку. Це окреслює суттєві конфліктні поля публіцистичної етики — «вбудована шизофренія» медійної системи, як її колись назвав учений Зигфрід Вайшенберг. Особливо необмежена конкуренція між медійними продюсерами призвела б до того, що публіцистичні вільні зони могли б використовувати задля економічної вигоди, навіть неминуче мусили б використовувати. Урешті, економічна життєздатність і сила багатьох газет та журналів є не тільки *кондіцію сіне ква нон* («неодмінною умовою, без якої не можна щось зробити». — *Прим. перекл.*) для бажаного, з демократичного погляду, публіцистичного розмаїття, вона, безсумнівно, у разі сумніву є також вирішальною для опору газети спробам зовнішнього впливу. Не в останню чергу через це свобода преси дуже широко оформлена законодавчо як індивідуальна свобода підприємця для видавця. Це, однак, з іншого боку, не повинно схиляти видавництва певним чином продавати надане у розпорядження редакційне приміщення тому, хто найбільше запропонує. Саме від цього пресу захищають земельні закони про пресу (як правило через § 10), а також Закон про боротьбу з недобросовісною конкуренцією. Однак суперечності між конкуренцією як основою та розмаїттям думок як результатом публіцистичної діяльності — корінна проблема внутрішньої свободи преси — у редакційному повсякденні постійно мають по-новому збалансовувати видавці та журналісти. Саме в кризові часи це є надзвичайно складним завданням. Тому що привабливішою для масового читача стає газета, котра оформленням і за змістом пристосовується конкурувати з інтернетом та телебаченням, для видавництва стає вигіднішим замість дорогих розслідувань фінансувати друкування піар-повідомлень, а взагалі вигіднішою є газета, яка живе за рахунок сильних рекламних клієнтів, чий імідж жодним чином не псує журналістська критика.

На цьому тлі виділяються два прояви журналістики, які за нормативними вимогами, власне, не мали б різнитися, а саме — *успішна* та *доброякісна* журналістика. Від початку промислового виробництва масової преси в XIX столітті одночасно зростає, залежну від зарплати щоденну журналістику постійно підозрюють у бажанні бути успішною за всяку ціну. Досі корумповані образи з комедії Густава Фрайтага «Журналісти», що вийшла 1853 року, вважають символами цього. Пихатий кар'єрист, наближений до багатих та могутніх, що пише їм на догоду, робить з кожної події сенсацію й при цьому не цурається поставити до ганебного стов-

па поважних сучасників. І дійсно, здається, що загострена конкуренція медій насамперед у минулі десятиліття остаточно знеславила журналістику. Сфальсифіковані щоденники Гітлера, афера навколо смерті Уве Баршеля та гладбекська драма із заручниками⁴, закиди щодо сприяння деяких журналістів своїм друзям⁵, збочення так званої «пограничної журналістики»⁶ Міхаеля Борна і Тома Куммера, повідомлення про катастрофу «Конкорда» біля Парижа, про нібито убивство в Зебніці⁷ та терористичний напад 11 вересня 2001 р. — усі ці випадки можуть бути страшними прикладами того, що журналісти шукають швидкого успіху й вочевидь не можуть впоратися з відповідальністю, що на них лягає.

Усі, хто зацікавлений заперечувати роль медій як четвертої влади, охоче користуються цими прикладами. Бо вони вважають, що в цих випадках проявляються неподобства неконтрольованої владної еліти, котра неусвідомлено і безсовісно користується своїми можливостями впливу. Однак твердження, що тут світоглядно-етично мотивовані та надто привілейовані маніпулятори громадською думкою переслідували свої особисті інтереси, спрацьовують недовго, позаяк в умовах демократично легітимованої свободи преси йдеться ж саме «не про особисті привілеї, а про свободу, що служить [суспільству]», — як влучно це сформулювала Ютта Лімбах. Інакше кажучи: бажання називатися журналістом тягне за собою обов'язок розмірковувати про необхідність етики, згідно з якою можуть діяти всі, хто займається публіцистикою. Оскільки свободою преси можна користуватися лише репрезентативно — саме в ім'я всіх тих, хто повинен уміти про все говорити публічно. І тому постає питання, *що повинні робити журналісти*, незалежно від того, чи хтось з цієї професією пов'язує кар'єрну мету, певний життєвий проект чи особисту пристрасть, коротше, хто має бажання називатися журналістом. У той момент, коли журналіст займається своєю професійною діяльністю, він представляє норми цілого суспільства. Цей моральний обов'язок більше не є питанням бажання. Це вже є скоріш максими, згідно з якими діють, тому що *всі* в цій ситуації мусять уміти діяти згідно з ними.

⁴ Натяк на події 1988 р. в Німеччині, коли двоє грабіжників після пограбування банку взяли заручників і на автомобілі втікали від поліції. Журналісти їхали в цій машині, брали інтерв'ю наживо і своєю близькістю до подій заважали діям поліції. — *Прим. перекл.*

⁵ В оригіналі «Amigo-Verhalten» від ісп. amigo «друг», тобто паралель з «любими друзями». — *Прим. перекл.*

⁶ В оригіналі «Borderline-Journalismus» — йдеться про вигадані або сфальшовані інтерв'ю, що видають за справжні. — *Прим. перекл.*

⁷ Газета «Більд» назвала ім'я гаданого злочинця, який нібито убив малого хлопчика в саксонському місті Зебніц в листопаді 2000 р. Це виявилось неправдою, газета не вибачилася. — *Прим. перекл.*

І дійсно, всі, хто працює і відповідає за публіцистику, маю чітке уявлення про те, що складає доброякісну журналістику і що відрізняє її від журналістики, яка діє лише з розрахунку на успіх. У *Пресовому кодексі* Німецької пресової ради ці уявлення сформульовані зразково. Той, хто, вступаючи у відповідне професійне об'єднання, добровільно визнає ці максими, слідує високим моральним вимогам, котрі наша Конституція захищає для медій: адже статті та норми кодексу зобов'язують журналістику до щирого та правдивого висвітлення подій для всієї громадськості (стаття 1), яке, наприклад, унеможливорює ексклюзивну інформаційну монополію окремих ЗМІ.

Вони привчають журналістику до транспарентності, коли вона джерела і тло своїх висловлювань та тверджень ретельно обґрунтовує через розслідування, не фальсифікує їх подаючи, а принагідно навіть коригує (статті 2 – 5).

Неадекватно сенсаційне як в позитивному, так і в негативному сенсі висвітлення подій кодекс забороняє (статті 11 та 14).

Так само він забороняє змішувати журналістські й економічні інтереси, чи то інтереси власні чи видавництва (статті 7 та 15).

Він захищає особисту честь тих, хто стає об'єктом повідомлень, забороняє їх наперед засуджувати у юридичних справах і захищає суспільні групи та меншини від публічної дискримінації (статті 8 – 13).

Не в останню чергу всі, хто працює в пресі зобов'язуються дбати про авторитет і достовірність преси, захищаючи своїх інформаторів на підставі Закону про відмову від свідчень, а також у рамках чесного висвітлення подій, друкуючи публічно висловлені осуди Пресової ради (статті 6 та 16).

Це одночасно формулює центральний і вихідний пункт цієї практичної етики: берегти авторитет преси — водночас означає «дбати про свободу преси». Так це сформульовано в преамбулі Пресового кодексу. І з цим стикається кожен журналіст у своїй повсякденній роботі. Щоб діяти за правилами Пресового кодексу не треба бути особливою людиною — і таким не станеш, дотримуючись їх. Моральний обов'язок, який є у максимах добросовісної журналістики, інколи виходить далеко за рамки того, що можливо було б юридично визначено в законах про ЗМІ. Адже в етиці журналістики вирішальним є не питання права, яке визначає державна влада, а шу для всіх було б справедливим з погляду громадськості. У цьому сенсі мають працювати журналісти, — йдеться у відкритій в усіх напрямках статті 5 Основного Закону, котра у своєму другому реченні робить не що інше, як забезпечує свободу преси. Користатися з цього практично — одна з найважливіших свобод, які ми маємо.

Література

- Baum, Achim: Inflationäre Publizistik und mißlingender Journalismus. Über das journalis-tische Handeln in einer entfesselten Medienwirtschaft. In: Altmeyden, Klaus-Dieter (Hrsg.): *Ökonomie der Medien und des Mediensystems*. Opladen / Wiesbaden 1996, S. 237 ff.
- Baum, Achim: Auf schwankendem Boden. Zur Geschichte, Funktion und Bedeutung des Deutschen Presserats. In: Haller, Michael (Hrsg.): *Handbuch Medienethik*. Konstanz, im Erscheinen.
- Bermes, Jürgen: *Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle: Der Deutsche Presserat. Eine Untersuchung zur Arbeit und Reform des Selbstkontrollorgans der bundesdeutschen Presse*. Baden-Baden 1991.
- Deutscher Presserat (Hrsg.): *Publizistische Grundsätze (Pressekodex) in der Fassung vom 11. September 2002 und Beschwerdeordnung in der Fassung vom 11. September 2002*. Bonn 2002.
- Frei, Norbert / Schmitz, Johannes: *Journalismus im Dritten Reich*. München 1989.
- Habermas, Jürgen: Vom pragmatischen, ethischen und moralischen Gebrauch der Vernunft. In: Habermas, Jürgen: *Erläuterungen zur Diskursethik*. Frankfurt/M. 1991, S. 100 ff.
- Jakobs, Hans-Jürgen/Wolfgang R. Langenbucher (Hg.): *Das Gewissen ihrer Zeit. Fünfzig Vorbilder des Journalismus*. Wien 2004.
- LaRoche, Walther von: *Einführung in den praktischen Journalismus. Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland, Österreich, Schweiz*. München/Leipzig 16. Aufl. 2003.
- Limbach, Jutta: *Grußwort zur Festveranstaltung des Deutschen Journalisten-Verbandes*. Unveröffentlichtes Redemanuskript. Bonn 09.12.1999.
- Pürer, Heinz/Johannes Raabe: *Medien in Deutschland. Band 1: Presse*. München 1994.
- Weischenberg, Siegfried: Das neue Mediensystem. Ökonomische und publizistische Aspekte der aktuellen Entwicklung. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 26/1990, S. 29 ff.

Професор д-р Ахім Баум викладає в Інституті комунікаційного менеджменту у спеціалізованій вищій школі Оснабрюк / Лінген

Чи правильно нас інформують?

Дуже часто – ні: багато журналістів нерозважливо вводять нас в оману

Вольф Шнайдер

Десять разів 60 на рік преса, радіо і телебачення нав'язують нам викривлену картину світу. Убогу або заангажовану інформацію вони безглуздими словами роздувають до великих новин – і серйозні газети чи «Тагесшау»⁸ не є тут винятком.

Чому так і чому саме 60 разів на рік? Це пов'язано з журналістською скрутою.

«Тагесшау» має відкривати 365 передач на рік першою новиною, котру редактори вважають найважливішою – навіть якщо немає посправжньому важливих новин (що, звичайно, трапляється) – наслідком чого є те, що всі мільйони глядачів практично не можуть, зі свого боку, не вважати цю новину важливою, навіть якщо вона й безглузда.

Щоденні газети виходять близько 300 разів на рік, їм потрібен сенсаційний заголовок.

Не було б проблеми, якби Господь Бог так облаштував світ, щоб кожного з 300 днів траплялася якась видатна подія, але він цього не зробив. Однак, заголовок щоразу є. Серед керівників служб новин усіх чотирьох міжрегіональних газет я кілька років тому провів опитування про проблему щоденного заголовка, і воно в середньому дало такий результат: 110 днів на рік ми не маємо проблем – є важлива подія. 130 днів ми трохи зітхаємо, але врешті знаходимо щось, придатне для великого заголовка.

130 плюс 110 – залишаються 60 днів, щодо яких керівники служб новин зізнаються: ми власне не маємо нічого, що було б придатне для яскравого заголовка, але мусимо його давати.

«Франкфуртер альгемайне» говорить про 75 таких важких днів на рік – і який вони бачать вихід у ці дні? Такий, наприклад: «Зростає протест проти примусової застави на бляшані банки» або «Військовий правитель Кот-д'Івуару йде на поступки під тиском народу». Як видно, це є дії щирого відчаю. Відверто кажучи, такі заголовки нікого не можуть схвилювати, отже, виникає питання: що маємо робити з запитанням, чи *правильно* нас інформують? (Адже новина з Кот-д'Івуару не була вигадкою). А контекст такий: 60 днів без подій розкручують, спокусу, завжди притаманну новинній журналістиці: пошук незвичайного, аномального, загрозливого, драматичного. Якщо якийсь кнопкодав з Бундестагу хоче

⁸ «Tagesschau» («Огляд новин дня») – новини ARD – першого каналу суспільного телебачення Німеччини. – Прим. перекл.

потрапити в газету, то він, властиво, має або запропонувати відверту нісенітницю (наприклад, пропозицію зробити Мальорку 17-ю федеральною землею), або ж обляяти власну партію; якщо ж він її хвалить, то він просто робить свою роботу, і тоді він для журналістів ніхто і ніщо. Про тисячі літаків, що приземлилися, телебачення не повідомляє, а лише про той один, що впав.

До цього моменту таке сприймають більш-менш як суть новин, і тут навряд чи що можна змінити. Однак тенденція погіршується до того, що цікавим вважають лише аномальне, через “pressure groups” (англійською «групи тиску» — *Прим. перекл.*), котрі інсценують медійні сценарії (як, наприклад, Грінпіс або 1968 рік і позапарламентська опозиція⁹), і в ті 60 сумних днів року саме цим і приваблюють вони більшість редакцій.

Якщо ці «групи тиску» добре постараються, то їм навіть вдається розкачати карусель новин. «Карусель новин» — це спроба описати механізми такої зіграності, яка досягається між агенціями новин та інформаційними редакціями преси, радіо і телебачення. Спочатку стоїть *заборона мовчати*, навіть якщо б випадково все людство одночасно занурилося в духовний пообідній сон. ЗМІ не чергують (як пожежники, котрі виїжджають, лише коли горить), ЗМІ — це виробнича майстерня, вони розчистили постійне місце для пожеж. І якщо ніде в світі немає великої пожежі, як у ці похмурі 60 днів, тоді й вогник треба оголосити катастрофічною пожежею. Ба більше, є навіть такі журналісти, котрі доти грають з вогнем, поки не заб'ють пломені. Порожнеча цих нудних 60 днів виробляє тягу, в ідеалі — вогненну бурю, яка перекидається і на інші дні року, поки нарешті керівник служби новин, суб'єктивно абсолютно чесно, не зможе проголосити: ну, слава Богу, сьогодні ми маємо чіткий сенсаційний заголовок.

Отже, це агенції вирішили, що **коров'ячий сказ** є належним заповнювачем порожнечі: так інформаційні агенції вдячно беруться до справи. На другий день агенції бачать заголовки, відчувають себе зміцненими у своїй значущості, отже, передають все, що стосується губчастої енцефалопатії ВРХ під грифом «першочергово», і регулярно пропонують підсумки вдень та ввечері; що, знову ж таки є підтвердженням для редакції; так крутиться карусель, і ніхто не вважає себе відповідальним за це. Поки воно не сходить нанівець або не гальмується іншою подією — так може довго тривати.

Коров'ячий сказ! Дуже влучна назва: преса скаженіла навколо худоби. У Німеччині жодна людина не вмерла від цієї хвороби, а в усій Європі — менше, ніж від зібраних власноруч грибів, — сказав шеф «Нестле» журналові «Шпігель», і заперечень не було. А для худоби і для селян то була

⁹ Мається на увазі роль позапарламентської опозиції в ескалації молодіжних бунтів у Західній Європі 1968 р. — *Прим. перекл.*

дійсно погана річ, про це, звичайно, також слід було б повідомити, бажано в економічному розділі. Але телебачення тижнями жило коров'ячим сказом, для «Зюддойче цайтунг» він обійшовся у дев'ять заголовків на першій шпальті, для німців коров'ячий сказ у січні 2001 р. був їхньою найбільшою турботою, більшою за безробіття («Шпігель» 26/2001), споживання яловичини впало на 41 відсоток порівняно з попереднім роком, і вся галузь економіки стала на коліна.

24 серпня того ж 2001 р. «Зюддойче цайтунг» відчула поклик з докором звинуватити своїх читачів в істерії, виникненню якої вона так жваво сприяла: «Споживач схильний до істерії», — надрукувала вона на п'яти шпальтах, й додала останнім рядком: «Ризик інфекції у випадку коров'ячого сказу є мінімальним».

Мінімальним! Отже, який був би збиток, якби коров'ячий сказ ніколи б не став сенсаційним заголовком або першою новиною «Тагесшау»? Жодного! Адже в Німеччині не було жодного смертельного випадку, ані жодного захворювання через коров'ячий сказ. З іншого боку, в Німеччині у ДТП щоденно гинуть 17 людей, 120 — щотижня, понад 6000 — на рік. Коли про це був хоч один сенсаційний заголовок? 6000 загиблих через ДТП — що це значить порівняно з нулем мертвих через останній довкільний скандал!

І навпаки, якої шкоди взагалі завдано через журналістське неподобство? Мільйони випадків розгубленості, стурбованості, страху — і сотні банкрутств у м'ясній галузі. Редакції використали інформаційний штиль, щоб викликати паніку.

Не треба було б навіть проникливими бути — якби, власне, перші сигнали тривоги щодо коров'ячого сказу випадково в листопаді 1989 р. потрапили в редакції, тоді, коли впав Берлінський мур: місяцями не траплялося жодного з тих нудних 60 днів, у які третьорозрядні новини мають честь потрапити в заголовки новин, а тому жодного довкільного скандалу, який потрапив би на перші шпальти газет. Після 11 вересня 2001 р. було так само: Всесвітній торговельний центр панував у ЗМІ, і при цьому він поховав під своїми руїнами деякі журналістські хвилювання третього ступеня.

Те, що пресі часто вдається збентежити уми третьорозрядним подіями, вочевидь, підкріплюється хронічною німецькою хворобою — довкільною подагрою. Так це назвав Генрик М. Бродер у журналі «Шпігель» і продовжив: «Усе більше й більше німців, які не скаржаться на жодні гострі хвороби, бачать у своєму тілі щось на кшталт звалища спецвідходів, які слід знешкодити». У науковому розділі газети «Цайт» йшлося про дослідження причин раку: 2 відсотки захворювань на рак викликані забрудненням повітря та води, 1 відсоток — харчовими добавками та побутовою хімією, отже, разом три відсотки спричинені тим, чим екосвідо-

мі журналісти хочуть збудити своїх читачів: але 30 відсотків викликані палінням тютюну та 35 відсотків — щоденним переїданням.

Отже, тут ми знову не маємо доквіллевого скандалу, а лише кілька неприємностей, щодо яких журналісти мали б написати чесні статті та небайдужі коментарі. І навіть переїдання, найзначніший фактор виникнення раку, *не* повинен нас нервувати: адже середня тривалість життя німців з року в рік зростає, і до смерті переїдання ще й дає насолоду.

Ще більше, ніж істерія з коров'ячим сказом, зганьбив пресу **скандал** навколо нафтовидобувної платформи «**Брент спар**». Якщо коров'ячий сказ переважно був просто «затичкою» для цих лиховісних 60 днів, то більшість німецьких журналістів під час суперечки навколо нафтовидобувної платформи фірми «Шелл» без усякої критики, ба навіть захоплено, послужилася спектаклеві, влаштованому Грінпісом.

У випадку з «Брент спар» телебачення долучилося від початку. Монстр в Північному морі, навколо кружляють надувні човни, видираються люди у водолазному спорядженні, водні гармати, гелікоптери, пошукові прожектори — такі чудові картинки випадають телебаченню раз на кілька років. І в захопленні приклеїлася преса: першокласний еко-скандал, Давид проти Голіафа, наше Північне море повинно залишатися чистим! Тут для більшості журналістів усе було ясно: Грінпіс добрий, а «Шелл» бреше. Керівник інформаційних служб та головні редактори, звичайно, могли б також сказати: як нам вирішити, хто правий? Отже, ми не ставатимемо на чийсь бік і не збуджуvatимемо наших читачів.

Але ж ні: «Платформою «Брент спар» «Шелл» руйнує свій імідж», — писала «Зюддойче цайтунг», «Більд» вилив потоки ненависті на «Шелл», Ангела Меркель та Гідо Вестервелле піднялися на барикади, зелені та «Юнге уніон»¹⁰ (!) закликали до бойкоту всіх заправних станцій «Шелла», і їхній оборот впав на 30 відсотків — і через чотири тижні шаленого вогню «Шелл» капітулював. «Лють змінила ситуацію», — писала «Цайт», а «Більд-цайтунг» торжествувала гігантськими літерами «ПЕРЕМОГА!». Через десять тижнів 5 вересня 1995 р. Грінпісові довелося вибачитися перед «Шеллом»: «Оцінка кількості коксових залишків нафти на «Брент спар», ймовірно, була хибною». Грінпіс говорив про 5500 тонн коксових залишків нафти в резервуарах, «Шелл» — про лише 130, а норвезька експертиза врешті навела число — 330 тонн, отже, «Шелл» був майже правий.

Це ставить чотири питання. По-перше: чи ж не було насправді зрозуміло, з якою тенденційною впертістю, ба більше, захопленням, преса стала на бік того, хто опісля мусів зізнатися у своїй помилці у вирішаль-

¹⁰ «Юнге уніон» — молодіжна організація партій ХДС та ХСС. — *Прим. перекл.*

ному питанні, а хто може дати гарантію, що ця помилка від початку не була брехнею?

По-друге: яким великим було спростування у пресі? Чи не повинна була б кожна газета, якій «Брент спар» забезпечив один або кілька гучних заголовків, капітуляцію Грінпіса також винести у заголовок? «Франкфуртер альгемайне» та «Зюддойче цайтунг» вдовольнилися кожна заміткою в одну шпальту. І це було скандалом. Винести поправку в заголовок — хіба це було б неприпустимо? Ще й як можливо! «Нью-Йорк таймс» робить це десяток разів на рік: “A Correction: Times was in Eggo...” (англ.: «Поправка: «Таймс» помилилася...» — *Прим. перекл.*). І так¹¹, вчорашню новину, іноді навіть місячної давнини, виправляють; і якщо новина була в заголовку, то й поправка також. Так прийнято серед чесних журналістів.

Третє питання поставила «Тагесцайтунг», зелена «Тагесцайтунг», уже 14 червня, у розпал антишеллівської кампанії: «Дивно, — писала «Тагесцайтунг, — 130 тонн коксових залишків та отруйні відходи (отже, «Тагесцайтунг» вірила даним «Шелл»!) викликають переполю середнього ступеня. А скільки несподіваних захисників довкілля вже піднялися на барикади через 100 000 тонн відпрацьованої нафти, котру судна щорічно випускають в Північне море? Або через величезну кількість нафти та хімікатів, яка при щоденному транспортуванні нашого бензину та мазуту потрапляє у воду?» Автор цього коментаря «Тагесцайтунг» робить висновок: бойкот автозаправок «Шелл» є чистим окомилуванням — й тепер дослівно: «Я закликаю до бойкоту власного автомобіля на захист Північного моря! Тільки боюся, що з цією кампанією я не матиму такого успіху, як Грінпіс зі своєю». Браво, «Тагесцайтунг»! Завжди було кілька незалежних голів серед німецьких журналістів.

Нарешті, четверте питання: що б, власне, трапилося, якби Грінпіс нічого не робив або преса була б тільки помірно вражена грінпісівською акцією? Так, «Шелл» затопила б нафтовидобувну платформу. Але серед незалежних експертів переважає думка, що затоплення завдало б меншої шкоди довкіллю, ніж відправка на злам на суходіл, на що «Шелл» мусила погодитися. Гіперактивність Грінпіса, помилка Грінпіса (яка також могла бути брехнею) та істеричне захоплення журналістів Грінпісом, ймовірно, завдали довкіллю шкоди. Тут журналістам страшенно бракувало недовіри до неконтрольованих обертів каруселі новин, хребта та окоміру.

Але потім сталося ще набагато гірше, в листопаді 2000 р.: **Зебніц**, «найбільша катастрофа німецької преси», як опісля самокритично написала «Зюддойче цайтунг». Отже, мати потонулої дитини стверджувала, що ту вбили неонацисти; прокуратура затримала трьох підозрю-

ваних, «Більд-цайтунг» зарепетувала: «Неонацисти убивають дитину», «Тагесцайтунг» вийшла із заголовком: «Нещасний випадок при купанні виявився расистським убивством», і майже вся німецька преса в щонайменше 496 статтях (стільки пізніше налічила Саксонська держканцелярія) налаштувалася на цей вигук люті.

По-перше, він був юридично нестерпним і особливо негідним великих газет — адже вони трактували слідство прокуратури так, нібито воно було звинувачувальним вироком, який має законну силу. І в жахливому збудженні, по-друге, об'єднана німецька преса одностайно викинула на смітник здоровий глузд та життєвий досвід: адже складовою частиною повідомлень було те, що нібито було 50 винуватців та 300 свідків.

І що, всі вони протягом трьох років від дня вбивства, яке було нещасним випадком під час купання, мовчали, і жоден з них ні разу не прохопився і не заплутався? Такого ще не траплялося, відколи людина перестала бути мавпою. Адже багатьом журналістам відомий вислів, що коли є більше чотирьох свідків, то ніщо не може залишитися таємним — ні серед журналістів, ні серед секретних агентів, ані навіть серед кардиналів в конклаві. На прикладі Зебніца — як і у випадку з «Брент спар» та коров'ячим сказом — добре видно, що громадянин не обов'язково наближується до дійсності, коли він, як часто рекомендують, бере інформацію з різних джерел: всі вони виробляли той самий мотлох.

Можна заперечити, що це було вже досить давно. Але, по-перше, наступний коров'ячий сказ обов'язково прийде, і попереджати про нього ніколи не зарано. І, по-друге, оманливими повідомленнями найвищої політичної бризантності нас годують щоденно: власне, тривожними повідомленнями про так званих безробітних. «4,2 мільйона безробітних, — чуємо ми і для різноманітності, — 4,2 мільйона без роботи, — або, — не мають роботи, — або, — шукають роботу». І це нісенітниця.

По-перше, бо є нелегальні працівники. Тут дві речі абсолютно зрозумілі: що вони, звичайно, не «без роботи», а навпаки, часто дуже старанні, і що вони є важливим фактором економіки.

Звісно, нелегали і зареєстровані безробітні — це не те саме. Сотні тисяч нелегальних працівників не реєструються безробітними, але інші сотні тисяч, і це безсумнівно, одержують потрібний дохід: допомогу за безробіття, зарплату за нелегальну роботу та ще й заощаджують на податках і соціальних відрахуваннях. Отже, «без роботи» однозначно не 4,2 мільйона, а 4,2 мільйона мінус нелегали, тобто значно менше. Уже тому число «4,2 мільйона» вводить в оману, а в формі «не мають роботи» є повним безглуздом.

Але самі тільки «Шпігелъ» та «Штерн» два роки тому підрахували: 27 відсотків зареєстрованих безробітних і не хочуть посередництва, бо вони доточно вийшли на пенсію або вже мають договір у кишені, або ж якості обслугового персоналу сезонних готелів регулярно скрашують

мертві місяці року, отримуючи гроші від служби з питань праці. Інші 22 відсотки зареєстрованих безробітних шукають роботу з «малою» або «середньою» активністю, отже є лайдаками. Тобто 27 плюс 22 відсотки, майже рівно половина наших 4,2 мільйона так званих безробітних такими не є! Число 4,2 мільйона, писала «Зюддойче цайтунг», «точно показує, скільки людей в Німеччині одержують платню за те, що вони не працюють», а журнал «Капітал» додав, що 30 відсотків безробітних дала та обставина, що одержувати допомогу вигідніше, ніж працювати. Отже ці 30 відсотків діяли «економічно розумно». Тут, здається, все зрозуміло: число 4,2 мільйона з логічного та математичного, політичного та економічного погляду є фальшивим, фальшивим до смішного, коротше кажучи, вдвічі перебільшеним. Жоден з німецькомовних журналістів цього більше не заперечує. Отже, природніше було б у всіх новинах в газетах, на радіо і телебаченні замість «4,2 мільйона безробітних» вести мову про «4,2 мільйона зареєстрованих безробітними». І як синонім тоді вживати не «... є без роботи», а «... зареєструвалися безробітними». Не було б різниці? Це драматична різниця, відбилося у громадській свідомості число більше 4 мільйонів чи лише добрих 2 мільйони безробітних. І якщо хтось з журналістів даним «Шпігеля», «Штерна» та «Капіталу» не довіряє, то йому слід би все ж таки визнати: кількості дійсно безробітних я не знаю, точно її не знає ніхто. Отже, до своїх читачів і слухачів я доноситиму лише те, що можу довести, те, за що я побився б об заклад: 4,2 мільйона зареєструвалися безробітними.

Люди не відчули б різниці? Та ще як! Якщо їм ніколи не повідомляли чогось іншого, ніж «записаний» чи «зареєстрований»! Цього не можна вимагати від редакторів? Редакція новин Баварського радіо вже кілька років тому вирішила говорити лише про зареєстрованих безробітними.

І оце єдине додаткове слово мало би бути проблемою для редакторів? Проблема якраз у протилежному, у тому, що німецькомовні редактори новин занадто ледачі, занадто загрузли в рутині, щоб вважати конечним називати безперечний стан справ єдино правильним словами.

«Новина» — це колись був наказ: те, чим *треба* було керуватися. Сьогодні переважає глум: те, чим *можна* керуватися. Для того, хто одержує інформацію про перекриття руху на дорозі, обидва значення все ще збігаються. Однак протягом щонайменше 60 днів на рік нас закликають до розсудливості: нам не слід цим керуватися.

Вольф Шнайдер був керівником служби новин газети «Зюддойче цайтунг» та її кореспондентом у Вашингтоні, керівником видавництва «Штерна», головним редактором щоденної газети «Вельт» та протягом 16 років керував школою ім. Генрі Наннена. Нині він викладає у п'яти журналістських школах в Німеччині, Австрії та Швейцарії.

2. Учитися на помилках

Про ведмедів і міністрів внутрішніх справ

Чому Манфред Кантер якось був вельми розчарований

Франциска Аугштайн

На початку 2000 р. колишній федеральний міністр внутрішніх справ Манфред Кантер мусив скласти мандат депутата Бундестагу від ХДС: стало відомо, що гессенський ХДС наприкінці 1983 року таємно переправив у Швейцарію 20,8 мільйона марок. Там гроші лежали на номерних рахунках і служили для фінансування різних заходів партії, насамперед їх використовували для виборчих кампаній та будівництва земельного офісу.

Час від часу окремі кандидати також отримували гроші з «чорних» швейцарських рахунків за місце в Бундестазі. Коли справа вийшла назовні, гессенський ХДС спробував виплутатися з негарної історії: він стверджував, що йшлося не про «чорну касу», а про заповіти громадян-євреїв. Ця огидна брехня не допомогла. Отже Манфред Кантер, котрий як керуючий справами і генеральний секретар гессенського ХДС відповідав за «чорні» рахунки, склав мандат депутата Бундестагу. Він вчинив як людина честі, котра зробила висновки з «помилки». Водночас він поскаржився на кампанію цькування, яку буцімто вели проти нього.

За кілька років до того, як все це стало відомо, я для літературного додатку «Франкфуртер альгемайне» написала статтю-портрет Манфреда Кантера. Вона не була особливо похвальною, оскільки зображала того як упевненого в собі чоловіка, що має тривожно просте розуміння суспільства. У світлі махінацій, розкритих у 2000 р., портрет вийшов ще занадто люб'язним. І все ж я згадую про це з легкою незручністю.

Ця історія трапилася після однієї культурної подорожі, як її назвали, котру Кантер здійснив разом з кількома журналістам на гелікоптері Федеральної прикордонної охорони¹² на початку літа 1998 р., за три місяці до виборів у Бундестаг. Тоді ще не було посади державного міністра культури, німецький міністр внутрішніх справ також відповідав за питання культури Федерації. Культурна подорож Кантера привела його до

¹² У Німеччині Федеральна прикордонна охорона входить до структури Федерального міністерства внутрішніх справ. — Прим. перекл.

кількох так званих маякових проєктів: відвідували споруди, бережених як пам'ятники в землях Бранденбург та Мекленбург — Передня Померанія. Мали розподіляти гроші. Де б міністр внутрішніх справ не приземлявся, його вітали з великою приязністю, такою, що інколи не відрізнялася від догідливості. І щоб про культурну активність Кантера писали не тільки відповідні місцеві газети, для того й взяли з собою кілька представників міжрегіональних ЗМІ.

Міністра вважали різким та авторитарним, його популістську риторику «нульової терпимості» щодо банальних злочинів або порушень громадського порядку багато хто критикував. Коли Манфред Кантер говорив, виникало враження, що для нього правова держава — це перепона в боротьбі зі злочинністю.

Це особливо впадало у вічі під час вечірнього відпочинку в ресторані: чим невимушенишим був міністр, чим кращий мав настрій, тим чіткіше він формулював свої погляди: він відчував себе серед одностайців, йому було добре. І тому він був приголомшений, коли прочитав статтю, що я написала для «Франкфуртер альгемайне». Бо я, звичайно, не виказувала, що мені волосся ставало сторч, коли він промовляв: він же мав висловлюватися відверто, не оглядаючись на те, що за столом сидить особа, якій багато його зауваг здаються нечуваними.

Якою «природною» мені здавалася моя стриманість під час подорожі, так само мені було прикро потім. Задля виправдання: я хоч і пускала ту чи іншу заувагу, що підказувало Кантеру, що дифіраблів я йому в статті не співатиму, але ж він нічого не відчув, і я це усвідомлювала.

Про одне плем'я північноамериканських індіанців розповідають, що коли чоловіки йшли полювати у ведмедя, вони на свою здобич ніколи не нападали ззаду. Коли ведмідь повертався до мисливців спиною і не відчував небезпеки, що йому загрожувала, його попереджали: «Увага, брате ведмедю!», — гукали індіанці перед тим, як збиралися на нього напасти. На цю відвертість заслуговує кожен ведмідь так само, як і міністр внутрішніх справ.

Франциска Аугштайн – редактор літературного додатку «Франкфуртер альгемайне».

Завжди щосуботи

Про політика, який вселяє нам надію

Лька Дегранж

Він вселяв надію. Через тридцять років кандидат від ХДС знову був обраний потрапив у ратушу. Партія святкувала. Допомогли червоні¹³, котрі хотіли провчити багаторічного обер-бургмістра. Хто не співає в церковному хорі і не пригощає на святі пожежників, той не матиме доброго результату на виборах. Так гадало собі багато людей, які були впевнені, що кандидат від СДПН все ж залишиться керувати. Отже, в день виборів всі злякалися, навіть трішки і переможець. Але він швидко привичаївся до влади. Вона йому подобалася.

Думками про журналістів він до того собі не дуже забивав голову. Перша бесіда була дружньою. Редакція запросила його разом з дружиною. Він говорив про свої плани облаштувати місто. Вийшло велике інтерв'ю на початку його каденції, на фото можна було побачити і його дружину. Плани, про які він говорив, потроху провалювалися. Редакція оголосила початковий пільговий період для новачка на посаді завершеним і почала діяти. Повідомлення про невдачу за невдачею. А по суботах підбивали підсумки. Колонка вихідного дня без нього більше не обходилася, бо в щотижневій невдачі можна було не сумніватися. Нерідко колонка ставала коментарем.

Читачам це подобалося, опозиція була в захваті. А я полювала на людину і довго цього не помічала. Безперечно, з часом з'явилися й інші суботні теми. Але здебільшого про нього також йшлося.

І оскільки ставало тільки гірше, йому вдалося навіть стрибнути на сторінку землі та в передову статтю. Його місто стало першим у країні, в якому з'явилася громадянська ініціатива. Люди в місті збирали підписи, бо вони були проти його планування розвитку міста. Чоловік ставав усе відомішим — як такий, у котрого нічого не виходить.

Критику в газеті він довго сприймав мовчки. Але якось він захотів журналістку провчити. Вона та її редакція повідомляли про плани продати інвесторові великий міський будинок. Він би на цьому заробив мільйони, а місто, можливо, мало б збитки. Розслідування тривало, коли з ратуші прийшло запрошення. Я гадала, що буде розмова сам на сам, але він взяв із собою чотирьох добродіїв і спробував загнати журналістку в тісний кут. Контракт підписаний не був, бо газета незабаром опублікувала історію про цього інвестора, на якого в іншому місті подали до суду.

¹³ Тобто соціал-демократи. У Німеччині політичні партії часто мають свій символічний колір: СДПН — червоний, ХДС/ХСС — чорний, ліберали — жовтий тощо. — *Прим. перекл.*

Звичайно, ми й далі мушили повідомляти. Здебільшого про невдачі. Але суботню колонку слід було б присвятити іншим темам, іншим людям. Так я вважаю сьогодні. Однак я ще довгий час продовжувала писати колонки про місто, які насправді були про нього. У місто я приїхала, коли він виграв вибори. Я поїхала з міста, щоб обійняти іншу посаду, майже за рік до того, коли він знову балотувався. Він вийшов у другий тур і програв. Суботні колонки я все ще продовжую писати. То про одного, то про іншого.

Д-р Ілька Дегранж – керівниця регіональної редакції Центр газети «Заарбрюккер цайтунг» та речниця Німецької пресової ради у 2004 – 2005 рр.

Журналісти у запалі гонитви

Кельнський «сміттєвий скандал» і закони логіки

Йоахім Франк

У перші дні березня 2002 р. Кельн переживав початок політичного детективу, за яким незабаром напружено стежитиме вся країна: через два роки після скандалу з пожертвуваннями навколо ХДС тепер, здається, і СДПН загрузла в болоті хабарів і фіктивних квитанцій про пожертви.

Під прицілом юстиції також тодішній керівник фракції СДПН в Кельнській раді Норберт Рютер. Будучи якнайкраще обізнаним із законами кельнського кубла, Рютер організував систему «вдячних пожертвувань на подяку»: фірми, які брали участь у будівництві сміттєспалювальної станції, у 90-х роках «засвідчили свою вдячність» Рютеру на суму 425000 євро. Частину грошей він прилаштував у касі для ведення «бойових дій» під час комунальної виборчої кампанії у Кельні 1999 року. Ця система у березні 2002 р. крок за кроком розширюється. Скрупульозністю, інтенсивністю та наполегливістю своїх повідомлень про сміттєвий скандал газета «Кельнер штатт-анцайгер» встановлює високу планку. По всій країні цитують газетні розслідування і використовують газету як джерело. За свою активність редакція в 2003-му отримує «Премію вартового для щоденної преси».

Тижнями «спецгрупа» редакції працює буквально цілодобово. Колег охопив запал гонитви. Хто був винуватцем, спільником, хто нагрів руки у кельнському сміттєвому картелі? Публічним спростуванням і запевненням у безвинності більше ніхто особливо не вірив — занадто багато з них виявилось макулатурою.

Одне з центральних питань у ході викриття: хто з кельнського істеблїшменту СДПН отримував фальшиві квитанції про пожертви? Сумнозвісний «список Бісісте», названий так за прізвищем колишнього скарбника кельнської організації СДПН Манфреда Бісісте, з буцімто 42 прізвищами стає жаданим документом. 14 березня редакція отримує інформацію з надійного джерела: один з кельнських депутатів Бундестагу також причетний до скандалу. Доказом може бути або сам «список Бісісте» або заява про зізнання до податкової, якою зацікавлена особа хоче обмежити збиток. Ще наприкінці минулого тижня парламентарії Анке Фукс, Фолькмар Шульц, Гюнтер Езінггаус та Конрад Гільгес в один голос заявили в Берліні голові своєї фракції Петеру Штруку, що не мають нічого спільного з аферою. То що, хтось з них бреше?

Редакція вирішує викласти перед депутатами нову інформацію. Протягом другої половини дня надходять три спростування. Лише Конрад «Конні» Гільгес — кваліфікований майстер-кахельник, прототип захис-

ника «маленького громадянина» — не відповідає. Наполегливі запити залишено без відповіді.

Отже Гільгес — чорна вівця? Усе вказує на це. Часу обмаль, незабаром треба підписувати до друку, світить шанс зробити ексклюзивне повідомлення — ще одне, яких вже було багато за ці дні. Терміново йде анонс в агенції новин: Гільгес очевидно причетний до скандалу з пожертвуваннями.

Не минуло й години: Гільгес дає письмову заяву, обурено відкидає підозру, заперечує повідомлення, загрожує юридичними заходами. Ще раз в редакції по думали логічно. Результат: припущення настільки ж хиткі, наскільки й висновок. Редакція виправила спірне повідомлення. 15 березня «Кельнер штатд-анцайгер» поширює заяву Гільгеса про те, що він не має нічого спільного зі скандалом. Що ж з цього випливає?

«Багато що про це говорять» — не може бути критерієм в інформаційній справі.

«Політики взагалі не кажуть правду» — лунає досить часто, але це кожного разу слід наново доводити.

«Новину маємо тільки ми» — цього варто прагнути, але це прикрашає газету лише тоді, коли зміст є невразливим і бездоганим.

23 березня 2002 року «Кельнер штатд-анцайгер» повідомляє, що Гільгес за порадою адвоката Бісісте 18 березня передбачливо подав заяву про зізнання, але ще того ж дня відкликав її, оскільки його податкові папери після перевірки виявилися бездоганими. 18 квітня 2002 Гільгес дає пояснення слідчій комісії з питань партійних пожертвувань у Берліні. Як він стверджує, всі свої пожертвування він здійснював «з рахунку на рахунок» — через недовіру до фінансових радників кельнської організації СДПН. На можливі обурливі вимоги бути підставною особою для фальшивих квитанцій він би ніколи не пристав. «Я б такому дав під зад». Публічного спростування, якого вимагала партія, він не підписував, бо це йому нагадує «сталінську практику» і є «негідним демократичної партії».

26 квітня 2002 р. «Кельнер штатд-анцайгер» повідомляє, що прізвища Гільгеса в «списку Бісісте» немає.

Йоахім Франк є заступником головного редактора «Кельнер штатд-анцайгер».

Кожен писав, та ніхто не знав по суті, про що

Як і ми колись купались у мейнстрімі

Баша Міка

«Неонацисти втопили дитину» — «Нещасний випадок при купанні виявився расистським убивством» — «Дитина тоне як кицька» — «Уся група сміялася і спостерігала».

Заголовки газет «Більд», «Тагесцайтунг», «Зюддойче цайтунг» та «Франкфуртер альгемайне» від 25 листопада 2000 р. Що ж трапилось?

У червні 1997 р. на пляжі Зебніца, маленького містечка на крайньому сході, у воді плавало тіло малого хлопчика. Викликаний лікар констатував нещасний випадок під час купання. Але мати малого Йозефа Абдулли не вірить у це. Протягом багатьох місяців вона збирає свідчення та заяви, рівносильні даним під присягою. Через три роки після смерті своєї дитини вона передає матеріал газеті «Більд» і впевнена: Йозеф не втопився, бідного Йозефа підло втопила банда неонацистів. На очах у сотень відпочивальників. Бо він виглядав як іноземець. Половина Зебніца, за її словами, знала про вбивство, а поліція та прокуратура вели слідство недбало. Неймовірне варварство. І всі вони заодно.

Газета «Більд» дала цю історію на першу шпальту. «Неонацисти втопили дитину» — дала вона заголовок 23 листопада. У редакції «Тагесцайтунг» відтак запекла дискусія: хіба це може бути правдою? Це здавалося неймовірним, та все ж — хіба не стали на Сході Німеччини після падіння Берлінського муру більше ста людей жертвами расистського, смертельного насильства? Чи не було достатньо випадків, коли порядні громадяни разом з керівниками міста заперечували існування ультраправих угруповань? І чи не побили зебніцькі скінгеди металевими ланцюгами двох бездомних за два місяці до того? У той же день відповідальний прокурор у Дрездені повідомив, що він у справі Йозефа видав три ордери на арешт. Це стало каталізатором короткочасного кінця усякого журналістського обов'язку добросовісності. «Тагесцайтунг» дала заголовок: «Нещасний випадок при купанні виявився расистським убивством». Ствердження факту. При цьому ніщо не було ясно і ніяк не доведено.

У статті під цим заголовком йшлося по-журналістському бездоганно про підозру та припущення. Але не в заголовку. Він загострював та навіював упевненість, котра була нічим іншим, як відразою та чистим упевдженням: у цій країні, з цією коричневою наволочтю навіть убивство дитини є можливим. (Яке справді було при правоекстремістських підпалах в Золінгені та Мельні, хоч і злочинці не вибирали собі спеціально дітей як жертв). Але чи не було досить неймовірним, що буцімто півміста це знало, і ніхто не вибалакав? Уже цей момент мав би бути достатнім

приводом вибирати заголовок з особливою журналістською обережністю. Чому цього не трапилося? Немає сенсу говорити про тиск розповіді історію навіть тоді, коли вона лише наполовину розслідувана, бо конкуренти роблять те ж саме. Так само безглуздо змальовувати опісля, як моральне обурення виливається в недопустиме загострення.

Факт залишається фактом: у такому чутливому випадку головна редакція «Тагесцайтунг» мусила б ще раз перевірити кожен окремих крок розслідування справи та кожен рядок повідомлень. Щодо заголовка вона цього не зробила. Серйозна помилка. У наступні дні скандал досягає апогею. «Уся група сміялася і спостерігала», — повідомила «Франкфуртер альгемайне». «Жахлива реальність: Йозефа вбито», — писала «Берлінер моргенпост». Запанувало щось на кшталт медійної істерії.

Це тривало п'ять днів, поки не перемогли факти, і один ЗМІ за іншим не почав відступ. Запевнення, рівносильні даним під присягою, були нічого не варті, троє заарештованих мали алібі, і хоча прокуратура після смерті Йозефа недбало вела розслідування, але теза про праворадикалів-дітовбивць все ж не втрималася.

Федеральний президент засудив ЗМІ. Місто Зебніц зажадало відшкодування збитків. І ще майже два тижні Зебніц перебував в іншій іпостасі: Зебніц як колективне публічне покаяння, як визнання великого журналістського провалу. Зебніц — «найбільша катастрофа ЗМІ», як писала «Зюддойче цайтунг», елегантно замовчуючи при цьому свій власний несерйозний заголовок-шапку. «Зловісний знак німецької провокаційної журналістики» — бачила в цьому «Франкфуртер альгемайне» і так само ігнорувала свій власний внесок. Але вирок «Франкфуртер альгемайне» все ж був правильним: «Зебніцький скандал стосується всієї галузі».

Для нас у «Тагесцайтунг» Зебніц був жахливою катастрофою. Від дня свого виходу «Тагесцайтунг» послідовно і диференційовано повідомляла про праворадикальні підступи в суспільстві. Усі ці роки клопіткої роботи — й відтак цей необдуманий заголовок. Найбільшої шкоди ми завдали самі собі — шкоди своїй правдивості. Німецька пресова рада висловила цілу низку осудів за висвітлення подій у Зебніці. Один такий осуд отримала «Тагесцайтунг» за свій заголовок. По заслугі.

Баша Міка – головний редактор «Тагесцайтунг»

Як переходять межу

Між ідеалізмом та тероризмом у Белфасті

Міхаель Науманн

У 1971 р. я за дорученням газети «Цайт» летів у Белфаст для написання репортажу про черговий спалах насильницького безладу в Північній Ірландії (“The Troubles”). Конфліктні взаємовідносини, які десятиліттями склалися між католиками та протестантами Північної Ірландії після розділення острова на республіку та північноірландську провінцію Ольстер у ті роки розкрилися з усією силою. У Белфасті та Лондондеррі був стан громадянської війни. У день мого прибуття в регіоні вели вуличні бої за Фоллс роуд, семеро убито. Цілі ряди будинків були охоплені полум’ям. Бідність в католицьких робітничих кварталах Белфаста — точніше, в кварталах безробітних — була жахливою і не зрівняною ні з чим з того, що я бачив досі на континенті. Тоді знову виникла ІРА (хоча повністю вона не зникала ніколи). Було два крила: Тимчасова ІРА, дрібнобуржуазно-націоналістична, та Офіційна ІРА, котра продовжувала традиції соціалістичної фази свого заснування і пов’язана з Джеймсом Коннолі та Шоном О’Кейсі.

Під час своїх перших рейдів містом ми з фотографом Вольфгангом Кунцом натрапили на ірландського студента, який назвався нам членом Офіційної ІРА. Він допоміг мені організувати численні бесіди з молодими людьми, але також і з найрозшукуванішим у той час терористом Північної Ірландії Джо Кагіллом (Тимчасова ІРА). Наші співбесідники, здебільшого мого віку, так би мовити ірландські представники покоління 68-го, до якого я сам належу, ризикували не тільки своїм власним життям — своєю свободою, цілим своїм громадянським існуванням — але також, звичайно, життям своїх супротивників, а такими були англійська армія та парламентські організації протестантів. З нинішньої перспективи все було цілком ясно: терористи довірили нам свою таємницю, показали нам свої різючі військові арсенали, а також відкрили нам свої мережі.

Ми хотіли давати нейтральні повідомлення, так і робили, але водночас переступили етичну межу. У чому ж була причина? У нашому переконанні, що соціальні відносини та дискримінація католиків у Північній Ірландії були кричущими? Чи причина була в широко розповсюдженій свого часу ідеології так званих «визвольних воєн», котра принаймні на периферії Європи, саме в Ірландії, мала значно більшу ідеологічну привабливість, ніж в бібліотеках Центральної Європи? Чи це полягало в силовій реакції влади та абсолютно брутальних обшукових акціях з боку англійської армії, котра в пошуках членів ІРА спустошувала помешкання підозрюваних, чи це була чиста жадоба пригод? Якимось нач навіть ледь не затримали англійські вояки.

Більшість наших тодішніх північноірландських співбесідників у наступні роки загинули або були заарештовані. Я їх більше ніколи не бачив. Офіційна ІРА зникла. Залишився убивчий терористичний рух, чий ідеологічний запал виріс не, як я тоді припускав, з класових суперечностей, а з небезпечної посмужності католицизму та націоналізму, з одного боку, та протестантських «підпільників» — з іншого.

Пошуки витоків цього конфлікту привели мене свого часу назад в університет і стали темою моєї докторської дисертації «Зміна структури героїзму».

Сьогодні я більше не вірю в те, що існує міцна з журналістського погляду позиція, коли в ім'я точного висвітлення подій можна змиритися з тим, щоб в ході висвітлення подій супроводжувати та знеособлювати терористів. Для журналістської етики немає точки опори по той бік терористичних — тобто ведених вбивчими способами — суспільних конфліктів. Хто береться за те, щоб ці конфлікти описувати наче зсередини, може завинити тим, що він (або вона) хоч би яким чином не попередить, наприклад, про заплановані терористичні акти.

Міхаель Науманн – видавець газети «Цайт»

Фінальне інтерв'ю

Яку турботу має виявляти інтерв'юер до свого бесідника?

Геріберт Прантль

Інтерв'ю з Штеффеном Гайтманном вийшло на цілу шпальту в недільному випуску «Зюддойче цайтунг» від 18 – 19 вересня 1993 р. Воно значною мірою сприяло його кінцю як кандидата на посаду федерального президента від ХДС/ХСС. У цьому інтерв'ю він обґрунтував свої і так вже відомі та широко розкритиковані висловлювання про іноземців в Німеччині, про роль жінок у суспільстві та про нацистське минуле. Наприклад, пояснив, чому він 1990 року в Штутгарті під час свого першого після возз'єднання візиту на Захід багатьох іноземців, котрих там бачив, сприймав як неприємних. І він застерігав від бачення особливої ролі Німеччини внаслідок Голокосту. Хоча організована смерть мільйонів євреїв у газових камерах і справді була винятковим явищем – «як і багато інших виняткових подій в історії», але тепер, позаяк повоєнний період з об'єднанням Німеччини закінчився, настав час «визначити місце цій події». Нацистське минуле не повинно бути довгостроковою іпотекою для Німеччини, суперечка істориків – справа вчорашнього дня. Гайтманн говорив про те, що він «лише виразив почуття, які поділяє багато людей». Повинна ж бути можливість ці почуття «колись висловити».

Уже повернувшись з плівкою в портфелі, я сказав у редакції: «Якщо він це авторизує в такому вигляді, і якщо це буде надруковано, то перспектив у нього немає». Так воно й сталося: через кілька тижнів тодішній міністр юстиції Саксонії зняв свою кандидатуру. І його покровитель – тодішній Федеральний канцлер Гельмут Коль – не міг чи не хотів його більше підтримувати. Німецьким главою держави 23 травня 1994 р. обрали не Штеффена Гайтманна з Саксонії, а нового кандидата Коля Романа Герцога.

Інтерв'ю зазвичай авторизував Гайтманн. Власне, цього він зовсім не вимагав і сказав, що довіряє мені. Але я через прогнозовану бризантність передбачливо на цьому наполог, переніс плівку з двогодинною бесідою на папір, першу годину з відомими судово-політичними викладками Гайтманна викинув у кошик, а варіант для друку створив з другої години інтерв'ю і переслав йому факсом для дозволу. Він та його прес-служба не розпізнали бризантності, внесли лише незначні поправки.

Коли в боннському Домі ім. Конрада Аденауера, головному партійному офісі ХДС, помітили жевріння бікфордого шнура, було вже запізно: в останню секунду спробували відкликати певні пасажі інтерв'ю. Я погодився, але з справедливою увагою, що перше видання вже в друці, для так званого дистанційного видання вже нічого не можна зробити;

пізніше — так. На іншому кінці дроту відчули полегшення, але незабаром зателефонували ще раз і сказали: «Нехай іде». Сильно змінене — авторизоване — інтерв'ю у другому випуску «Зюддойче цайтунг» порівняно з першим було б публічним визнанням провини. Отже, інтерв'ю надрукували. Арнольд Фаатц, тодішній саксонський міністр — колега Гайтманна, сьогодні — депутат Бундестагу від ХДС, ще кілька років тому накинувся на мене на з'їзді юристів: «З грудей Гайтманна ще й досі стирчать зубці Ваших вил». Вила для гною? Фаатц додав, що моїм обов'язком було б застерегти Гайтманна від самого себе. А я, мовляв, використав політичну наївність чоловіка, котрий ще не пізнав чутливість Заходу.

Маленький витяг з інтерв'ю: «Дивним є у ФРН, що вона має кілька сфер, на які накладені табу. Є інтелектуальний дискурс, який не обов'язково відповідає поглядам більшості громадян, за який, однак, не можна бути не покараним. І сюди належить тема іноземців, сюди належить тема минулого Німеччини, нацистського минулого, сюди належить тема жінок. На мою думку, ці дебати слід припинити, навіть якщо є загроза, що тебе поставлять у певні кути, де тобі буде не дуже затишно. На мою думку, треба спробувати також дати можливість бути почутим у цих дебатах нормальному громадянину». З цього речення був зроблений заголовок інтерв'ю: «Треба нормальному німецькому громадянину дати можливість бути почутим».

Гайтманн у цьому інтерв'ю, мабуть, спробував виправити свій публічний імідж — і все тільки погіршив. Він також, мабуть, спробував у бесіді мене, свого інтерв'юера, якого він уже давно добре знав, переконати у своїй щирості. Ми вже часто до того бесідували, насамперед на політико-правові теми. Я вивчив цю трохи дивну людину: поряд з Колем Гайтманн був схожий на молодого вікарія, який стає на свою першу посаду: крихкотілий, натхнений, який погано знає життя. Таке перше враження було оманливим: уже під час першої короткої прес-конференції стало зрозуміло, що Гайтманн, хоч і виглядає кволим, але діє самовпевнено, майже по-месіанськи. Я вже багато разів брав у нього інтерв'ю — про урядову злочинність, про кримінально-правове обходження з колишніми можновладцями НДР, про устрій демократичного правосуддя в нових федеральних землях. Він був безкомпромісним у своїх судженнях про всіх тих, хто був у злагоді, співпрацював з системою НДР. Тому на Сході він зажив репутації «нещадного пастора» — такою твердою рукою він керував юстицією своєї землі. З міністрів юстиції нових земель він єдиний походив зі Сходу. І він, мабуть, і був таким, хто там, у своїй землі Саксонії, швидше від усіх знову поставив юстицію на ноги. Це мені цілком імпонувало.

Ні, ми не дружили. Але були добре знайомі, трохи близькі — як воно буває, коли дуже часто спілкуватись, і якимось воно виходило, коли часто разом їли і пили, при цьому бесідували про всілякі політичні та приватні

речі. Ці особисті стосунки були і є важливими, щоб оцінити питання, про яке мені тут йдеться:

Які обов'язки ти маєш перед політиком, котрий тобі навіть поза журналістикою довіряє, котрий часом в бесіді питає про твою власну думку, ба більше, просить поради? Чи слід його, коли починається інтерв'ю, попереджати, що зараз перед ним сидить вже не його знайомий, а лише журналіст? Чи є такий обов'язок у журналіста — як від мене вимагав Арнольд Фаатц — захищати політика від самого себе? Може не кожного, але того, кого краще знаєш?

Я знав, що критика, яка звалилася на нього як на кандидата на посаду федерального президента, завдала йому багато клопотів. Але він не був готовий схилитися, вилучити з обігу свої цитати. Він був стоїчно впертим. Штеффен Гайтманн знав, що йому бракує простоти Ріхарда фон Вайцзеккера¹⁴. Як і багато східняків він усе своє життя прожив у своєму рідному місті. За все своє життя він, за винятком свого студентського проживання в Ляйпцігу, де вивчав теологію, жив лише у двох місцях, у Дрездені на відстані двадцяти хвилин одне від одного. Чи повинен німецький глава держави вільно розмовляти англійською? Натомість Гайтманн посилався на свою гуманітарну освіту євангельського теолога та церковного юриста: латина, грецька, давньоєврейська — чи це нічого не значить? Він не сприймав тих вад, які йому закидали: «Обмеження, яке було на нас накладене, народило шанси: можливість концентрації» — які він явно використав. Він виглядав аскетично, але без зморшок, тобто як випрасувана версія блискучого Гайнера Гайслера¹⁵, але далеко не такий хитрий і бувалий.

Чи треба такій людині допомагати вийти зі скрутного становища? Остерігати його від того, що він каже? Чи треба його остерігати, знаючи, що він перед іншим інтерв'юером, мабуть, не так невимушено висловлюється, що він, ймовірно, більше не став би давати інтерв'ю на спірні теми? Чи є — як це називають юристи — «обов'язок гаранта», бо ти знаєш, що буде потім? Той, хто має такий обов'язок гаранта, стає винним не тільки через те, що він зробив, але й через те, що він не зробив чогось рятівного.

Обов'язок гаранта? Інтерв'ю не є сходженням на гору, де треба один за одного триматися. Це може й небезпечний захід, але не такий, що розрахований на взаємну допомогу. Інтерв'юер також не має тих зобов'язань, які мають адвокат щодо свого підзахисного або лікар щодо свого пацієнта. Але, oprіч таких спеціальних договірних стосунків довіри та обов'язку, є, мабуть, усе ж зобов'язання, котрі виростають з того, що бесідник представляє себе як такого, що зовсім нічого не підозрює.

¹⁴ Шостий федеральний президент ФРН у 1984 — 1994 рр. — *Прим. перекл.*

¹⁵ Німецький політик (ХДС). — *Прим. перекл.*

Звичайно, я так вів інтерв'ю, як завжди це роблю, коли беру інтерв'ю у співбесідників, яких добре знаю, які мені подобаються: отже, ввімкнувши запис, я облишив тон балачки, став говорити формальніше, голосніше, звертався до бесідника, вживаючи його титул. Звичайно, я до сказаного не додав жодного слова. Звичайно, я з написаним текстом інтенсивно попрацював — випустив довгі пасажі, скоротив, ущільнив, стис, сконцентрував, переформував. Кінцевий продукт я передав співбесідникові, хоча він, власне, від цього відмовився. В інтерв'ю було акуратно дотримано всіх правил. З журналістського погляду все було в порядку.

Привід пишатися? Усе ж таки — ні. У грі питання-відповідь бракувало одного речення, до якого не зобов'язує жодне журналістське правило. Речення мало б бути таке: «Так, як Ви говорите, Ви ще дужче стверджуєте Ваших критиків та їхню критику; Ви ризикуєте головою».

Д-р Геріберт Прантль – керівник відділу внутрішньої політики газети «Зюддойче цайтунг»

«... лише на помилках Ви навчитеся»

Скільки правд має одна історія?

Удо Ребель

Висотний будинок. На балконі на 12 поверсі стоїть чоловік. Він збирається стрибнути в безодню. Унизу — пожежники, поліція та багато роззяв. Стрибне чи ні? Маєте новину дня чи лише маленьке повідомлення у місцевій хроніці?

Унизу трохи далі від натовпу стоїть також фургон для перевезення меблів. І ви дізнаєтеся, що людину сьогодні мали примусово виселити. Власник квартири відомий як безсовісний хижак-орендодавець.

З кожним питанням, з кожним пошуком історія стає кращою. Але чи є це щирою правдою? Кажуть, що чоловік на балконі був колись «суперзіркою», «Великим Братом» або ще якоюсь скороминушою пресовою чи телезнаменитістю. Потім нібито падіння, алкоголь, таблетки, борги. «Дружина його залишила. Він її постійно бив», — каже сусідка. «Ні», — каже інша. «Жінка вже давно пішла. Вона була стервом. Їй були потрібні тільки його гроші. А коли у нього більше нічого не залишилося, вона його покинула».

Чим більше ви питаєте, тим більше отримуєте відповідей. Раптом ще таке: його три дні тому виписали з психіатричної лікарні. Лікарі очевидно зарано визнали його стан стабільним. «Дурниці», — каже інший, мабуть близький друг. «Він насправді був у лікарні. Але у нього рак. Невиліковний».

Одна історія. П'ять різних правд. А за дві години — пробний відбиток. Яку правду ви вибираєте?

Для чого я розповідаю цю історію? Вона закликає нас бути обережними. За кожною історією ховається тільки одна правда. А за нею може ще одна, а за тою — інша: або правда є сумішшю з багатьох правд. Її інколи навіть неможливо знайти одну справжню правду.

Я це в моєму журналістському житті переживав час від часу. Що за однією історією ховається інша історія. І попри всіляку обережність раз за разом трапляється те, що все одно не та історія потрапляє в газету.

Як цього не допустити, як цього уникнути? Є правила, є принципи, є норми, яких слід дотримуватися. Але також найретельніші пошуки не є стовідсотковою гарантією того, що ви пишете правду. Позаяк те, що ви пишете, цілком може бути правильним — і водночас це не так.

Тому що правда може також змінюватися. Усе залежить від кута зору. Як у нашого чоловіка на балконі.

Він хоче вкоротити собі життя, тому що його виселяють з помешкання? Чи тому що його залишила дружина? Або він змирився з тим, що більше не є «зіркою»? Або тут є ще щось інше...?

Кожна правда можлива. Але зрештою ви не знаєте, чому чоловік хоче кинутись з балкона саме зараз. І вам доведеться вибрати свою правду, якщо хочете написати його історію.

Слюсар працює за вказаним розміром. Один міліметр більше або менше — і він знає, правильно чи ні він зробив свою роботу.

Як журналіст ви так не можете. Єдиний ваш розмір — це ваш окомір. Знайти правильний окомір для якоїсь історії — це вам не завжди вдасться. Це буде постійний процес навчання. І зрештою вам це вдасться лише з досвідом. З великим досвідом — і багатьма помилками, які ви зробите.

Бо тільки помилки загострять ваші чуття, почуття та ваші інстинкти. І ці помилки змінять вашу журналістську роботу.

Зі мною так теж було: було помилкою сісти в машину з гладбекськими грабіжниками. Було помилкою у зебницькій справі нерозважливо довіряти запевненням, рівносильним даним під присягою, перевіркам адвокатів та ордеру на арешт, який видав німецький суддя. Так само некоректно з морально-етичного боку було ночами винюхувати в кельнському гомосексуальному середовищі сексуальні схильності німецького генерала.

Але те, що в одному випадку було помилкою, у випадку Кіслінга було правильно. Спочатку копірсаження у брудній білизні виявило нехлюйство Служби військової контррозвідки та скандальні помилкові дії тодішнього федерального міністра оборони. Без жадоби сенсації генерал Кіслінг не був би реабілітований.

Отже, що є правильним і що ні?

Як репортер і керівник редакції я зробив ще багато інших помилок. Але кожна помилка змінювала також мене та мою роботу — і оберігала мене від помилок у дуже багатьох інших випадках.

Є правила, є колеги та начальники, котрі можуть вам допомогти. І я сподіваюся, що ви і в цій книзі знайдете багато добрих порад і дороговказ, за яким ви можете орієнтуватися у вашому журналістському житті. Але врешті-решт ви як журналіст є сам один. У кожній історії, у кожному повідомленні, які ви пишете. І ваша мораль, ваші етичні цінності зрештою вирішуватимуть, як ви напишете ваші історії. Наприклад, історію про чоловіка, який все ще стоїть на балконі.

Чи будете, чи зможете ви бути справедливим до нього? До його життя, його долі, його чисто особистої трагедії?

Історія, яку ви про нього завтра напишете в газеті, починається думками, що приходять в голову, коли ви дивитеся вгору на балкон.

Ви хочете, щоб чоловік стрибнув?

Удо Ребель був у 1998 – 2000 рр. головним редактором газети «Більд». Сьогодні він працює також як романіст.

**ЧАСТИНА II:
ПРИКЛАДИ З ПРАКТИКИ ТА
КЛЮЧІ ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ**

1. Перед публікацією

ЗМІ повинні інформувати громадськість правдиво та критично, прагнути «об'єктивності». Передумовою цього є ретельне розслідування. В ідеалі журналісти ведуть свою діяльність без впливу власних та нестосовних до справи мотивів. Цим самим вони роблять суттєвий вклад у забезпечення самоконтролю в плюралістичних суспільствах. Також і через цю причину професію журналіста називають покликанням або «службою на благо загалу». Отже, журналісти відповідальні перед громадськістю. З цього випливають професійно-етичні права й обов'язки, зокрема, такі як збереження авторитету преси та захист її свободи. Стаття 1 принципів публіцистики Німецької пресової ради, так званого Пресового кодексу звучить так:

Стаття 1

Повага до правди, повага до людської гідності та правдиве інформування громадськості є найвищими заповідями преси.

У журналістському повсякденні ця вимога виглядає достатньо важко здійсненою. Типові робочі фази — розслідування, систематизація, поширення — ставлять кожного журналіста перед професійно-етичними питаннями: як мені допустимо одержати по змозі ексклюзивну інформацію? Хто мої інформанти? Як я маю з ними обходитися? Дальший розділ — намагання дати відповідь на ці питання тією мірою, наскільки це стосується розслідування. Вони показують: журналістська етика починається зі збору інформації.

1.1. Поведінка під час розслідування

Розслідування, яке веде журналіст, повинно служити виявленню правди. Але у цьому випадку мета не виправдовує засоби. Особливо при діставанні інформації, яка не є легкодоступною, можуть виникнути ситуації, котрі ведуть до межі допустимого з позиції пресової етики. Також можуть конфліктувати повага до правди та дотримання людської гідності, зокрема там, де йдеться про необхідність захисту інформантів. З якого моменту діставання інформації стає недобросовісним? Підібрані тут випадки з практики добре підходять для обговорення цього питання з різними акцентами.

Стаття 4

При діставанні даних, новин, інформації та зображень, що стосуються особи, не повинні застосовуватись недобросовісні методи.

А) Завжди представлятися журналістом?

[Коли маєш справу з публічними людьми]

Практичний приклад

Статс-секретар скаржиться в Німецьку пресову раду на методи розслідування співробітників бульварної газети. Приводом є перебування в лікарні бранденбурзького міністра з соціальних питань пані Регіне Гільдебрандт, яка тим часом померла від раку. Після прес-конференції з приводу проведеного медичного втручання журналістка бульварної газети та фотограф видали себе в лікарні за колишніх колег пацієнтки і так проникли в палату. Лише коли обман виявили, їх вивели з палати. Всупереч цьому редакція заявляє, що обидва її співробітники вже на вході до відділу представилися черговій сестрі як журналісти. При цьому редакторка згадала, що вона є колишньою колегою по роботі чоловіка пацієнтки. Міністр повідомила, що сказане статс-секретарем правда. Журналістка та її супутник, за її словами, не називалися журналістами ні персоналові лікарні, ані їй самій. І що вони співробітникам клініки представилися її колегами. Під час бесіди вона сама виходила з того, що вони обоє є колишніми співробітниками однієї з пов'язаних з міністерством установ. Коли фотограф відтак вийняв фотоапарат, її це здивувало, і вона зажадала не робити жодних знімків. У цей момент до лікарні надійшла також інформація, що йдеться про співробітників бульварної газети.

Спонування до дискусії

1. Чи були дії журналістки та фотографа, виходячи зі статті 4, «недобросовісними»?
2. Чи існує право громадськості на інформацію щодо хвороби публічної особи?
3. Чи є чинними для публічних осіб відмінні умови розслідувань?

Ключ до розв'язання на стор. 73.

*

Б) Приховане розслідування виправдане?**[Журналісти як учасники семінару]****Практичний приклад**

Сатиричний журнал під заголовком «Невігласи та божевільні» опублікував статтю про семінар в одній академії. У цій статті названо прізвища учасників семінару та опубліковано фотографії. Журналісти, які підготували статтю, взяли участь в заході, але не представилися журналістами.

Спонування до дискусії

1. Чи були дії журналістів, виходячи зі статті 4, «недобросовісними»?
2. Які переваги або яка шкода була б для журналістів, якби вони назвали свою професію?
3. Чи бачите ви в принципі проблеми в тому, щоб журналісти висвітлювали заходи, в яких вони одночасно є учасниками?
4. Чи можете ви уявити випадок, коли приховане розслідування було б виправданим?
5. У чому, на вашу думку, полягають переваги та вади прихованого розслідування? Згадайте приклад Гюнтера Вальрафа¹⁶ («Заголовок: Людина, яка в «Більді» була Гансом Ессером»). Прочитайте до цього «Поради з редакційного повсякдення» в частині «Ключі до розв'язання».
6. Чи була б різниця, якби журналісти заднім числом, але ще до публікації, одержали дозвіл від тих, кого це стосувалося?
7. Яку роль відіграє та обставина, що йдеться про сатиричне повідомлення? Чи тут діють інші правила? Див. щодо цього також розділ 2.3, Випадок Ж) та 2.4, Випадки Г) та Е).

! Підказка з редакційного повсякдення

Перед прихованим розслідуванням (приклад: я проникаю як пацієнт до спірного терапевта) завжди точно зважувати шанси та користь такого прихованого розслідування. Обов'язково перед такими проектами слід проконсультуватися з адвокатом. Оскільки щодо цих розслідувань є високий ризик звернення до суду, нагальна порада укласти договір про професійне страхування з метою правового захисту.

Франк Бірманн, вільний журналіст, Мюнстер

 Ключ до розв'язання на стор. 74.

*

¹⁶ Гюнтер Вальраф (1942 р.н.) — німецький журналіст і письменник, один із засновників журналістського розслідування у сучасному вигляді. У своїх репортажах постає робітником заводу, гастарбайтером, пацієнтом, шофером, журналістом жовтої преси, показуючи проблеми суспільства. — *Прим. перекл.*

**В) Фотографування хворих
[Постраждалих у лікарні]****Практичний приклад**

Бульварна газета розповідає про водія, який за кермом свого автобуса переніс апоплексичний удар.

До статті додано фото чоловіка у лікарні, яке дозволяє його чітко впізнати.

Транспортне підприємство, де працює водій автобуса, критично висловилися, що журналісти неправдоподібно потрапили до відділу інтенсивної терапії лікарні та сфотографували там колегу, коли він ще не міг реагувати.

Постражданий пізніше сказав своїм колегам, які його відвідували в лікарні, що він ніколи на погодився б і не дав би дозволу на публікацію. Через свій стан він не був здатен сприймати того, що діялося навколо нього.

Висловлювання редакції

Газета повідомляє, що фоторепортер належним чином звернувся в лікарні до чергової у відділі сестри та спитав, чи може відвідати водія автобуса. Йому він потім представився як журналіст газети і попросив у нього коротку розмову та фото. Водій автобуса нібито сказав йому, що він, на жаль, не може пригадати того, що трапилося, але не має нічого проти фото. Після цього була зроблена відповідна світлина.

Спонування до дискусії

1. Чи є необхідним фото у зв'язку з репортажем про водія автобуса?
2. Чи втратив би репортаж без фото важливу інформаційну цінність?
3. Чи мають право фоторепортери фотографувати пацієнтів у лікарні?
4. Які пресово-етичні та пресово-правові аспекти повинен враховувати журналіст?
5. Чи була б знята вина з журналіста, якби він записав сказане водієм автобуса? (Прочитайте також щодо цього «Нотатки з юридичної практики» в частині розв'язань до попереднього випадку).

Ключ до розв'язання на стор. 76.

Г) Розслідування під час насильств [Захоплення заручників у Фульді]

Одна бульварна газета повідомляє про захоплення заручників у Фульді / Дрідорфі наприкінці жовтня 1994 р. Вона публікує телефонне інтерв'ю з гангстерами, котре відбулося під час скоєння злочину. Це стало можливим, оскільки гангстери також захопили автомобіль оператора, з яким був налагоджений телефонний контакт. Газета спитала злочинців про їхні вимоги, куди вони хочуть прямувати після своєї втечі та цікавилася станом заручників.

Висловлювання редакції

Головна редакція пояснює, що співробітник, котрий провів телефонне інтерв'ю, нібито не знав, що гангстери тимчасом захопили авто оператора приватної радіостанції.

Можна пересвідчитися, що редактор не поклав слухавку, а задав опубліковані в газеті чотири питання. Отже, це була випадкова розмова, від якої, звісно, в момент події жоден журналіст не відмовився б.

Спонування до дискусії

1. Чи слугує інтерв'ю зі злочинцями «правдивості інформування громадськості», якої вимагає стаття 1?
2. Які етичні проблеми ви бачите в цій формі висвітлення подій «наживо»?
3. Що на вашу думку має пріоритет: захист жертв і постраждалих чи актуальне, автентичне, «нефальшоване», висвітлення подій?

4. Оцініть роль журналістів та їхній стосунок до злочинців і жертв у цьому випадку під таким кутом: близькість/дистанція, брати участь/спостерігати, активна роль/описова роль, завершена/що триває подія.

Ключ до розв'язання на стор. 77.

*

Г) Угода з владою про мораторій на поширення інформації [Висвітлення подій у випадку шантажу]

Практичний приклад

Бульварна газета під заголовком «Шантажист вимагає 10 млн.: замах на водіїв» повідомляє про випадок шантажу підприємства. Водії на Нижньому Рейні мають потерпати за своє життя, бо шантажист жбурляє брукняки з мостів в автомобілі відповідної марки. Представники поліції та прокуратури скаржаться, бо вони вважають, що газета через передчасне повідомлення про слідчі дії поліції створює ризик підвищеної небезпеки для населення. Автомобільну компанію з початку жовтня 1998 р. шантажує невідомий.

Дійсно, в Нойссі шантажист жбурнув брукняк з мосту в автомобіль, водій котрого залишився неушкодженим. Про кидання каменю повідомляли ЗМІ. Про зв'язок з шантажем підприємства не згадували. З невідомого джерела газета довідалася про шантажування підприємства.

Прес-служба земельного управління поліції вказала журналістам на небезпеку того, що публікація може призвести до непередбачуваних дій вимагача, що може становити загрозу для життя людей, не в останню чергу через злочинців-наслідувачів. Водночас було наголошено, що публікація надзвичайно ускладнює слідство.

Норма 11.4 – Узгоджені дії з владою / Заборона передавати інформацію

Заборону передавати інформацію преса принципово не сприймає. Узгоджені дії між ЗМІ та владою відбуваються лише тоді, коли життя та здоров'я жертв та інших учасників можуть бути захищені чи врятовані діями журналістів. На прохання правоохоронних органів в інтересах розкриття злочину на певний проміжок часу повністю або частково відмовитися від повідомлень преса погоджується, якщо відповідне прохання переконливо обґрунтовано.

Висловлювання редакції

За словами редакції, рішення проінформувати громадськість про випадок шантажу прийняли, ґрунтовно зваживши суперечливі інтереси та усвідомлюючи завдання преси, що впливає з основних прав. При цьому вони діяли згідно з Пресовим кодексом, зокрема, нормою 11.4. Крім того, слід врахувати, що не йдеться про те, що держава приховує свою інформацію. Рішення про публікацію статті прийняли з таких причин: у випадку шантажу жодна особа не перебуває в руках злочинців, коли їй життя було б безпосередньо загрожено. Слідчі органи не змогли переконливо обґрунтувати, чому саме тут, на відміну від інших випадків шантажу в останній час, слід хоч там що відмовитися інформувати населення.

Спонування до дискусії

1. Чи поділяєте ви рішення редакції?
2. Як би ви виважували між попередженням громадськості та можливими перепонами для поліцейного слідства?
3. Чи грає роль при оцінюванні випадку той факт, що нікому прямо не загрожували вимагачі?

Ключ до розв'язання на стор. 78.

*

Ключі до розв'язання

А) Завжди представлятися журналістом?

[Коли маєш справу з публічними людьми]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і виносить догану газеті. На думку Комітету, процес розслідування журналіста та фотографа суперечить статті 4 Пресового кодексу. Уточнення міститься у відповідній нормі:

Норма 4.1 – Засади розслідування

Розслідування є неодмінним інструментом журналістського обов'язку добросовісності. Журналісти засадничо представляються. Неправдиві дані журналіста, який проводить розслідування, про свою ідентичність та про те, який орган він представляє, засадничо не сумісні з авторитетом і функцією преси.

Приховані розслідування є в окремих випадках виправданими, якщо так можна дістати інформацію, що має особливий суспільний інтерес, котра інакше не доступна.

За нещасних випадків і катастроф преса зважає на те, що рятувальні заходи щодо жертв та загрожених мають пріоритет перед правом громадянськості на інформацію.

Згідно з позицією міністра, Комітет дійшов висновку, що обидва журналісти недобросовісним способом проникли в палату для одержання інформації та фото. На думку Комітету, такі дії суперечать чесній журналістській роботі, зокрема, також через те, що міністр перебула важку операцію і ще не відновила повністю свої сили. Незалежно від особи пріоритет у цьому випадку має потреба захистити особу.

Норма 4.2 – Розслідування стосовно осіб, які потребують захисту

При розслідуваннях стосовно осіб, які потребують захисту, необхідна особлива стриманість. Це стосується насамперед людей, які не повністю володіють своїми розумовими або фізичними силами або ж перебувають в екстремальній психічній ситуації, а також дітей та молодих людей. Обмежена сила волі або особливе становище таких осіб не можна цілеспрямовано використовувати для одержання інформації.

§ Нотатки з юридичної практики

Чи має право громадськість на інформацію при захворюванні публічних осіб?

Хвороби та проблеми здоров'я належать до приватної сфери, право на захист якої мають також громадські діячі. Тому ЗМІ, зазвичай, не можуть про це повідомляти. Звісно, все залежить від конкретного випадку, але засадничо є загальноприйнятним: якщо успішна спортсменка, відомий актор, впливовий підприємець чи знаменитий митець захворюють, то вони не зобов'язані допускати повідомлення про це.

Інша ситуація, коли захворює або має проблеми зі здоров'ям особа, котра прагне обійняти або обіймає офіційну посаду: той, хто, наприклад, претендує на посаду федерального президента або міністра, має змиритися з тим, що преса повідомить правду про два перебути інфаркти. Позаяк така інформація стосується працездатності претендента й, отже, його посадової придатності. При розслідуванні про офіційну особу є чинними такі самі правила, як і в інших випадках. Особа не повинна миритися з випадками, коли преса у своїх розслідуваннях застосовує недобросовісні методи, лише тому, що вона є знаменитою. Той, хто проти волі знаменитості вдирається або проникає до неї, порушує недоторканість житла. Журналіст, котрий без згоди свого знаменитого співбесідника записує телефонну розмову, порушує закон щодо конфіденційності слова (§ 201 Кримінального кодексу). Знаменитості засадничо не зобов'язані допускати, щоб журналісти брали в облогу їхній будинок. Інші правила діють хіба до фоторозслідування щодо абсолютних громадських діячів: якщо хтось, наприклад, бачить федерального канцлера суботнім ранком під час закупів на ринку, засадничо має право фотографувати його в такій ситуації. Стосовно інших осіб це не було б дозволено(прийнятно).

Д-р Гаральд Вітгенгорн, адвокат, Гамбург

Б) Приховане розслідування виправдане?

[Журналісти як учасники семінару]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і виносить газеті догану. На думку Комітету, журнал своєю публікацією порушив статтю 4 Пресового кодексу, оскільки його співробітники не представилися журналістами. У статті 4 йдеться про те, що при одержанні інформації, інформаційного матеріалу та фото не можна застосовувати недобросовісні методи. Додатково норма 4.1 вказує на допустиме в окремих випадках приховане розслідування. Однак для нього Комітет з розгляду скарг не бачить підстави, оскільки тут не йдеться про інформацію, що викликає особливий інтерес громадськості.

Норма 4.1 – Принципи розслідування

(...) Приховане розслідування в окремих випадках є виправданим, коли одержують інформацію, що викликає особливий інтерес громадськості, і яка є недоступною в інший спосіб.

Окрім того, Комітет критикує опублікування прізвища та фото учасниці семінару. Це не було виправданим, оскільки тут йдеться про приватну особу. У статті 8 Пресового кодексу зазначено, що преса поважає приватне життя та інтимну сферу людини. Для повідомлення про неї із зазначенням прізвища громадського інтересу не було, отже, її права особистості були порушені.

! Підказка з редакційного повсякдення**Вальраф та наслідки**

Загальноприйнятим є: принцип свободи преси не переважає права нелегально, а отже, недобросовісними методами діставати інформацію від влади чи підприємств, це також не дає жодному журналістові права робити нелегальні фото або фільми. Отже, при розслідуванні слід завжди називати ім'я та прізвище й орган, а не представлятися паном Мюллером з кримінальної поліції або фотографувати чужі помешкання.

Однак журналіст не завжди може нормальним шляхом одержати всю інформацію, яку він хоче мати. Тому він візьме собі іншу ідентичність або увійде в іншу професійну роль. Коли журналіст так робить, він потрапляє з правового боку в сіру зону. Тому що для судочинства ці приховані розслідування виправдані лише тоді, коли він опісля може представити інформацію «надзвичайного громадського інтересу».

Звідки походить це гарне юридичне формулювання? Йому більше 20 років, і вона походить з вироку Федерального конституційного суду, з так званого «Вироку щодо Вальрафу», юридичного завершення численних процесів між журналістом Гюнтером Вальрафом та видавництвом «Шпрінгер» («Шпрінгер-ферлаг»). Вальраф тоді, у часи, коли був поширеним заклик «Експропріювати «Шпрінгер», проводив приховане розслідування в редакціях газети «Більд» і 1977 року видав книгу «Заголовок: Людина, яка в «Більді» була Гансом Ессером». Видавництво хотіло домогтися заборони цієї книги. У перших інстанціях Вальраф програв, лише у Федеральному вищому суді він виграв. Суд визнав за ним право опублікувати результати своїх спостережень у редакції «Більда», тому що його книга описує «значні порушення» й виявляє «хибні процеси в певній журналістиці», у розгляді яких «значною мірою» зацікавлений широкий загал.

Але навіть цей вирок «Шпрінгер-ферлаг» оскаржив у Федеральному конституційному суді. У вирокі останнього містилося це досі чинне речення, згідно з яким «Опублікування придбаної або одержаної протизаконним шляхом інформації (...) тоді потрапляє під захист свободи думки (Ст. 5 абзац 1 Основного Закону) (...) коли значення інформації для оповіщення громадськості та для формування громадської думки однозначно переважає шкоду, завдану правопорушенням щодо зачеплених та правопорядку» (Шифр документа: 1 BvR 272/81). Прохання — прочитайте це речення принаймні двічі. Це речення, звичайно, можна тлумачити по-різному. Але все ж воно забезпечило те, що через 20 років журналіст, який під виглядом помічника працівника з догляду за тваринами таємно робив знімки в лабораторії дослідів над тваринами, може їх публікувати. Цим самим він надав важливий матеріал «у духовній боротьбі думок» до тем «Захист тварин» та «Дослід над тваринами», — йдеться у вирокі Верховного суду землі в Гаммі. Проти цього можливий збиток зачепленого підприємства має відійти на задній план. До того ж суд зарахував йому в позитив, що він не дбав про жодний корисливий інтерес, і його розслідування не було спрямоване проти приватних осіб (Шифр документа: 3U77/04).

Франк Бірманн, вільний журналіст, Мюнстер

§ Нотатки з юридичної практики

Які наслідки має заява про згоду?

Якщо особа дає дозвіл на згадування прізвища, то її права таким згадуванням не порушено. Це стосується також випадків, коли особа спочатку, не знаючи про це, стає предметом розслідування, а потім, перед публікацією, дає свою згоду. Те ж саме стосується засадничо публікації фотографій, зроблених без відома зачепленого.

Д-р Гаральд Віггенгорн, адвокат, Гамбург

В) Фотографування хворих

[Постраждалий у лікарні]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює громадський осуд. На думку Комітету, газета публікацією статті порушила визначені статтею 4 Пресового кодексу принципи розслідування (4.1) (див. Ключ до розв'язання до практичного прикладу А у цьому розділі). Постраждалий, який після апоплексичного удару лежав у лікарні, однозначно перебував в екстремальній ситуації і не повністю володів своїми фізичними та, можливо, розумовими силами. Отже, не відповідає пресовій етиці, коли редакція проникає в палату та фотографує хворого. Тут є чинною така норма:

Норма 4.2 – Розслідування щодо осіб, котрі потребують захисту

(...) Обмежена сила волі та особливий стан таких осіб не можна цілеспрямовано використовувати для одержання інформації. (...)

До цього додано порушення статті 8 Пресового кодексу.

§ Нотатки з юридичної практики**Що вимагає чинної згоди?**

Знімки осіб засадничо можна публічно поширювати лише тоді, коли сфотографований дав на це згоду. Лише як виняток знімки осіб можна публікувати без згоди, якщо йдеться про фото, що стосуються сучасної історії або сфотографовані особи є лише додатком до знімків ландшафту чи інших місцевостей.

Чинна згода передбачає, що сфотографований спроможний давати згоду: такими не є цілком п'яні або душевно хворі, котрі не усвідомлюють наслідків своєї згоди. Тому, хто фотографує неповнолітніх, тобто дітей або молодих людей, яким не виповнилося 18 років, для публікації засадничо потрібна також згода батьків.

Чим дужче фото заходить у сферу права особи сфотографованого, тим вищими є вимоги до згоди: той, хто знімає, як поліціанти затримують гаданого злочинця, не може робити висновок про дозвіл лише з того, що затриманий відповідає на питання журналістів на камеру.

Д-р Гаральд Віггенгорн, адвокат, Гамбург

Щодо наступного дозволу на висловлювання див. також «Підказку з канцелярії» у ключі до розв'язання Б) у цьому розділі.

Г) Розслідування під час насильств**[Захоплення заручників у Фульді]**

У цій книжці ви також знайдете свій розділ на тему «Зображення сенсації та насильства». Тут йдеться тільки про поведінку при розслідуванні під час насильств.

Норма 11.2 – Повідомлення про насильства

(...) Інтерв'ю під час скоєння злочину не припустимі (...)

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює бульварній газеті громадський осуд. На думку Комітету, газета проведенням інтерв'ю та публікацією матеріалу порушила статті 4 та 11 Пресового кодексу, а також норми 11.2 та 11.5. Якщо стаття 4 містить

принцип добросовісного розслідування, то стаття 11 – регулювання, згідно з яким преса відмовляється від невідповідно сенсаційного зображення насильства та брутальності. Інтерв'ю, яке співробітник газети провів під час втечі, заважало слідчій роботі поліції. У запереченні, що інтерв'юер нібито не знав, що гангстери, які захопили заручників, тимчасом заволоділи автомобілем радіостанції, Комітет не вбачає виправдання таких дій. Навіть випадково розпочата розмова зі злочинцями-втікачами здатна уможливити їхнє самовираження. У нормах 11.2 та 11.5 Німецької пресової ради чітко зазначено, що преса може незалежно і автентично повідомляти про такі процеси, але не повинна ставати інструментом злочинців.

Подальша публікація інтерв'ю порушила, крім того, статтю 11 Пресового кодексу, бо вона містить невідповідно сенсаційне зображення насильницької акції. Через неї злочинці отримали (публікація вийшла ще до завершення захоплення заручників) публічний форум для самовираження. Досвід перебігу захоплення заручників у Гладбеку 1988 року остаточно ствердив усвідомлення того, що можливість публічного самовираження злочинців через надання у їхнє розпорядження публіцистичного форуму суперечить професійним правилам журналістики і також може значно ускладнити роботу поліції.

Норма 11.5 – Нотатки злочинців

Публікація так званих нотаток злочинців суперечить засадам публіцистики, коли злочини згодом виправдовують або ставлять під сумнів, надмірно обтяжує жертви, а деталізоване зображення злочину лише задовольняє потреби в сенсації.

Див. також у додатку «Засади діяльності преси / радіо та поліція», стор. 215.

Г) Угода з владою про мораторій на поширення інформації [Висвітлення подій у випадку шантажу]

Комітет з розгляду скарг вважає докір безпідставним. Він інформує пресу наступним повідомленням.

Обережність при публікаціях про шантаж

Скарга проти бульварної газети відхилена

Німецька пресова рада сьогодні відхилила скаргу проти бульварної газети. Газеті закидали те, що вона своїм повідомленням про шантаж поставила під загрозу життя людей і створила перешкоди для слідства. (...) Після тривалої дискусії як зі скаржниками, так і з редакторами газети Пресова рада сьогодні одногосно ухвалила такий підхід. Хоча по-

передження про можливий вплив подібних публікацій має свої підстави і редакції це мають серйозно враховувати, але пленум відхилив скаргу, оскільки подання поліції свого часу не « обґрунтовали переконливо», як того вимагає норма Пресового кодексу. Як показало слухання, поліція лише в загальних рисах вказала на можливість додаткової загрози, але не повідомила газеті, що вже контактувала з можливим злочинцем і мала його незабаром затримати.

Німецька пресова рада аж ніяк не має наміру цим рішенням захочувати практику неперебірливих публікацій у разі шантажу. Навпаки: поліція та прокуратура Штутгарта пояснили, що співпраця з пресою у цих випадках майже завжди йде добре. Якщо ЗМІ, згідно з Пресовим кодексом, мають бути відповідальними, то це, звичайно ж, передбачає, що поліція конфіденційно та з довірою інформуватиме про конкретні вихідні дані орган, який вона хоче утримати від публікації.

За адресою www.presserat.de ви можете знайти також всі повідомлення Німецької пресової ради.

Див. також у додатку «Засади діяльності преси / радіо та поліція», стор. 215.

1.2. Обходження з інформантами та інформацією

Приводом для багатьох розслідувань є інформація ззовні. Утім у спілкуванні з інформантами журналісти мають зважати на певні моменти. Якщо, наприклад, інформант довірливо звертається до преси, то це рідко буває без певного інтересу. Отже, інформант має певний намір, навіть якщо він це, можливо, приховує (наприклад, незадоволення, фрустрація, помста, але також відчуття справедливості, усвідомлення неправоти, голос сумління тощо). Саме у делікатних випадках інформанти бажають залишатися неназваними, в також тому, що вони інколи дуже ризикують.

Прикладом, який засвідчив це під час іракської кризи, був скандал з британським експертом з питань озброєнь Девідом Келлі. Бі-Бі-Сі закидало урядові Блера, що він зробив досє секретних служб «сексуальнішим», щоб таким чином мати змогу виправдати війну в Іраку. При цьому Бі-Бі-Сі спиралося на інформацію від Келлі. Після того, як Бі-Бі-Сі його демаскувало, він 17.07.2003 року вкоротив собі віку. У Німеччині право відмови від свідчень для журналістів забезпечує захист інформантів. На нього посилається така стаття Пресового кодексу:

Стаття 6

Кожна особа, зайнята в пресі, дбає про авторитет і достовірність ЗМІ, а також про професійну таємницю, користується правом відмови від свідчень і не викриває інформантів без їхнього чіткого дозволу.

Однак можуть бути екстремальні випадки, коли захист інформантів має відійти на другий план. Вони чітко названі в нормі Німецької пресової ради.

Норма 5.1

(...) Конфіденційність може лише тоді бути необов'язковою, коли інформація стосується злочину, і існує обов'язок повідомити про правопорушення. Конфіденційність не підлягає обов'язковому дотриманню, коли за ретельного зваження правових благ та інтересів переважають вагомі державно-політичні причини, зокрема, коли питання стосується конституційного порядку або ж виникає загроза для нього.

Через названі таємними способи можна давати повідомлення, коли після ретельного виваження встановлено, що потреба в інформуванні громадськості має вищий пріоритет, ніж наведені для збереження таємниці причини.

Зрештою, і при розслідуваннях щодо співбесідників, які не приховують імені, слід дотримуватися правил. Так не можна зловживати довір'ям

осіб для інсценування історії. Зasadничо тут є чинною стаття 4, згідно з якою не можна застосовувати «недобросовісні методи» одержання даних, новин, інформації та зображень, що стосуються осіб.

*

А) До якої межі захищати інформантів? [Проблеми з безпекою на атомній електростанції]

Стаття 5

Зasadничо слід дотримуватися домовленої конфіденційності.

Практичний приклад

Одна щоденна газета під заголовком «Колишній контролер: гандж при будівництві реактора — тяжкі звинувачення: маніпуляція та пияцтво на електростанції NN» (скорочення — Прим. видавців) повідомляє про вади на цьому об'єкті. Автор цитує колишнього співробітника атомних електростанцій та дослідницької установи. Подано його фото, наведено його ім'я, скорочене прізвище та вік.

Скаржник пише, що колишній співробітник за велінням совісті звернувся до газети, щоб указати на значні проблеми з безпекою. Однак він хотів залишитися неназваним. Факсом редакція йому це гарантувала. Згодом у телефонній розмові від нього приховали, що редакція все ж має намір подати його ім'я та фото.

Свідчення редакції

Редакція повідомляє, що вона опублікувала лише скорочене прізвище і, крім того, за згодою інформанта зробила та помістила його фото. Не було обумовлено не називати прізвища інформанта.

Надана пізніше обіцянка не називати його повного прізвища була поєднана з готовністю додати до своїх звинувачень заяву, рівноцінну зробленій під присягою. Ця заява у редакцію не надійшла. Інформантові було відомо, що редакція не відмовиться від публікації викривальних матеріалів. Скороченням прізвища були враховані інтереси інформанта. Крім того, редакція вказує, що в радіопередачі та в журналі новин було опубліковане повне прізвище.

Спонування до дискусії

1. Чи вважаєте ви у цьому випадку достатнім скорочення прізвища інформанта?
2. Чи достатньо захищено інформанта, коли хоч і не названо його прізвище, але опубліковано його фото?
3. Чи повинні журналісти зберігати конфіденційність і тоді, коли інший орган уже опублікував прізвище інформанта?
4. Які є, на вашу думку, можливості, щоб замаскувати походження інформації заради захисту інформанта?
5. Чи можете ви собі уявити ситуації, які б виправдовували розкриття прізвища інформанта?

! Підказка з редакційного повсякдення

В журналістиці є кілька залізних правил. Той, хто їх порушує, мусить це добре обґрунтувати.

Правило 1. Про джерела (тобто інформантів) не говорять.

Правило 2. Інформантів слід захищати за будь-яких обставин.

Правило 3. Захист інформантів стосується також часу після смерті. (Виняток: джерело так розпорядилося, що його прізвище може бути опубліковане. Тільки воно може так вирішити).

Час від часу — і таке трапляється в усіх країнах — прокурори або приватні особи в резонансних історіях намагаються встановити ідентичність джерел. У Німеччині, а також у Великій Британії існує право відмови від свідчень для журналістів. Їх не можна примусити відкрити прізвище джерела.

Ганс Ляендеккер, керівний політичний редактор газети «Зюддойче цайтунг» від 22.07.2003 р.

Ключ до розв'язання див. на стор. 86.

*

Б) Загострювати результати розслідування?

[Інсценування ситуацій для фотографій]

Практичний приклад

Один молодіжний ілюстрований журнал повідомляє про схильність молоді до праворадикального середовища. Публікація містить різноманітні фото, на яких можна бачити окремих молодих людей з аксесуарами з праворадикального середовища. Деякі з аксесуарів, як напри-

клад, «Національцайтунг» газета Німецького народного союзу (ННС)¹⁷, куртки «пілот» та металеві пивні банки, принесли працівники редакції. Також пропонували молодим людям гонорар. Мати одного юнака гадає, що зображення вигадане. Усі зображені на фото аксесуари принесли репортери журналу, і не були власністю молодих людей. Дані про ННС також були лише інформацією редакції, а не молодих людей. Молодим людям за знімки запропонували винагороду в 200 німецьких марок, але не заплатили. Крім того, школярам сказали, що їхні фото будуть опубліковані в журналі як фото школярів, а не як групи праворадикальних бойовиків.

Свідчення редакції

Журнал хотів в'яяснити, чи праворадикальні тези сприймає східнонімецькою молодь. Він також хотів розслідувати, чому праворадикалізм знаходить на сході Німеччини чимало прихильників, і чи треба переко­нувати молодь, що праворадикалізм є загрозою для демократії. Це правда, що «Національцайтунг» перед молоддю поклали співробітники. Але саме таким і був намір статті — опитати молодь з конкретних тез, що там містяться, і в'яяснити, наскільки молодь сприймає поширювані праворадикальною партією тези та гасла або ж не сприймає їх. У жодному місці не стверджено, що молоді люди мали при собі пропагандистський матеріал ННС. Обіцяна винагорода у 200 марок не була виплачена, бо мати дівчинки спочатку не була готова назвати номери своїх банківських рахунків. Загалом молоді люди висловлювалися так, як подано у статті.

Спонування до дискусії

1. Чи виправдано, коли від співбесідника в інтерв'ю приховують цілі репортажу, коли хочуть розкрити певні ідеологічні тенденції?
2. Як оцінити інформацію, за яку попередньо була обіцяна фінансова винагорода?
3. Чи в принципі законно (в репортажах, у фото тощо) інсценувати ситуацію для читачів?

Ключ до розв'язання див. на стор. 87.

*

¹⁷ Праворадикальна партія в Німеччині. — Прим. перекл.

В) Публікувати неповні результати розслідувань? [Афера з бонусними мільями]

Практичний приклад

Одна бульварна газета повідомила про приватне використання одержаних політиками під час службових відряджень бонусних миль. У статтях названо прізвища. Найвідомішими є Юрген Тріттин, Реццо Шлаух, Грегор Гізі та Джем Оздемір (Партія зелених). Крім того, були названі Клаус Леннартц (СДПН), Улла Єльпке (ПДС), Гюнтер Носке (ХДС) та Ренате Бланк (ХСС). У коментарі під заголовком «Нам усім було завдано збитків» автор повідомляє, що газеті відомо кілька прізвищ депутатів Бундестагу, які літають безкоштовно. На думку скаржника, газета приховала всю правду й тим самим змалювала незбалансовану картину. Це, мовляв, може мати вирішальний вплив на виборах. Він, зокрема, критикує повідомлення про приватне використання бонусних миль серед інших Грегором Гізі. У цій статті зазначено, що Гізі внаслідок викриттів газети мусів піти з політики. Наступного дня у загальних новинах заявлено, що в основі повідомлення лежав список прізвищ, які склала Спілка платників податку, і там названо також депутатів Бундестагу від ХДС. З повідомлення це не випливало, натомість заголовок створював враження, що була інформація про зловживання державними коштами тільки з боку представників певних партій.

Свідчення редакції

Газета повідомляє, що її повідомлення не були вибірковими, і кампанії проти певних партій вона не вела. Моменту публікації під час виборчої боротьби газета не вибирала. Поза сумнівом, слід повідомляти про негаразди у зв'язку з бонусними мільями. Тут має місце однозначне право населення на інформацію, також під час виборчої боротьби. Повідомлення аж ніяк не були уривчастими. Конкретна інформація про депутатське зловживання службовими бонусними мільями стали відомі лише з повідомлень про аферу Гунцінгера¹⁸. Відтак газета попросила висловити свою позицію щодо закидів політиків усіх партій, представлених у Бундестази. Депутати відреагували з різною швидкістю. При цьому в дуже багатьох випадках вдалося повністю зняти всі закиди. Тому необґрунтованим виявився закид в обмеженні висвітлення тільки представниками червоно-зеленої коаліції¹⁹. Газети зачепила політиків усіх партій. Першим відреагував Джем Оздемір, котрий без відповідей на питання пішов у відставку. Наступного дня питання були передані Грегору Гізі. Він також на них не

¹⁸ Моріц Гунцінгер — німецький радник з питань піару. Свого часу був радником федерального міністра оборони Рудольфа Шарпінга та депутата Бундестагу Джема Оздеміра, котрі мусили піти у відставку. — *Прим. перекл.*

¹⁹ Тобто СДПН та Партії зелених. — *Прим. перекл.*

відповів, натомість у заяві для преси закиди підтвердив. В інших випадках адресати запитів уповільнювали необхідні розслідування або зтягували заявами, котрі вимагали подальших запитів. Частково політики, наприклад Нооке, Блезер та Шлаух, самі зверталися до громадськості, не ознайомившись із закидами або запитами газети.

Спонування до дискусії

1. Чи припустимо публікувати часткові результати розслідування?
2. Чи чекали б ви з публікацією, поки не надійдуть усі відповіді політиків?
3. Чи бачите ви проблему в тому, що розслідувана інформація принагідно здобута протиправно (наприклад, через балакучість співробітника «Люфтганзи»)?
4. Чи можна публікувати матеріал, який підпадає під дію закону про захист даних.

Ключ до розв'язання див. на стор. 88.

*

Ключі до розв'язання

А) До якої межі захищати інформантів?

[Проблеми з безпекою на атомній електростанції]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює газеті негромадський осуд. Редакція газети перед публікацією надала інформантові письмову гарантію конфіденційності. Публікація все ж містила особисті дані, котрі можна ідентифікувати, і на думку Комітету з розгляду скарг порушила статтю 5 Пресового кодексу. Згідно з нею, за інформаційної та довідкової бесіди домовленої конфіденційності слід принципово дотримуватися. Публікація даних є порушенням конфіденційності. Комітет з розгляду скарг при винесенні рішення враховує увагу газети, що дана пізніше обіцянка не публікувати повного імені була прив'язана до готовності інформанта зробити заяву під присягою щодо закидів. Навіть якщо редакція дійсно не отримувала заяву, і скаржнику мало бути відомо, що редакція від публікації викривальних матеріалів не відмовиться, для Пресової ради це не може бути підставою відхилити закид щодо порушення принципу публіцистики дотримуватися конфіденційності. Редакція мусила б умову, за якої була гарантована конфіденційність, згадати в гарантії інформантові й тим самим письмово вказати на прив'язку. Комітет рекомендує газеті у майбутньому в подібних випадках делікатніше обходитися з інтересами інформантів.

Норма 5.1

Якщо інформант поставив умовою використання своєї інформації, щоб йому як джерелу гарантували анонімність та безпеку, то цю умову слід поважати. Конфіденційність може лише тоді бути обов'язковою, коли інформація стосується злочину, і є обов'язок повідомити про правопорушення. Конфіденційність не підлягає обов'язковому дотриманню, коли за ретельного зваження правових благ та інтересів переважають вагомні державно-політичні причини, зокрема, коли питання стосується конституційного порядку або ж виникає загроза для нього.

Через названі таємними процеси та плани можна давати повідомлення, якщо після ретельного виваження встановлено, що потреба в інформуванні громадськості має вищий пріоритет, ніж наведені для збереження таємниці причини.

Див. також приклад В) на стор. 135.

Б) Загострювати результати розслідування? [Інценування ситуацій для фотографій]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює оскарженому журналу громадський осуд. На його думку редакція публікацією матеріалу порушила таку статтю Пресового кодексу:

Стаття 4

При діставанні даних, новин, інформації та зображень, що стосуються особи, не можна застосовувати недобросовісні методи.

На підставі заяви скаржника та висловленої позиції часопису Комітет дійшов висновку, що значна частина статті була інценувана внаслідок принесення таких аксесуарів, як «Національцайтунг», курток «пілот» та металевих пивних банок, а також виплати гонорару молодим людям. Такий спосіб дій, попри наведений редакцією — і цілком легітимний — намір статті в'яснити, чи сприймає східнонімецька молодь праворадикальні тези, не є сумісним з принципами розслідування, згідно зі статтею 4 Пресового кодексу. Такою акцією тема не «простежена», а активно створювана журналістами, які про неї пишуть. Подібний спосіб дій є з позиції пресової етики вельми сумнівним, позаяк журналіст залишає функцію повідомлення і стає активним учасником. Оснащення молодих людей різноманітними аксесуарами, на думку Комітету з розгляду скарг, до того ж призводить до введення в оману читача, оскільки він по прочитанні статті має дійти висновку, що принесені редакцією предмети належать молодим людям. Отже, у читача створюється неправильна картина, у чому Комітет вбачає порушення журналістського обов'язку добросовісності, згідно зі статтею 2 Пресового кодексу. У ній серед іншого говориться, що призначені для публікації певні новини та інформація в словах та образах мають бути перевірені на істинність і залежно від обставин — ретельно.

Стаття 2

Призначені для публікації певні новини та інформації в словах та образах мають бути перевірені на істинність і залежно від обставин — ретельно. Їхній сенс не повинен бути ні перекрученим, ані сфальшованим через опрацювання, напис або підпис під фото. Документи мають бути відтворені точно за змістом. Непідтверджені повідомлення, чутки та припущення слід такими й позначати. [...]

! Підказка з редакційного повсякдення

Таким інсценуваннями газета/журнал лише дискредитує себе. З одного боку, перед учасниками, які тепер думатимуть, які сумнівні методи використовує «преса» (і які до того ж через редакційне «обгрунтування» мають здаватися собі піддослідними об'єктами проти своєї волі). З іншого — перед читачами. Бо вони справедливо почуватимуть себе введеними в оману, як тільки дізнаються правду (а, на щастя, більшість подібних випадків розкривають). Та коли ще тут замішані гроші, то все виглядає особливо непривабливо. Випробовуючи себе як режисери, журналісти не досягають своєї мети: вони виступають як провокатори і руйнують себе в очах громадськості; й отже, їхня «просвітницька робота» не досягає мети.

Ульріке Кайзер, головний редактор, журналістка

Див. приклад Г) на стор. 96 та Е) на стор. 101.

В) Публікувати неповні результати розслідувань?**[Афера з бонусними мільями]**

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необгрунтовану. Він доходить висновку, що прописана в статті 1 Пресового кодексу вимога правдиво інформувати громадськість не була порушена. На думку органу, немає жодних ознак критикованих скаржником вибіркового публікування прізвищ зачеплених політиків і односторонньої підтримки у виборчій боротьбі, що з цього випливає. Газета вказує на те, що конкретна інформація про зловживання бонусними мільями, які отримали депутати під час службових відряджень, стала відомою лише через аферу Гунцінгера. Відтак газета попросила політиків усіх партій, представлених у Бундестагу, висловити свою позицію. Вони відреагували по-різному швидко, й у дуже багатьох випадках вдалося повністю зняти всі закиди. На думку Комітету з розгляду скарг, цей підхід відповідає журналістському обов'язку добросовісності. Інформацію, яку мала газета про можливе приватне використання бонусних миль, отриманих під час службових відряджень, редакція мусила додатково розслідувати. Неперевірена публікація списку прізвищ з журналістського погляду була б недопустима. Після того, як зачеплені депутати висловили редакції свою позицію, вона повідомила про результати. Це стосувалося представників усіх політичних партій. Цілеспрямованим повідомленням про партії урядової коаліції це не було.

! Підказка з редакційного повсякдення

Часто в основі публікації лежить порушення конфіденційності, наприклад, з боку учасників засідання Кабінету, про яке наступного дня з'являється повідомлення. Це і є свобода преси. Вона охоплює всі види діяльності, пов'язані з пресою — від заснування підприємства до друку газети. Свобода преси також не обмежена «серйозними» газетами, як це багаторазово підкреслював Федеральний конституційний суд. Під захистом також перебуває конфіденційність редакційної роботи.

При цьому ні основне право на свободу висловлення думки, ані свобода преси не захищають протиправне здобуття інформації. Основне право на свободу інформації також дає лише право безперешкодно одержувати відомості із загально доступних джерел.

У той же час суд розрізняє протиправне здобуття інформації та поширення протиправно отриманої інформації. Останнє засадничо захищає свобода преси. Тому що одне із завдань преси — «вказувати на негаразди громадського значення».

Д-р Райнгард Мюллер, політичний редактор з питань права та правової політики, «Франкфуртер альгемайне» від 06.08.02 р.

2. Публікація

Про відповідальність журналістів за свою публікацію ми вже тут дещо згадували. У цьому розділі ми хочемо пояснити, у яких різних ситуаціях ця відповідальність настає. У преамбулі Пресового кодексу є загальне формулювання:

Преамбула

Гарантована Основним Законом ФРН свобода преси охоплює в собі незалежність та свободу інформації, висловлення думки та критики. Видавець, відповідальний редактор і журналісти у своїй роботі мають усвідомлювати відповідальність перед громадськістю та свій обов'язок дбати про авторитет преси. Вони виконують своє публіцистичне завдання згідно зі своїми знаннями та сумлінням, незалежно від особистого інтересу та сторонніх мотивів.

Принципи публіцистики конкретизують професійну етику преси. Вона охоплює обов'язок в рамках конституції та конституційних законів дбати про авторитет преси та захищати свободу преси. (...)

Уже розслідуючи, але ще більше пишучи статті, журналіст має усвідомлювати, що є багато пасток. Це починається вже з вибору слів — чи «відсторонення від посади» лікаря я так і називаю, чи пишу «його вигнали з роботи»? Важливим є також задане число рядків для повідомлення. Чи я маю достатньо місця, щоб у висвітленні виборчої боротьби написати про всі, навіть малі партії, чи називаю тільки великі? Які я даю фото і чи можу я їх змінювати задля більшої виразності висловлювання? Інша небезпека полягає у змішування редакційного змісту та реклами. Чи може, наприклад, місцева газета без проблем повідомляти про місцеві справи, чи ж для цього потрібен привід? Де починається «джинса» і де є справжня інформація для читача? При публікації статті слід, однак, також зважати на те, які взагалі можна називати прізвиська та деталі, не зачіпаючи прав особистості — у тому числі відомих людей і так званих громадських діячів. Не можна дискримінувати меншини, так само як і слід уникати упереджень, а також зображення грубого насильства. У цьому чималому розділі розглянуто ці такі різноманітні теми: від добросовісності через економічні інтереси у висвітленні подій, від прав особистості через обходження з меншинами аж до висвітлення судових процесів та границь сенсації і насильства.

2.1. Ретельно та приблизно

Більшість порушень Пресового кодексу вже багато років складають порушення статті 2 Пресового кодексу. Порушення журналістського обов'язку достовірності, наприклад, при висвітленні виборчих кампаній через використання інтерв'ю аж до публікації читацьких листів. Інколи навіть вибір слів має вирішальне значення для того, чи є публікація добросовісною, чи дозволяє хибну інтерпретацію. У наступному розділі ми хочемо представити приклади добросовісного обходження з інформацією, як це визначено в статті 2 Пресового кодексу.

Стаття 2

Призначені для публікація певні новини та інформації в словах та образах мають бути перевірені на істинність з залежно від обставин — ретельно. Їхній сенс не повинен бути ні перекрученим, ані сфальшованим через опрацювання, напис або підпис під фото. Документи мають бути відтворені точно за змістом. Непідтверджені повідомлення, чутки та припущення слід такими й позначати.

Фотографії-символи мають як такі бути розпізнаваними або позначеними.

А) Завжди дотримуватися термінів заборони? [Обходження з пресовими повідомленнями]

Норма 2.5 — Терміни заборони

Терміни заборони, до закінчення яких публікація певних новин має бути відтермінована, допустимі лише тоді, коли вони слугують належному та добросовісному висвітленню подій. Вони засадничо підпадають вільній домовленості між інформантами та ЗМІ. Термінів заборони слід дотримуватися лише тоді, коли для цього є вагома підстава, наприклад, у випадку тексту ще не виголошеної промови, достроково виданого звіту про діяльність фірми або інформації про подію, яка ще не настала (збори, постанови, вшанування тощо). Цілі реклами не є вагомою підставою для термінів заборони.

Практичний приклад

Не зваживши на запроваджений термін заборони, на підставі заяви для преси Вищої рахункової палати місцева газета повідомляє про причини зростання витрат на новобудову музею. Президент Вищої рахункової палати подає скаргу на зневаження терміном заборони, позаяк він, за його словами, був необхідний. Такий звіт спочатку мали передати у відповідні земельні міністерства і насамперед членам Комітету з питань

бюджету та фінансів перед тим, як проінформувати громадськість. У цьому скаржник бачить вагому підставу для терміну заборони, згідно з нормою 2.5 Пресового кодексу. Головний редактор газети не може і не має права своєю владою вирішувати те, дотримуватися заборони чи ні. Саме конкурентна ситуація вимагає дотримання заборон, бо інакше безоглядне матиме перевагу перед порядним.

Свідчення редакції

Головний редактор заперечує проти скарги. Вагомої підстави для накладення терміну заборони на пресове повідомлення на момент його випуску видно не було. Пояснення президента Рахункової палати, чому цей термін заборони був необхідним, подано лише після обґрунтування його скарги у Пресову раду. З норми 2.5 Пресового кодексу випливає, що терміни заборони засадничо підлягають вільній домовленості між інформантом і виданням. Однак подібної домовленості не було. Скоріше йшлося про офіційне пресове повідомлення, на яке, мабуть, був накладений самочинний термін заборони без видимої підстави. Чи буде дотриманий термін заборони, чи ні — рішення про це повинно приймати кожне видання, тобто відповідальний головний редактор на власну відповідальність. У цьому випадку, на думку відповідача, до скарги запроваджений термін заборони 10.00 зводився б до повністю неприпустимого надання переваги електронним ЗМІ. Відповідне повідомлення у денній газеті могло б вийти після передання змісту цього пресового повідомлення у радіо- та теленовинах лише з інтервалом приблизно у 20 годин.

Спонування до дискусії

1. Чи повинна була газета дотримуватися припису про заборону?
2. Чи відповідає ще, на вашу думку, часові норми Пресової ради у вік електронних ЗМІ?

! Підказка з редакційного повсякдення

«Термін заборони» особливого роду вигадала собі Німецька біржа. Банки, які супроводжують підприємства на біржі, за десять днів до публічної пропозиції не можуть публікувати розвідки про новачка. Це правило запровадили з найкращими намірами. Усі потенційні акціонери повинні були мати доступ до однакової інформації, а дрібні вкладники — більше не бути в невігідному становищі порівняно з великими інвесторами. Сталося протилежне. Банки більше не надавали розвідок пресі. Вони посилалися на правила біржі й на приписи в США, які, на думку юристів, аж ніяк не вимагали такої жорсткої інформаційної політики. Для ЗМІ стало складно оцінити перспективи новачка на біржі і правильно інформувати приватного вкладника. Законодавчо прописаний проспект продажів може прочитати кожен. Однак він не містить планових показників, а на біржі майбутнє озна-

чає набагато більше, ніж минуле. Було б нормально, якби всі, поставшись, могли скласти на підставі даних у проспекті продажів власні оцінки. Але за перших випусків акцій на біржу з новими правилами навесні 2004 р. великим вкладникам навіть у заборонений період і далі надавали розвідки. Наслідків це для банків не мало, бо санкції відсутні. Отже, сенс правила перетворюється на протилежність. Нерівність обходження з вкладниками є сильнішою, ніж будь-коли.

У США ніхто не може одержувати емісійних розвідок, зокрема великі інвестори. Банкіри попереджують, що «американські відносини» не є бажаними. Але вони вже існували в Німеччині для приватних вкладників, на жаль, лише стосовно невігідних для них аспектів, а щодо вигідних, як, наприклад, кращих можливостей оскарження, навпаки, — ні. Звичайно «Біржа онлайн» дотримується всіх правил. Однак у цьому випадку як протест проти однобічного тлумачення правил за першого випуску акцій на біржу на сайті www.boerse-online.de була опублікована одна з розвідок.

Ренате Даум, редактор, відділ акцій Börse Online

Ключ до розв'язання див. на стор. 111.

*

Б) Загострення у заголовках

[Тимчасове відсторонення від посади головного лікаря]

Практичний приклад

Регіональна газета під заголовками
«Головного лікаря звільнили з роботи» та
«Головного лікаря поки відправили у відпустку»
повідомляє про

тимчасове відсторонення від посади головного лікаря однієї клініки. У статті під заголовком «Головний лікар знову в клініці» через кілька днів повідомлено, що відсторонення відмінили. Читач скаржить в Пресову раду на першу статтю, в котрій йдеться про те, що лікаря звільнили з роботи. Він повідомляє, що лікаря не звільнили, а лише тимчасово відсторонили від роботи, як газета пізніше і повідомила у виправленому вигляді.

Спонування до дискусії

1. Чи бачите ви у трьох заголовках хибні ствердження про факти?
2. Обговоріть поняття «тимчасове відсторонення від посади», «відправлений у відпустку» та «звільнений з роботи».

3. Чи, на вашу думку, достатньо однієї статті під заголовком «Головний лікар знову в клініці», щоб виправити неправдиве повідомлення?

Ключ до розв'язання див. на стор. 111.

*

В) Плакатне узагальнення в заголовках [Новий аерозоль проти нежиті]

Практичний приклад

Бульварна газета під заголовком «Ви більше не шморгатимете носом» повідомляє про розроблення нового аерозолю від нежиті. Як тут стверджують, він містить речовини, які знімають набряк слизової оболонки і водночас сприяють лікуванню. Досі це є унікальною комбінацією. На думку читача, заголовок не відповідає дійсності. Аерозоль не має подібного ефекту. Редакція повідомляє, що, на її погляд, скарга є необґрунтованою. Газета повідомила про засіб проти нежиті, якому керівник клінічного дослідження однієї клініки дав позитивну оцінку. Усупереч погляду скаржника стаття аж ніяк не створює враження, що одноразове вживання аерозолю на всі часи прожене будь-яку нежить. Якщо скаржник тлумачить заголовок таким чином, ніби йдеться про можливість остаточно позбутися нежиті, то він, вочевидь, не читав статті. У ній не

стверджували про тривале усунення нежиті. Навіть заголовок не можна так розуміти.

Спонування до дискусії

1. Чи поділяєте ви погляд, що заголовок стверджує, що за допомогою названого засобу у вас ніколи більше не буде нежиті?
2. На що слід зважати у повідомленнях на медичні теми?

! Підказка з редакційного повсякдення

Усі великі обіцянки розбиваються насамкінець об наших документалістів. Їхнє завдання — перевірити кожен факт і вимагати від автора документального підтвердження кожного твердження. Висловлювання *якогось* провідного медика для нас в будь-якому разі не є достатнім, коли справді йдеться про нову наукову інформацію.

Тому спочатку спитаймо: хто ця людина — фахівець чи просто хвалько, котрий любить десь прозвучати? На які дослідження він посилається? Якщо перевірка підтвердила їхню серйозність, тобто проведено випробування достатньої кількості хворих і нема побічних впливів від лікування, то ми цитуємо результат приблизно так: «Згідно з дослідженнями, які провів університет NN, засіб X особливо ефективно сприяє загоєнню ран».

Якщо лікар посилається на емпіричні дані, то ми це так і пишемо або ж надаємо йому самому слово: «Читачі помітять таку різницю з часом. Наш часопис багато людей вважають компетентним і серйозним саме через те, що ми обережно ставимося до оцінювання продукції, методів лікування тощо. Й у разі сумніву трохи знижуємо тон.

Забіне Катте, керівник редакції додатку «Здоровий спосіб життя»
«Штерн»

Ключ до розв'язання див. на стор. 111.

*

Г) Плакатне зображення на титульній сторінці [Нова дієва речовина проти СНІДу]

Стаття 14

У повідомленнях на медичні теми слід уникати неналежного сенсаційного зображення, котре могло б викликати у читача необґрунтовані побоювання або надії. Результати досліджень, що перебувають на ранній стадії, не слід представляти як завершені або майже завершені.

Практичний приклад

Ілюстрований журнал новин публікує на титульній сторінці фото петлі — символ боротьби зі СНІДом — витриману переважно в зелених тонах. На думку читачки картинка на обкладинці подає неправдивий та оманливий висновок, що завдяки новим методам лікування СНІД відтепер вважають виліковою хворобою.

Хворим буцімто дають безпідставну надію, а неінфікованим замилують очі фальшивою безпекою від СНІДу. Ця форма журналістики, де під маскою серйозності прихована лише гонитва за ефектом, є, на думку скаржниці, безвідповідальною.

Свідчення редакції

Головна редакція має сумнів, чи титульну сторінку взагалі можна відділити від змісту титульної історії, яку вона повідомляє. У ній стан можливостей лікування подано правильно та диференційовано. З іншого боку, було б візуально неможливо на титульній сторінці реалізувати всі деталі, які розглянуто у відповідній статті в інтересах добросовісного повідомлення. Та це й не є призначенням титульної сторінки, яка може речі плакатно зображати, загострювати і «виражати їхню суть». Це особливо стосується тих випадків, коли медичні оцінки, й, отже, висловлювання думок, відіграють центральну роль. Оскільки часопис раніше часто попереджав про небезпеки, пов'язані зі СНІДом, до його журналістського обов'язку належить показати суттєву зміну в лікуванні хворих на СНІД. Уперше у розпорядженні медицини є методи лікування,

після застосування яких у крові 80 відсотків пацієнтів не були виявлені віруси. Це символізує забарвлена на 80 відсотків у зелений колір петля солідарності з хворими на СНІД. Саме зацікавлені у темі або безпосередньо заторкнені читачі не задовольнятимуться розгляданням титульної сторінки, а дістануть інформацію з титульної історії, продовжує головна редакція.

Спонування до дискусії

1. Погляньте на титульну сторінку журналу новин від 1997 р. в контексті статті 14 Пресового кодексу. У чому ви бачите загрози?
2. Як ви оцінюєте редакційне розуміння призначення заголовків чи титульних сторінок?
3. Як далеко, на вашу думку, має заходити провокативне зображення на титульній сторінці?

! Підказка з редакційного повсякдення

Зміст повідомлення) титульної картинки має бути візуально зрозумілим. Тому що клієнт біля кіоску вирішує протягом секунди, чи цікавить його ця тема, чи ні. Йдеться про карієс чи стрес або рак. Йдеться про нові методи лікування, які дають надію. Отже загострення потрібне — ефектне, але не претензійне. Якщо обіцяють щось таке, чого не містить текст, то читач залишається розчарованим і наступного разу можливо не придбає часопис.

Забіне Катте, керівник редакції *додатку «Здоровий спосіб життя», «Штерн»*

Ключ до розв'язання див. на стор. 112.

*

Г) Узагальнення в результатах опитувань [Пілотне дослідження щодо раку]

Практичний приклад

Під заголовком «Страждання близьких — батьки хворих на рак дітей у порочному колі» одна пресова служба публікує головні результати пілотного дослідження дитячої онкології. Дослідження ґрунтовані на опитуванні батьків про те, як вони реагують на хворобу своїх дітей. Пресова служба в своєму повідомленні для преси узагальнює, що багато батьків мають таке душевне навантаження через хворобу своїх дітей, що навіть гальмують процес одужання. В іншому місці сказано, що батьки, серед іншого, відтягували початок терапії, яка, можливо, обіцяла успіх. Один з

науковців, які проводили це дослідження, скаржитися. Він критикує хибний в основних позиціях спосіб викладення матеріалу пресоюю службою. Крім того, він вказує на те, що пілотне дослідження ґрунтоване на опитуванні лише 20 батьків, й, отже, будь-яке узагальнення не є можливим. Зокрема, він протестує проти враження, буцімто в висновках дослідження висловлювались на адресу батьків звинувачення. Наскільки тут ідеться про інтерпретацію редакцією пресоюю служби, то вона мала б бути чіткою, щоб унеможливити введення в оману.

Свідчення редакції

Редакція вважає, що визначений дослідженням стан речей та висновки були викладені предметно правильно. Вона узагальнила деякі визначення у зрозуміліших формулюваннях або в точних висловлюваннях, не перекрутивши їх. У цьому зв'язку редакція сформулювала, що батьки навіть заважали процесові одужання. При цьому результат дослідження був переданий простішими словами. Редакція погоджується, що вона це не обмежила як «можливий» результат.

Спонування до дискусії

1. Чи вважаєте ви кількість учасників пілотного дослідження достатньою?
2. Як ви оцінюєте погляд редакції, що вона не розцінює результат як «можливий»?
3. Прочитайте далі норму та підказку експерта і обговоріть приклад знову.

Норма 2.1 – Результати опитування

Німецька пресова рада рекомендує пресі при публікації результатів опитування, які проводять інститути опитування громадської думки, наводити кількість опитаних, час опитування, замовника, а також поставленні запитання.

Якщо немає замовника, слід зазначити, що дані опитування впливають з ініціативи інституту опитування громадської думки.

! Підказка з редакційного повсякдення????????(не весь текст!!)

інформацію з усіх цих моментів, ми переходимо до публікації результатів.

При цьому важливим є те, щоб читач міг класифікувати «практичну цінність» таких результатів: що точно впливає з цього, насамперед і для нього?

Забіне Катте, керівник редакції *додатку* «Здоровий спосіб життя», «Штерн»

Ключ до розв'язання див. на стор. 112.

Д) Передрук інтерв'ю [Оригінальна цитата у безкоштовній газеті]

Практичний приклад

Бульварна газета передруковує витяги з інтерв'ю з бургомістром, яке перед тим вийшло у безкоштовній газеті. Останню, випуск якої тимчасом припинений, як першоджерело не називають. У «шапці» інтерв'ю сказано, що бургомістр дав інтерв'ю різним, названим поіменно журналістам. Один з інтерв'юєрів критикує те, що ця публікація не була названа як джерело. Крім того, він повідомляє, що ні його самого, ні його співавторів не спитали, чи вони згодні з новою публікацією у бульварній газеті.

Свідчення редакції

Редакція повідомляє, що питання необхідності авторизації з правового боку є сумнівним. В юридичній літературі переважно висловлюють думку, що у випадках, коли інтерв'ю за змістом складається тільки з висловлювань опитуваного, останнього слід розглядати як суб'єкт авторського права. Подібна ситуація була з інтерв'ю бургомістра. Під захист авторського права потрапляє тільки він. Правовий відділ й надалі вважає, що інтерв'ю могло бути відтворене у цій формі, оскільки публікація захищена § 49 абз. 1 Закону про авторське право. Згідно з цим законом, тиражування та поширення завершених статей з газет та інших інформаційних листків такого роду, що слугують лише злободенним інтересам, а також публічне відтворення таких статей допустимо, якщо вони стосуються політичних, економічних або релігійних злободенних питань і не містять застереження прав. Інтерв'ю не містить застереження прав і представляє публічну думку найвищого представницького органу міста щодо певної події. Політичний бік зачеплено уже тим фактом, що йдеться про бургомістра. Жодним чином стаття не створює враження, що інтерв'ю вели за дорученням газети. У вступі міститься заувага, що газета «документує» бесіду у витягах. Таким чином стає зрозуміло, що не йдеться про власне інтерв'ю. Чітко і ясно були також наведені прізвища інтерв'юєрів. Якщо цим були знехтувані журналістські стандарти, то редакція вельми шкодує з цього приводу.

Спонування до дискусії

1. Як ви оцінюєте свідчення редакції з цього приводу? Чи достатнім є зауваження газети, що вона «документує» інтерв'ю без зазначення джерела?
2. Чи грає роль при оцінюванні можливості запозичення інтерв'ю той факт, що безкоштовної газети більше немає?

Норма 2.4

Інтерв'ю є в будь-якому випадку з журналістського боку коректним, якщо воно авторизоване інтерв'юером або його довіреною особою. Через особливий брак часу також коректно публікувати висловлювання в неавторизованій формі, якщо співбесідникам зрозуміло, що висловлювання призначені для дослівної або смислової публікації. Журналісти повинні представлятись саме журналістами.

Якщо інтерв'ю повністю або значними частинами запозичено дослівно, то треба наводити джерело. Якщо суттєвий зміст висловлених думок передано своїми словами, то наведення джерела є необхідним.

При анонсуванні інтерв'ю у формі короткого резюме слід зважати на те, що співбесідник є захищеним проти перекручень та порушення його справедливих інтересів.

3. Прочитайте норму 2.4 Пресового кодексу та обговоріть приклад у цьому аспекті.
4. Восени 2003 р. різні денні газети протестували проти практики авторизації з боку політиків і знаменитостей. Прочитайте підказки з практики та обговоріть рекомендації газети «Файненшл таймс Дойчланд» (ФТД) і Асоціації журналістів Німеччини.
5. Як ви чинитиме при авторизації інтерв'ю, зокрема, якщо сказане викреслюють, а неказане додають?

! Підказка з редакційного повсякдення

Все сказане в інтерв'ю є публічним — не повинно бути різниці, чи опитуваний говорить наживо на телебаченні або перед диктофоном журналіста. Так це записано у нас у довіднику зі стилю ФТД. Кожен бесідник при цьому, звичайно, має право взяти назад кожне зі своїх висловлювань або оголосити його конфіденційним. Але якщо запис закінчено, у нас прийнято: що було сказано “on the record” (укр. «на мікрофон» — *Прим. перекл.*), залишається публічним. В англосаксонських країнах — і також в нашому сестринському виданні «Файненшл таймс» — інтерв'ю, які беруть згідно з цим правилом, на авторизацію бесідникам не подають. У німецькому праві, однак, слово опитуваного захищене авторським правом, тому він може наполягати на авторизації своїх цитат. Якщо це веде до викривлення змісту, ми залишаємо за собою право не друкувати інтерв'ю.

Ульф Шлютер, заступник головного редактора, «Файненшл таймс Дойчланд»

! Підказка з редакційного повсякдення

Асоціація журналістів Німеччини попереджає: інтерв'ю стають інструментами піару.

Інтерв'ю, котрі після авторизації бесідник сильно змінює, журналісти не повинні публікувати. (...) У журналістській роботі є неприпустимим, щоб журналісти несумірно довго мусили чекати на авторизацію і, крім того, ще й отримували повністю змінені тексти. (...) Політики мають, нарешті, зрозуміти, що журналісти до функцій журналіста аж ніяк не належить політичний піар.

Джерело: Асоціація журналістів Німеччини, Берлін

Повідомлення для преси від 3 грудня 2003 р., www.djv.de

Ключ до розв'язання див. на стор. 113.

*

**Е) Інформант у рядку автора
[Свідок як автор]****Практичний приклад**

Бульварна газета повідомляє про нещасний випадок з одним федеральним міністром у Вашингтоні. Авторський рядок виглядає так:

«Від свідка [...], речника міністра оборони Рудольфа Шарпінга». Названий свідок повідомляє, що він просто редакційну розмову із заступником головного редактора газети. Авторський рядок створює хибне враження, що статтю написав він, але це не відповідає дійсності. Він публікацію навіть не авторизував.

Свідчення редакції

Газета повідомляє, що заступник головного редактора вів бесіду зі скаржником у зв'язку з нещасним випадком з міністром. Перед початком телефонної розмови скаржнику пояснили, що його детально цитуватимуть. Щодо застереження про авторизацію домовленості не було. Крім того, не відповідає дійсності, що скаржник поданий як автор. Скоріше тільки інформація, що міститься в статті, названа такою, що походить від скаржника. Але ця заувага є справедливим і відповідає дійсності.

Спонування до дискусії

1. Якої ви думки про авторський рядок?
2. Як ви оцінюєте дії редакції?

Ключ до розв'язання див. на стор. 113.

*

Є) Збалансованість у виборчій боротьбі [Подіумний захід без дрібних партій]

Норма 1.2 – Виборчі заходи

Якщо преса в своїх повідомленнях про виборчі заходи передає також погляди, які сама не поділяє, то це відповідає журналістській порядності, служить свободі інформації для громадян та дбає про рівність шансів.

Практичний приклад

Місцева газета створює виборчий форум до комунальних виборів, де вона надає слово представникам партій ХДС, СДПН, ВДП, Союз '90 / Зелені, Союз вільних громадян. Два скарги висловили протест через те, що довільно питають політиків цих партій чи груп виборців, але не представників партій Християнський центр, ПДС та республіканців, що також кандидують до районних зборів депутатів (крайстагу). Чесне та об'єктивне висвітлення подій має враховувати також ці угруповання. Навпаки, через своє однобічне та заангажоване висвітлення подій газета чинить недопустимий вплив на вибори до крайстагу. Зокрема, не було повідомлень про партію «Республіканці», хоча ця партія з 1992 р. має представництво у крайстагу – 9,2 відсотка.

Спонування до дискусії

1. Чи слід під час виборчої кампанії повідомляти в однаковій формі про всі партії, що беруть участь у виборах?
2. Чи слід однаково приділяти увагу всім партіям та всім кандидатам?
3. Чи вважаєте ви, що таким підбором учасників форуму була порушена норма 1.2 Пресового кодексу?
4. Чи є у вашій газеті засади висвітлення виборчої боротьби?
5. Як ви оцінюєте виборчі рекомендації, що запропонувала перед виборами до Бундестагу в 2002 р. газета «Файненшл таймс Дойчланд»?

! Підказка з редакційного повсякдення

На відміну від США у нас газети загалом не підтримують на виборах одну партію. У виборчій боротьбі кожна «поставлена на голову» двокрапка в газеті партія оцінює як висловлювання на її користь чи проти неї. Тому на базі попередньо встановлених правил гри ми ретельно стежимо за тим, щоб усі партії мали рівні шанси представити своє бачення. Виваженість стосується, наприклад, тривалості та кількості інтерв'ю. Однак, це аж ніяк не означає, що ми під час виборчої кампанії утримуємося від висловлення думок стосовно конкретних дискусій і політичних спірних питань.

Йоахім Вестгофф, головний редактор, «Боннер генераль-анцайгер»

Ключ до розв'язання див. на стор. 114.

*

**Ж) Забезпечувати незалежне висвітлення подій
[Партійний функціонер як співробітник]****Норма 6.1 – Розділення функцій**

Якщо журналіст або видавець водночас зі своєю публіцистичною діяльністю виконує функцію, наприклад, в уряді, установі чи в комерційному підприємстві, усі, хто має до цього стосунок, повинні суворо дбати про розділення цих функцій. Те ж саме стосується протилежного випадку. Суперечні інтереси шкодять авторитетові преси.

Практичний приклад

Газета висвітлює політичні теми виборчої кампанії. Автор статей є головою місцевого осередку ХСС у районі міста, який входить до сфери діяльності газети. Статті не містять інформації про партійну посаду автора. Скаржник заявляє претензію, що газета не дотримується вимоги розділення функцій преси та врядування. Автор подає одностороннє «придворне повідомлення» на користь бургомістра, котрий є внутрішньопартійним контрагентом скаржника. Це, зокрема, стосується локальних суперечок навколо транспортного проекту.

Свідчення редакції

Керівник районної редакції повідомляє, що голова осередку ХСС не працює у видавництві політичним редактором. Його основне місце роботи — керівник управління лісового господарства, яке перебуває поза зоною розповсюдження газети. За сумісництвом він — за дозволом свого працедавця — вже багато років коректно та надійно готує велику

частину повідомлень про місцеві події. З того факту, що він є головою осередку ХСС, на думку газети, не впливає априорі порушення норми стосовно територіальної громади.б.1. Якби у цьому зв'язку партійний аспект був суттєвим, то це, на думку газети, мало б бути зазначено в кодексі. Газета підкреслює, що редакція всі статті голови осередку ХСС редагує і дає їм заголовки. Газета не бачить ознак того, що автор намагається через свою «пресову монополію» досягти політичних цілей. Крім того, він очолює тут лише невеликий і скоріше незначний місцевий осередок ХСС в населеному пункті, де 2000 мешканців. Він також не є членом місцевої ради.

Спонування до дискусії

1. Чи бачите ви в цьому випадку конфлікт інтересів?
2. Назвіть випадки, коли виконання політичних функцій співробітника-ми газет могли б призвести до проблем?
3. Чи має право співробітник, який одночасно обіймає партійну посаду, писати на теми місцевої політики?
4. Обговоріть позицію газети та рішення Пресової ради.

Ключ до розв'язання див. на стор. 114.

*

3) Наскільки радикальною може бути думка? [Коментар до 11 вересня]

Практичний приклад

Щоденна газета поруч з повідомленням про терористичний напад 11 вересня 2001 р. в США публікує свій коментар. Скаржник вважає коментар заклик до дій проти демократичного порядку у типовій «манері пивного стола».

Свідчення редакції

Головний редактор аргументує тим, що коментар є допустимим, хоч і йдеться про радикальне висловлення думки. При публікації усвідомлювали радикальну позицію коментаря.

Для забезпечення виваженої картини надано місце для детальної дискусії на читачській шпальті та без фільтрування опубліковано реакцію читачів.

**Спонування до
дискусії**

1. До яких меж можуть висловлювати думки в коментарі?
2. Чи виправдовує подальша дискусія на читацькій шпальті публікацію радикальної думки?

! Підказка з редакційного повсякдення

Коментар має завжди спиратися на відому читачеві інформацію. Коментар не лише містить висловлення думки автора, але й будується на уявному діалозі з читачем і відповідає на можливі контраргументи. По суті коментар може бути надзвичайно різким, але у будь-якому разі слід утримуватися від особистих, образливих характеристик дійових осіб.

Ключ до розв'язання див. на стор. 115.

*

И) Дискримінація в листах читачів [Політемігранти та іноземці]

Практичний приклад

Регіональна газета публікує лист читача. На нього скаржиться інший читач, бо лист, на його думку, містить підбурювання до міжнаціональної ворожнечі та наклеп.

Спонування до дискусії

1. Чи ви опублікували б цей лист?
2. Чи змінив би ситуацію «редакційний хвіст» із заувагою: «Ця думка не відбиває позицію редакції»?
3. Як ви оцінюєте цей приклад з позиції свободи думки?
4. Ознайомтеся з позицією редакції. Якої ви думки про останній аргумент, мовляв, недрукування проблематичних дописів є фальшуванням реакції читачів?
5. Як би ви редакційно опрацювали цей читацький лист?

Свідчення редакції

Газета повідомляє, що читацький лист є реакцією на статтю про наросередовище в одному маленькому місті. У цій статті процитовано інформацію поліції, згідно з якою затриманими були винятково прохачі притулку. На погляд головної редакції, скаржники вибрали лише один з багатьох листів на ту ж саму тему на обсяжній шпальті читацьких листів і використали його як привід для своєї скарги. Інші, диференційованіші дописи були проігноровані. Головна редакція погоджується, що насправді у листі міститься недопустиме узагальнення («сотні тисяч»), яке в цій формі для редакції є неприйнятним. У майбутньому вона цього більше не допустить. Водночас редакція вважає, що недрукування проблематичних дописів з цієї тематики було б фальшуванням реакції читачів, котре відтак, мабуть, може прорватися в менш цивілізованій формі.

Ключ до розв'язання див. на стор. 115.

Зверніть увагу на «Підказку з редакційного повсякдення» до такого прикладу.

І) Скорочення читацьких листів [Війна в Іраку]

Норма 2.6 – Листи читачів

(1) Через друкування читацьких листів, якщо вони за формою та змістом є належними, читачам має бути надана можливість висловлювати думки і таким чином брати участь у формуванні думки. Дотримання засад публіцистики при публікації читацьких листів є питанням журналістської добросовісності.

(2) Дописи на адресу видавництва або редакцій можуть бути опубліковані як читацькі листи, якщо з їхніх форми та змісту може явно випливати така воля дописувача. Згоду можна допускати в тому випадку, коли в дописі йдеться про публікацію газети або теми, що викликають загальний інтерес. Автор не має правової претензії на друкування свого допису.

(3) Загальній практиці відповідає друкування допису з прізвиськом автора. Лише як виняток, за бажанням автора, може бути поставлений інший підпис. При друкуванні преса повинна відмовитися від публікації адресних даних. Якщо виникають сумніви в ідентичності дописувача, від друкування слід відмовитися. Публікація фіктивних читацьких листів несумісна із завданням преси.

(4) (...)

(5) Усі листи читачів, що надходять у редакцію підлягають редакційній таємниці. У жодному разі їх не можна передавати третім особам.

Практичний приклад

Щоденна газета публікує читацький лист скаржника з приводу коментаря про воєнні плани США проти Саддама Гусейна. Автор коментаря висловлюється у ньому схвально щодо воєнних планів. Автор читацького листа повідомляє, що його лист скоротили, перекутивши зміст. Його допис складався загалом з п'яти речень. У перших трьох реченнях він коротко підсумував суттєві висловлювання коментаря. У двох останніх реченнях він відтак сформулював свою критику. І саме їх редакція викреслила, і, отже, з його гострої критики вийшов схвальний текст.

Свідчення редакції

Головна редакція повідомляє, з матеріалів, поданих скаржником, можна було зрозуміти, що друга частина його листа містить образливі висловлювання про американського кореспондента газети. Тому їх викреслили. При цьому слід погодитися, що краще було б не публікувати листа, бо він, крім надзвичайно негативних зауваг, не містить жодного гідного дискусії аргументу.

Спонування до дискусії

1. Більшість газет залишають за собою право скорочувати читацькі листи. Як ви оцінюєте скорочення, здійснене газетою у цьому прикладі?
2. Як могла б редакція обійти проблему?

! Підказка з редакційного повсякдення

Відділ читацьких листів часопису «Шпигель» має давню традицію: від другого числа (№ 2/1947) читацькі листи займають постійне місце у виданні. І протягом років відділ не лише збільшився, а й став знаменитішим. З останньої сторінки листи перекочували на восьму, замість однієї колонки листи займають 2 2/3 або навіть цілих три сторінки у випуску. Тиждень за тижнем друкують у середньому 27 листів на щонайменше 5 тем.

Відділ читацьких листів має бути демократичним форумом. Тому ми приділяємо велику увагу розмаїттю. А щоб його забезпечити, усі листи треба уважно прочитати. Завдяки електронній пошті потік читацьких листів значно збільшився. У березні 2004 р., наприклад, надійшло 10519 повідомлень, з них понад 9100 — електронною поштою. Не всі дописи є класичним читацькими листами, багато з них обмежені загальними запитамі, які у «Шпигелі» опрацьовує і на які — точно, як і на всі інші листи — відповідає відділ обслуговування читачів.

Звичайно читацькі листи також перевіряє відділ документації. Колеги з юридичного відділу перевіряють тексти на юридично проблематичні формулювання, як, наприклад, образи. Тому що, хоч і листи друкують під прізвиськом дописувача, видавництво «Шпигель» повною мірою відповідає за опубліковані тексти (відповідальність розповсюджувача). Антидемократичні листи не друкує принципово.

Перевірку відомостей про відправників провадить паралельно редакція та відділ документації. Має бути гарантована ідентичність. На жаль, є випадки, коли люди намагаються розмістити листа під чужим ім'ям, здебільшого щоб завдати шкоди власнику імені. Якщо безсумнівна ідентифікація відправника не є можливою й до того ж зміст листа передає вельми негативну позицію (щодо цілих професій, щодо певної фірми тощо), то від друкування слід відмовитися.

У випадку дуже особистих висловлювань — наприклад, щодо випадків смерті в сім'ї, спроб суїциду, проблем шкідливих залежностей — я завжди зв'язуюсь телефоном з автором листа і ще раз чітко питаю, чи готовий він до публікації із зазначенням імені. Не завжди це так, навіть якщо допис має заголовок «Читацький лист».

Катаріна Штегельманн, редакція читацьких листів, «Шпигель»

Ключ до розв'язання див. на стор. 116.

Й) Використання фотомонтажу дозволено?**[Вибух в Енсхеде]****Практичний приклад**

Бульварна газет публікує фото катастрофічного вибуху в голландському місті Енсхеде. Читачка скаржить-ся, оскільки це фото змонтовано з двох світлин.

У бульварній газеті видно чоловіка в заплямованій кров'ю сорочці переднизкою охоплених вогнем будинків. Інша газета опублікувала фото чоловіка в заплямованій кров'ю сорочці, але без охоплених вогнем будинків позаду. А ще одна газета дала фото з охопленими вогнем будинками, але без закривавленого чоловіка. Зрештою бульварна газета об'єднала ці обидва фото. Здійснена маніпуляція читачеві не помітна, стверджує скаржниця. Отже, порушено статтю 2.

Спонування до дискусії

1. У чому полягає проблема цього фотомонтажу?
2. Чи є фотомонтаж — наприклад, у фото-символах — загалом неприйнятним?
3. Чи має бути фотомонтаж позначений?
4. Чи мав би бути позначений *цей* фотомонтаж?
5. Прочитайте норму 2.2 Пресового кодексу та обговоріть цей приклад під цим кутом зору.

Норма 2.2 – Фотосимволи

Якщо ілюстрацію, зокрема фотографію, при побіжному читанні можна сприймати як документальне зображення, хоча вона є фотосимволом, то необхідне відповідне уточнення. Тому

- заміна або допоміжні ілюстрації (той самий мотив за іншої обставини, інший мотив за тієї ж обставини тощо),
- символічні ілюстрації (поставлені сцени, штучно візуалізований процес до тексту тощо),
- фотомонтаж або інші зміни мають бути чітко позначені як такі у легенді або тексті до фото.

! Підказка з редакційного повсякдення

Багато опублікованих у «Штерні» фото є документами сучасної історії і їх вважають високими зразками фотомистецтва. У художній редакції «Штерна», яка належить до найбільших в галузі, ми дотримуємося суворих правил відбору фотографій.

Вище за все для нас стоїть автентичність. Тому ми ніколи не займаємося маніпуляціями з фотографіями. Фото не змінюємо ні через додавання, тобто об'єднання різних елементів, ні через вилучення, наприклад через ретушування, обрізи тощо. Дозволено лише способи оптимізації друку. Вони суворо визначені і стосуються, наприклад, опрацювання розділення (чіткості) зображення. Якщо ми даємо фото на подвійну сторінку, то це може бути викликане розміром зображення.

Виняток становить титульне зображення, коли «Штерн» часто працює з фотосимволами. Тому воно завжди має позначку «Фото: Штерн-монтаж».

Том Якобі, арт-директор, «Штерн»

Ключ до розв'язання див. на стор. 116.

*

Ключі до розв'язання

А) Завжди дотримуватися термінів заборони?

[Обходження з пресовими повідомленнями]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що немає порушення статті 2 у зв'язку з нормою 2.5. Сенс та мета цієї норми — надати принципіві саморегулювання між тим, хто встановлює термін, та тим, хто має його дотримуватися, пріоритет перед суворим регулюванням. Тут свідомо не було прийняте регулювання в тому сенсі, що преса принципово дотримується термінів заборони. При цьому норма виходить з того, термін заборони потребує розумно обґрунтованої підстави. У сенсі цієї норми є, отже, доцільним при визначенні терміну заборони давати для нього принаймні тезисне обґрунтування. Лише так відповідний ЗМІ взагалі здатний в конкретному випадку оцінити питання розумного виправдання терміну заборони.

Б) Загострювати результати розслідування?

[Інценування ситуацій для фотографій]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює зауваги. Комітет дотримувався думки, що газета публікацією першої статті порушила статтю 2 Пресового кодексу, та критикує заголовок статті, оскільки в ній міститься неправдиве твердження, що згаданого звільнили з роботи. Для читача через вибір цього поняття мало виникнути враження, що лікаря звільнили. Але він був лише тимчасово усунений від виконання обов'язків, поки не прояснили ситуацію стосовно помилкових розрахунків. Тому заголовок є фальшивим і порушує журналістський обов'язок добросовісності.

В) Плакатне узагальнення в заголовках

[Новий аерозоль проти нежиті]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що немає порушення статей 2 та 14. На погляд Комітету, стаття не створює враження, що використання аерозолю для носа взагалі захищає від нежиті. Було лише сказано, що завдяки вживанню аерозолю симптоми нежиті полегшуються і прискорюється загоєння слизової оболонки. Отже, газета лише передає те, про що вона дізналася у своїх розслідуваннях.

Г) Плакатне зображення на титульній сторінці [Нова дієва речовина проти СНІДу]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює журналові догану. Він вважає, що публікація заголовка на титульній сторінці порушила статтю 14 Пресового кодексу. На титульній сторінці заголовок, який зачіпає тему «СНІД» проголошує, що у великій кількості хворих пацієнтів хвороба, яка здебільшого є смертельною, тепер є виліковною. Після ґрунтовної дискусії Комітет з розгляду скарг доходить висновку, що через це, зокрема, через формулювання «Кінець смертям», у хворих появляються невиправдані надії. На думку Комітету, позицію очікування, що виникає у пацієнтів через заголовок, реальність не підтверджує. У цьому зв'язку Комітет з розгляду скарг враховує також сугестивний (навіювальний) вплив від титульної сторінки. Силі очікувань та надій реальні результати дослідження не відповідають.

Норма 14.1 – Медичні або фармацевтичні дослідження

Повідомлення про нібито успіхи або невдачі медичних або фармацевтичних досліджень у боротьбі з хворобами вимагає добросовісності та відчуття відповідальності. У тексті та заголовку не має бути усього того, що у хворих та їхніх близьких викликає необґрунтовані та невідповідні реальному стану речей у медичних дослідженнях надії на одужання у недалекому часі. З іншого боку, критичні або ж взагалі односторонні повідомлення про контроверсійні думки не повинні викликати у хворих зневіру і ставити під питання можливий успіх терапевтичних заходів.

Г) Узагальнення в результатах опитувань [Пілотне дослідження щодо раку]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює зауваги. Комітет вважає, що пресова служба своїм повідомленням порушила обов'язок добросовісності згідно зі статтею 2 Пресового кодексу – у зв'язку з нормою 2.1. На погляд Комітету з розгляду скарг, редакція не повідомила, що результати дослідження, про яке вона інформувала, ґрунтувалися на опитуванні лише 20 осіб.

Однак редакція повинна була повідомити про стан речей, тим більше, що автори студії обмежили далекосяжність результатів своєї розвідки, наголосивши на необхідності триваліших досліджень. Крім того, Комітет з розгляду скарг вважає ці висловлювання, згідно з якими батьки нібито «навіть гальмували процес одужання» або «сприяли захворюванню дітей», такими, що не підтвержені результатами розвідки.

Д) Передрук інтерв'ю**[Оригінальна цитата у безкоштовній газеті]**

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює зауваги. Комітет вважає, що газета своєю публікацією порушила статті 2 та 4 Пресового кодексу. Необхідно було в «шапці» інтерв'ю вказати на безкоштовну газету як на джерело.

Позаяк цього не зроблено і названо лише прізвища журналістів, то в читача складається враження, що бургомістр дав інтерв'ю редакторам бульварної газети. Оскільки це було не так, то порушено журналістську добросовісність. Комітет визнав до того ж недобросовісність розслідування, оскільки бесідника не запитали дозволу перед публікацією статті в бульварній газеті. А така авторизація друкування була необхідною. Однак рішень щодо можливих порушень авторського права Пресова рада преси не приймає. Це питання має прояснити звичайний суд.

§ Щодо обов'язку авторизації цитати в цитаті

Особлива обережність необхідна при авторизації цитат особи, що містять висловлювання про третю особу, тобто цитати в цитаті. Тут слід розрізнити два випадки: йдеться у висловлюванні про третю особу про захищене статтею 5 абз. 1 Основного Закону висловлення думки чи воно містить доказове твердження про цю третю особу. При доказових твердженнях не достатньо одержати авторизацію від першої особи. Згідно з постановою Федерального вищого суду від 08 червня 2004 р., чинним є таке положення: якщо йдеться про доказове твердження про цю третю особу, то обов'язок журналістської добросовісності має поширюватись також на перевірку, чи приховане твердження відповідає дійсності.

Джерело: BGH VI ZR 343/03 – www.bundesgerichtshof.de

До статті 4 див. приклад у розділі «Розслідування», стор. 77.

Е) Інформант у рядку автора**[Свідок як автор]**

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює громадський осуд. Він вважає, що газета своєю публікацією порушила статтю 2 та норму 2.4 Пресового кодексу. На думку органу, публікація від першої особи висловлювань співбесідника під час телефонної розмови та розміщення авторського рядка перед статтею дає читачеві фальшиве уявлення, нібито співбесідник сам написав статтю, що не відповідає засадам пресової етики. Ці дії є, безперечно, порушенням журналістського обов'язку добросовісності, оскільки у читача має скластися

враження, що згаданий в авторському рядку співробітник міністра сам написав статтю.

Є) Збалансованість у виборчій боротьбі [Подіумний захід без дрібних партій]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Німецька пресова рада не вбачає в діях газети порушення Пресового кодексу, зокрема статті 1, змістом якої є вимога правдивості.

Власне, норма 1.2 – заходи під час виборчої кампанії – приписує, що пресові повідомлення при висвітленні заходів під час виборчої кампанії також про погляди, які вона сама не поділяє, відповідає журналістській безсторонності, слугує свободі інформації та рівності шансів демократичних партій. Однак у цьому повідомленні йдеться не про «висвітлення заходів під час виборчої кампанії» партії, а про організований газетою виборчий форум. Редакція може вільно вирішувати, кому вона надає слово. Не існує зобов'язання враховувати всі партії, що беруть участь у певних виборах.

Прийняте рішення редакції при виборі учасників виборчого форуму слід вважати об'єктивним і таким, що не суперечить «Принципам публіцистики» Німецької пресової ради.

Ж) Забезпечувати незалежне висвітлення подій [Партійний функціонер як співробітник]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що порушення статті 6 Пресового кодексу немає. Якогось порушення норми 6.1 (розділення функцій) Пресова рада також не вбачає. Партійна посада не є урядовою функцією. Це є чинним і тоді, коли йдеться про партію, яка на місцевому, регіональному або навіть земельному рівні є домінантною політичною силою.

Комітет з розгляду скарг засадничо вважає, що особам, які обіймають партійні посади, не можна априорі забороняти висвітлювати події для місцевих газет. Цього не може бути хоча б тому, що інакше актуальне та серйозне висвітлення місцевих подій було б значно ускладнене. Бо саме в сільській місцевості ЗМІ залежать від позаштатних співробітників з усіх сфер громадського життя, зокрема з партій. Тільки з їхньою допомогою можна забезпечувати належне публіцистичне обслуговування. Однак у таких випадках слід суворо стежити за тим, щоб не було необ'єктивного висвітлення подій.

У цьому прикладі Комітет з розгляду скарг не бачить ознак того, що тут було однобічне або перекручене висвітлення подій. При цьому на-самперед слід врахувати те, що преса має повне право на тенденційне

висвітлення подій. Надані скаржником статті, на погляд Комітету з розгляду скарг, не можуть обґрунтувати закид у «придворному висвітленні подій».

3) Наскільки радикальною може бути думка?

[Коментар до 11 вересня]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює газеті громадський осуд. Він вважає, що газета своєю публікацією порушила статті 1 та 6 Пресового кодексу. Стаття 1, серед іншого, встановлює, що повага до гідності людини є однією з найголовніших заповідей преси. У статті 6 йдеться, що кожна із зайнятих у пресі осіб дбає про престиж ЗМІ. На думку Комітету з розгляду скарг, у коментарі міститься заклик до суду Лінча. З формулювання на кшталт: «Тут відповідь не може бути такою, щоб учинити над ними процес» та «Розправа над двома злочинцями має бути короткою і без будь-яких дискусій з правозахисниками» газета виходить за рамки верховенства права і таким чином ігнорує цінності, що є основою нашого суспільного ладу. Це є порушення статті 1 Пресового кодексу. Також тут порушено статтю 6, оскільки публікація подібних думок шкодить престижу преси. Саме завданням преси є захист системи верховенства права, а не заперечення її через висловлення думок, подібних до цих.

Стаття 1

Повага до правди, повага до людської гідності та правдиве інформування громадськості є найвищими заповідями преси.

Стаття 6

Кожна особа, зайнята в пресі, дбає про авторитет та достовірність ЗМІ, а також про професійну таємницю, користується правом відмови свідчити і не викриває інформантів без їхнього чіткого дозволу.

И) Дискримінація в листах читачів

[Політемігранти та іноземці]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює зауваги. Комітет вважає, що газета своєю публікацією читачьких листів порушила статті 12 та 2 Пресового кодексу. Як головна редакція уже визнала у своїй позиції, лист у формулюванні «сотні тисяч» містить узагальнення щодо всіх шукачів притулку. Комітет вважає, що це узагальнення є дискримінацією іноземців, оскільки у читача має виникнути — хибне — враження, що більша частина осіб, які мають право притулку в Німеччині, торгують наркотиками. Однак це не відповідає дійсності. Комітет також

вважає, що газета, безумовно, має займатися читацькими листами на цю тематику і, звичайно, може їх публікувати. Але в конкретному випадку було б доречно піддати критиковані місця редакційному опрацюванню.

До теми «Дискримінація» див. також главу 2.4, стор. 152 і далі.

Ї) Скорочення читацьких листів [Війна в Іраку]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює газеті громадський осуд. Він вважає, що газета своєю публікацією або скороченням читацького листа порушила статтю 2 Пресового кодексу. На думку Комітету розгляду скарг, здійсненим скороченням була порушена норма 2.6 абз. 4 Пресового кодексу. Там сказано, що скорочення не повинні перекручувати зміст. У конкретному випадку, однак, має місце значне перекручення змісту, позаяк через його скорочення лист набрав протилежного значення. При читанні листа у читача може виникнути хибне враження, що автор підтримує висловлювання, що містяться у статті. Особливо серйозним, на погляд Комітету розгляду скарг, порушення обов'язку добросовісності було ще й тому, що — як повідомила газета у своїй позиції — другу частину редакція викреслила свідомо. Цілеспрямоване опрацювання читацьких листів для перекручення змісту є грубим порушенням журналістського обов'язку добросовісності.

Норма 2.6 абзац 4:

(4) Зміни або скорочення дописів авторів з відомим прізвищем без їхньої згоди принципово неприпустимі. Скорочення можливі, якщо рубрика «Дописи читачів» містить постійну примітку, що редакція у випадку дописів, призначених для цієї рубрики, застерігає за собою право на скорочення без перекручення змісту. Якщо дописувач чітко забороняє зміни або скорочення, то редакція, навіть якщо вона застерегла за собою право на скорочення, має дотримуватися цього або відмовитися від друкування.

Й) Використання фотомонтажу дозволено? [Вибух в Енсхеде]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою і висловлює догану. Комітет дійшов висновку, що картинка, яка зображає на передньому плані закривавленого чоловіка, а на задньому плані — охоплені вогнем будинки, була змонтована з двох різних фотознімків. Але оскільки у читача виникає враження, що йдеться про автентичне фото, було б конче необхідно в легенді до фото вказати на характер монтажу. Позаяк цього не сталося, то маємо порушення журналістського обов'язку добросовісності.

2.2. Коли на кону економічні інтереси

У розділах місцевих новин щоденних газет повідомлення про діяльність фірм та інших господарських товариств також є постійними. Місцеві підприємства становлять водночас не лише об'єкт новинних повідомлень, вони часто виступають рекламодавцями. Інформація фірм про нові пропозиції частково містить цінні вказівки для читачів. Проте виникає запитання, де слід встановлювати межу між редакційними вказівками та рекламними оголошеннями, за які відповідає відділ реклами? До гучних спонсорських акцій сьогоднішні читачі газет вже давно звикли, до того ж не лише завдяки радіо та телебаченню. Однак дуже часто реклама підкрадається непомітно.

Стаття 7.

Відповідальність преси перед громадськістю вимагає, щоб на редакційні публікації не справляли впливу приватні чи ділові інтереси третіх осіб або ж особисті економічні інтереси журналістів. Видавці та редактори повинні відкидати подібні спроби та зважати на чітке відмежування редакційного тексту від публікацій рекламного характеру.

*

А) Скільки може бути власної реклами?

[Кампанія проти «тойро»]

Практичний приклад

Одна з газет протягом чотирьох днів публікує інформацію про акцію, спрямовану проти «тойро». Спільно з різними фірмами вона пропонує своїм читачам можливість придбати у цих торговельних закладах товари зі знижкою від 10 до 20 відсотків, якщо вони пред'являть актуальне видання газети. Скаржник вважає, що внаслідок подібної акції порушено принцип відмежування (стаття 7 Пресового кодексу). Редакція відповідної газети пізніше взяла участь у загальній дискусії щодо «тойро», посилаючись на те, що населення в цілому нібито занепокоєне подорожчанням у зв'язку з запровадженням євро. Після цього газета започаткувала «акцію проти дорогого євро», через що редакція перейшла на бік критиків торгівлі. Згадане рекламне оголошення справляло враження звичайного повідомлення від імені редакції. Проте, надаючи читачам можливість робити закупи зі знижками кожного дня в ін-

шому підприємстві торгівлі, що нібито має компенсувати зростання цін, газета відверто проштовхувала економічні інтереси третіх осіб. Завдяки цим оголошенням кожного дня на рекламній авансцені у винятковому становищі опинялася нова фірма. Через це було виразно «порушено кордон» від прихованої реклами.

Спонування до дискусії

1. Чи є, на Вашу думку, вагомими аргументи, спрямовані проти газетної акції зі знижками?
2. Де проходить межа між сервісними послугами для читачів та прихованою рекламою на користь фірм?
3. Які наслідки може мати подібна акція для рекламного бізнесу?
4. Як Ви оцінюєте подане пізніше роз'яснення редакції?

Висловлювання редакції

Юридичний відділ видавництва повідомляє, що акція зі знижками не була ані рекламною публікацією з — обіцяним фірмам — редакційним повідомленням, ані рекламним оголошенням, замаскованим під повідомлення від імені редакції. Навпаки, акція зі знижками становила складову частину акції газети щодо «тойро», започаткованої задовго до самої знижкової акції. Від самого початку газета засуджувала штучне роздування цін, пов'язане з появою євро, та створила так званого «тойро-шерифа». Під тиском громадської думки політики приєдналися до дискусії та присвятили велику увагу цій темі на «тойро-саміті», на який був запрошений і представник газети. Той факт, що завдяки подібному висвітленню проблеми підприємства торгівлі відчували необхідність якось протидіяти розчаруванню населення та взяли участь в ініційованій редакцією акції зі знижками, розглядають як великий успіх опублікованих напередодні повідомлень. Зрозуміло, що про цей успіх та про безпосередню користь для людей слід було написати в газеті, згадавши назви торговельних закладів. Публіцистичний привід для кореспонденцій про акцію зі знижками очевидний.

Ключ до розв'язання див. на стор. 129.

*

Б) Оплачувана публікація [Портрет фірми]

Практичний приклад

У наведеному нижче листі один з журналів пропонує машинобудівній фірмі опублікувати портрет цієї фірми. Складення тексту буде безоплатним, за ілюстративний матеріал треба буде заплатити. Один з читачів вбачає тут порушення статті 7 Пресового кодексу, оскільки запропонована стаття є оплачуваною публікацією під машкарою незалежного журналістського допису.

Стосовно: інтерв'ю з керівниками

Шановні пані та панове!

У багатьох галузях економіки Європа відіграє провідну роль. Європейський ринок — це економічний простір, що має понад 600 мільйонів споживачів та економічна потужність якого набагато перевищує 30 трильйонів німецьких марок. Як німецькі компанії використовують ці ринки, що пропонують великі можливості для підвищення обігу, — це питання становить одну з спеціальних тем нашого журналу ХХХ. Ми звернули на Вас увагу і тому запланували репортаж про Ваше підприємство. Щоб написати його фахово та правдиво, необхідно провести інтерв'ю з одним з керівників у приміщенні фірми.

Поряд з загальною розповіддю про Ваше підприємство (короткий екскурс в історію, огляд основних видів продукції, обсягу виробництва, менеджменту) нас цікавлять Ваша діяльність у царині маркетингу, особливо в Європі.

Репортаж буде опубліковано у журналі ХХХ англійською мовою. Інтерв'ю, підготування тексту та публікація безплатні, ілюстративний матеріал коштує 9,95 німецької марки за 1 мм шпальти за висотою та шириною.

Ми будемо дуже раді, якщо Ви знайдете для нас приблизно одну годину часу. Для узгодження терміну просимо зателефонувати за номером ХХХ. Ви можете надіслати свої пропозиції також факсом.

З щирими вітаннями.Видавництво

Головна редакція журналу

Спонування до дискусії

1. Що Ви можете сказати про подібний спосіб дій редакції?
2. Які є аргументи проти того, щоб стягувати невелику суму за ілюстративний матеріал?
3. Які наслідки може мати «оплачувана журналістика» для правдоподібності публікації?

Ключ до розв'язання див. на стор. 129.

В) Спонсорство у розділі спорту [Презентація від броварні]

Норма 7.1 – Відмежування редакційного тексту від рекламних оголошень

На оплачувані публікації поширюються норми законодавства про рекламу. Згідно з ними, публікації мають бути побудовані у такий спосіб, щоб читач міг розпізнати рекламу саме як рекламу.

Практичний приклад

Щоденна газета у розділі «Спорт у понеділок» на першій сторінці публікує вказівку «Презентує пиво «Бітбургер» разом з логотипом броварні. Скаржник вважає, що подібна презентація окремих компаній може порушувати статтю 7 Пресового кодексу, що вимагає відмежовувати редакційний текст від рекламних оголошень.

Висловлювання редакції

Юридичний відділ щоденної газети повідомляє, що скаржник робить закид щодо спонсорства. У сфері телебачення так зване трансляційне спонсорство давно відоме. Перенесення цієї практики на друковані засоби масової інформації з економічного погляду доцільне. При спонсорстві ТБ вказівка на спонсора не лише юридично допустима, а й навіть рекомендована. Тому юридичний відділ посилається на державний договір про радіо та телебачення. З огляду на наявний там правовий принцип, ми вважали себе зобов'язаними додати вказівку «презентовано...». Завдяки цьому читачів достатньою мірою інформують про факт спонсорства. Порушення вимоги щодо відмежування нема. За своєю формою та розташуванням вказівка чітко розпізнавана як реклама. До того ж публікація такої вказівки не є винятковим явищем. Подібні вказівки на спонсорів можна знайти також у інших щоденних газетах.

Спонування до дискусії

1. Опишіть відмінність між рекламою та спонсорством.
2. На телебаченні спонсорство спортивних трансляцій давно стало звичним. Чи Ви вважаєте його у цій формі допустимим і для газет?
3. Чи можете Ви уявити собі подібну акцію в інших розділах?
4. Чи у цьому випадку вказівку на спонсора сприймали як рекламу?
5. Які наслідки подібний спосіб дії може мати для редакційної частини газети?

6. З приводу відкриття стадіону “AOL-Arena” у місті Гамбурзі одна з загальнонаціональних газет свою першу сторінку оформила на блакитному фоні. Як Ви оцінюєте такі дії?

Ключ до розв’язання див. на стор. 130.

*

Г) Сервіс чи прихована реклама?

[Консультаційні послуги проектувальника міста]

Там, де мав стояти будинок, можуть пастися вівці

Багато людей наївно вирішують придбати нерухомість та при цьому влізають у клопіт

Берлін, 27 липня. Одразу після того, як Вольфганг Мюллер (прізвище змінено) залишив професійну діяльність, 58-річний чоловік придбав у [...] під Берліном ділянку площею 5 000 кв м. За неї він віддав майже 300 тисяч марок. Проте, як він вважав, ця інвестиція принесе йому задоволення. Він збирався тримати коня та, зрозуміло, побудувати хатинку. Згоду бургомістра на забудову ділянки він мав у кишені. Щоб заздалегідь інтегруватись в сільське життя та щоб не вважали його західнонімецьким снобом, він розпочав по неділях приходити на церковну службу та встановлювати контакти.

Однак, окрім розведення овець, Мюллер у [...] більше нічого не може робити. Адже врешті-решт дозволу на будівництво він не отримав. Його ділянку де-факто не можна забудовувати, він може використовувати її лише як пасовисько. А надати дозвіл на будівництво бургомістр не міг, бо це компетенція районної влади.

Для Гельмута К. (в оригіналі статті прізвище подано повністю) це стало класичним доказом тези, що люди часто купують земельні ділянки з неймовірною легковажністю. Освічений архітектор і планувальник вже кілька місяців пропонує послуги покупцям нерухомості, щоб консультувати їх, перш ніж вони вирішать щось придбати.

Завдяки цьому 52-річний берлінець, що має дозвіл виступати експертом з оцінювання земельних ділянок, а раніше понад 10 років працював у міському відомстві з планування, може заповнити, на його думку, важливу прогалину на ринку. «Розпочинати консультації треба якомога раніше, — каже він, — проте багато людей до купівлі невеликого автомобіля більше підготовлені, ніж до купівлі нового будинку». «При купівлі ділянки чи квартири проблеми часто залишаються прихованими», — каже К. — Наприклад, коли люди купують приміщення на горіщі, вони збираються зробити на даху терасу. Однак часто пізніше виявляється, що дозвіл на це не буде наданий».

«Те, що я роблю у таких випадках, раніше робив архітектор, якого люди знали та вже на ранньому етапі залучали до розроблення проекту, — каже К., — та й сьогодні він врегульовує конкретні питання з органами влади. Проте люди звертаються до нього лише після того, як вже купили ділянку чи квартиру». Разом зі своїми клієнтами К. оглядає

об'єкти на місцях, вивчає документи та аналізує, наприклад, чи те, що було обіцяно в проспекті, можна реалізувати з огляду на проектувальні та правові аспекти.

Конкретні описи

«Більшість людей в описах забудовників не може розрізнити, чи пропонуване є тим, що вони собі уявляють», — каже він. Також треба було у принципі вивчити питання, чи описи настільки докладні, що забудовники повинні точно їх дотримуватись. За свої послуги К. отримує 155 марок за годину. Щоб перед купівлею власної квартири перевірити усі непевні питання, клієнти у середньому мають розраховувати на сплату від 450 до 600 марок.

Практичний приклад

Під заголовком «Там, де мав стояти будинок, можуть пастись вівці» газета публікує матеріал про проектувальника та архітектора, котрий пропонує свої послуги покупцям нерухомості. У статті чотири рази названо прізвище чоловіка. До того ж увагу звернуто на те, що за свої послуги він отримує 155 марок за годину. Один з читачів вбачає у цьому матеріалі приховану рекламу, оскільки тут не йдеться про якусь нову послугу. Аналогічну пропозицію роблять тисячі інших.

Висловлювання редакції

Головна редакція газети повідомляє, що вона не виявила прихованої реклами. У статті розглянуто проблему, з якою стикаються багато покупців земельних ділянок, та інформує про послугу, цікаву для багатьох читачів. Текст надмірно не вихваляє відповідного надавача послуг. Звичайним журналістським способом є унаочнення абстрактного поняття на прикладі окремої особи або компанії.

Спонування до дискусії

1. Чи прізвище проектувальника є представницьким для відповідних пропозицій?
2. Чи Ви вбачаєте у цьому випадку форму недопустимої реклами?

Норма 7.2 – Прихована реклама

Редакційні публікації, які вказують на фірми, їхні вироби, послуги чи заходи, не повинні перетинати межу, що відділяє їх від прихованої реклами. Подібний перетин наявний тоді, коли публікація виходить за межі обґрунтованого публічного інтересу або інформаційних інтересів читачів.

Достовірність преси як джерела інформації вимагає від редакцій особливої ретельності при опрацюванні піарних матеріалів та при складанні власних редакційних вказівок.

Це стосується й нередагованих рекламних текстів, фотографій, малюнків.

Відома рекламна агенція наводить таке означення прихованої реклами:

Прихована реклама — реклама, яка з'являється без триумфальних литавр, а непомітно й без зайвого галасу, тобто вона чудово придатна для кіно, яке дивляться вдома.

Джерело: Scholz & Friends (Hrsg.): Werbisich-Deutsch. Das ultimative Wörterbuch der Werbung — Unzählige Stichworte und Wendungen in einer Richtung. 2. Auflage. Frankfurt / Wien 2003, Seite 142

Ключ до розв'язання див. на стор. 130.

*

Г) Належна стаття до оголошення?

[Лікарняна каса інформує]

Норма 1.3 — Пресові повідомлення

Пресові повідомлення, які вміщують органи влади, партії, спілки, об'єднання чи інші представництва інтересів, повинні бути марковані як такі, якщо їх друкують без редакційного опрацювання.

Практичний приклад

Протягом двох днів газета публікує два матеріали під заголовками «Оптимальне піклування» та «Компетентна лікарняна каса», де йдеться про певну лікарняну касу. Поряд з цими статтями розміщено й оголошення цієї каси. Один з читачів вважає, що тут у недопустимий спосіб поєднано редакційну частину та рекламне оголошення.

Спонування до дискусії

1. Чи можна, на Вашу думку, доповнювати у редакційній частині матеріал рекламного клієнта?
2. Оцініть тексти з огляду на редагування та стилістику.
3. Що Ви думаєте про засаду Пресової ради щодо маркування пресових повідомлень?

Висловлювання редакції

Видавництво повідомляє, що цю справу детально обговорено у редакції та відділі реклами та визначено, що подібних випадків надалі не буде.

Ключ до розв'язання див. на стор. 130.

*

**Д) Місцеві економічні новини
[Портрет винної крамниці]****Практичний приклад**

На сторінці економічних новин під заголовками «Косметика, аромат та краса», «У світі вин» та «Спеціалісти з чоловічої моди» газета публікує матеріали про місцеві фірми. Скаржникові здається, що ці публікації, можливо, порушують принцип відмежування редакційної частини від реклами. Не у кожному випадку був привід вміщувати повідомлення.

Окрім того, тексти подано без підпису.

У редакції подібна практика викликала здивування, тим більше, що головна редакція подавала суперечливі відомості про зустрічні послуги фірм, матеріали про яких було надруковано. На запит скаржника керівництво газети заявило, що дотримується закону про пресу та правил конкуренції. Після цього серія була продовжена. У листі скаржника до керівництва газети зазначено, що у переліку змісту сторінок у день ви-

ходу газети матеріал про винну крамницю був позначений як рекламне оголошення. Проте у самій газеті він з'явився без такої вказівки.

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що у зв'язку з велетенською хвилею новин, яка щоденно обрушується на читачів, необхідно приділяти більше уваги повідомленням про події у регіоні та у місті. Це тим важливіше, що у місті дедалі більше рекламних газет вміщують повідомлення, орієнтовані на дійсні чи уявні потреби читачів, та через це виконують функцію традиційних щоденних газет — принаймні частково. Опитування читачів, базовані на них телефонні акції та форуми засвідчили, що, на думку читачів, слід підвищити компетентність газети щодо висвітлення життя місцевої та регіональної економіки.

З огляду на бажану найвищу локальну компетенцію, редакція не могла ігнорувати вимогу про те, щоб поряд з новинами, відомими з радіо та телебачення, вміщувати рівноцінну інформацію про фірми, які працюють на місцевому та регіональному рівнях. Результатом стали портрети фірм, що з'являються кожні два — три тижні в економічному розділі газети. При цьому йдеться про компанії, що мають суттєве значення для міста та регіону. Дата публікації портрету фірми може залежати від особливого приводу (наприклад, ювілею фірми), що, однак, не становить обов'язкового критерію. Зображуючи діяльність компаній, газета прагнула сприяти розвитку місцевої та регіональної ідентичності та дати читачам користь, що виходить за межі самого лише поширення новин. Реакція читачів на подібні публікації була без винятків позитивною. Скарг з бізнесових кіл — особливо від фірм, що конкурують з зображеними компаніями, — досі не було.

На закінчення головна редакція зазначає, що орієнтація на побажання та потреби читачів вимагає перебудови мислення й від працівників редакції. Однак це не означає, що вони прислуховуватимуться тільки до читачів, ба більше, відмовлятимуться від головних принципів вільної та незалежної преси. У будь-якому разі ми вважаємо необхідним орієнтуватись на визначені та тому фактичні інформаційні інтереси своїх читачів. Це однаковою мірою стосується як змісту, так і його презентації.

Спонування до дискусії

1. В яких випадках допустимі повідомлення про місцеві фірми?
2. Як Ви оцінюєте концепцію серії, зокрема, з урахуванням конкурентів?
3. Як Ви оцінюєте підстави редакції для публікації?
4. Прочитайте «Підказку з редакційного повсякдення» далі. Як діє Ваша газета у подібних випадках?

Норма 7.3 – Спеціальні публікації

Спеціальні публікації так само підпадають під відповідальність редакції, як усі редакційні публікації.

! Підказка з редакційного повсякдення

Без сумніву, редакція та реклама повинні бути чітко розмежовані. Однак на практиці газетне повсякдення призводить до можливого зближення редакційної частини та реклами. Наприклад, у випадку ювілею заслуженого старого торговельного підприємства. Це інформація для читачів. Золотого правила нема. Проте у подібних випадках ми спочатку вивчаємо можливості спеціальної публікації. У роботі з спонсорами потрібне «відчуття кінчиків пальців». Вже за першої зустрічі з «партнерами» ми виразно даємо зрозуміти, що вони не матимуть жодного впливу на редакційну частину.

Йоахім Вестгоф, головний редактор газети «Боннер генераль-анцайгер»

Ключ до розв'язання див на стор. 131.

*

Е) Подарунки та незалежне висвітлення подій [Подорожі та цінні привілеї]

Стаття 15

Отримання та надання привілеїв будь-якого виду, які можуть негативно вплинути на свободу ухвалення рішень видавництва та редакції, несумісні з репутацією, незалежністю та завданнями преси. Той, хто бере хабарі за поширення чи непоширення новин, діє безчесно та всупереч професійним засадам.

До діла

Для журналістів, що пишуть про подорожі чи засоби моторизації, особливо часто відкриваються можливості безплатно чи на вигідних умовах подорожувати або отримувати інші корисні привілеї. Внаслідок цього, як це буває завдяки доступу до внутрішньої інформації, свобода рішень журналістів може виявитись обмеженою. Тому деякі видавництва підготували чіткі директиви. У видавництві «Аксель Шпрінгер» у «Директивах щодо незалежності журналістів», наприклад, записано:

Запрошення та подарунки

Загроза незалежній журналістській роботі через отримання особистих переваг становить предмет статті 15 Пресового кодексу. Слід уникати навіть враження про те, що свобода ухвалення журналістами рішень може бути обмежена запрошеннями чи подарунками. Журналісти, які працюють у видавництві «Аксель Шпрінгер», повинні піклуватись про те, щоб усі витрати (витрати на подорожі, їжу та напої тощо), пов'язані з професійною діяльністю, у принципі брала на себе редакція. Для винятків слід отримати дозвіл головної редакції».

Джерело: Axel-Springer-Verlag, Leitlinien vom 22. August.

Для невеликих видавництв часто це стає неможливим, з огляду на витрати. Давид Брандштеттер з газети «Майн-пост» (Вюрцбург) дотримується такої позиції:

«Якби ми перебирали на себе усі витрати співробітників розділу подорожей, ми не могли б публікувати їхні матеріали».

Джерело: журнал *Journalist 10, 2003*.

Спонування до дискусії

1. Як Ви організуєте подорожі журналістів?
2. Якими є межі у випадку запрошення?

Норма 15.1 – Запрошення та подарунки

Загроза обмеження свободи ухвалення видавничих і редакційних рішень, а також незалежному формуванню журналістських оцінок виникає, якщо співробітники редакцій приймають запрошення чи подарунки, чия вартість перевищує звичну для загалу та міру, необхідну у рамках професійної діяльності. Слід уникати навіть враження про те, що свобода ухвалення рішень видавництвом і редакцією може бути обмежена внаслідок прийняття запрошень чи подарунків.

Подарунки становлять економічні та ідейні привілеї будь-якого виду. Прийняття рекламних товарів повсякденного вжитку або інших недорогих речей з традиційних нагод не викликає закидів. Передання чи отримання подарунків, знижок або запрошень не можуть впливати на проведення журналістських досліджень та передання повідомлень, заважати чи перешкоджати їм. Видавництва та журналісти повинні наполягати на тому, що інформація буде передана незалежно від прийняття подарунку чи запрошення.

Для редакцій видавництва «Аксель Шпрінгер» з цього приводу у Директивах щодо незалежності журналістів» міститься таке положення:

Запрошення та подарунки

Журналісти, які працюють у виданнях «Акселя Шпрінгера» (...) не беруть подарунків, які можуть забезпечити особисті переваги, або передають їх — якщо від прийняття не можна було відмовитись — до видавництва, яке спрямовує їх на благодійні цілі».

Джерело: Axel-Springer-Verlag, Leitlinien vom 22. August.

Спонування до дискусії

1. Що Ви робите з подарунками, які отримуєте на зустрічах з пресою?
2. Які межі існують стосовно подарунків?

! Підказка з редакційного повсякдення

Газета «Файненшл таймс Дойчланд» дотримується принципу зваженого, чесного та незалежного висвітлення подій. Співробітники ФТД не мають права використовувати інформацію від компаній, перш ніж вона буде оприлюднена, на власну користь, наприклад, у торгівлі акціями, або ж передавати цю інформацію третім особам. Так само вони не повинні повідомляти про цінні папери та їхніх видавців з наміром збагатитись особисто чи збагатити наближених до них осіб завдяки публікації матеріалу або ж отримати інші матеріальні переваги. Якщо співпрацівник ФТД внаслідок операції з цінними паперами та своєї професійної діяльності опиняється у конфлікті інтересів, він повинний негайно повідомити про це головного редактора.

Ульф Шлютер, заступник головного редактора газети «Файненшл таймс Дойчланд»

*

Ключі до розв'язання

А) Скільки може бути власної реклами?

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необгрунтовану. Він дійшов висновку, що нема порушення статті 7 Пресового кодексу. На думку Комітету, акція становила допустиму власну рекламу газети, тому принцип відмежування редакційної частини від реклами не був порушений. Комітет не виявив, що економічні інтереси третіх осіб у цьому випадку залучених фірм, впливали на характер редакційних повідомлень. Газета започаткувала маркетингову акцію, яка, щоправда, принесла вигоду й іншим компаніям. Водночас мета цієї акції полягала передусім у власному маркетингу. Комітет вважає це допустимим і сумісним з принципом відмежування.

Б) Оплачувана публікація

[Портрет фірми]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обгрунтованою та виголошує журналу публічну догану. Він дотримується думки, що журнал, запропонувавши машинобудівній фірмі заплатити за ілюстративний матеріал до статті про фірму та її продукцію, порушив принцип відмежування, визначений у статті 7 Пресового кодексу. На думку Комітету з розгляду скарг, з принципом відмежування несумісний той факт, що журнал вимагає гроші за публікацію фотографій до редакційного матеріалу. Уся публікація редакційних матеріалів не повинна залежати від зустрічних фінансових послуг. Тільки у такий спосіб можна забезпечити не впливання третіх осіб на повідомлення від імені редакції.

! Підказка з редакційного повсякдення:

З приводу земельних законів про пресу нема чого мудрувати. Приклад: земля Північний Рейн – Вестфалія, параграф 10: «Якщо видавець або відповідальна особа (параграф 8, абзац 2, речення 4) періодичного друкованого видання отримав плату за публікацію, вимагав її чи одержав обіцянку про її отримання, то ця публікація, якщо вже завдяки розміщенню та оформленню її не можна розпізнати як рекламу, повинна бути чітко позначена словом «реклама». Рекламні оголошення мають бути виразно відокремлені від редакційного тексту. Це зазначено й у статті 7 Пресового кодексу. Вимога щодо повернення коштів за редакційні публікації – ілюстрації чи тексти – є, таким чином, незаконною та впливає на імідж відповідних газет або журналів. Адже чутки про це поширюються. І не лише у бізнесових колах.

Ульріке Кайзер, головний редактор журналу «Журналіст».

В) Спонсорство у розділі спорту **[Презентація від броварні]**

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що нема порушення визначеного у статті 7 Пресового кодексу принципу відмежування редакційного тексту від публікацій рекламного характеру. Комітет вважає, що згадування броварні читач одразу сприймає як рекламу чи спонсорство, оскільки воно виразно відокремлене від редакційного тексту. Отже, тут немає змішування реклами та редакційного тексту, бо — як було зазначено у заяві юридичного відділу щоденної газети — розташування та оформлення реклами однозначно визначають її як таку. Тому, публікація відповідає вимогам статті 7, норми 7.1.

Г) Сервіс чи прихована реклама? **[Консультативні послуги проектувальника міста]**

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті свою рекомендацію. Він вважає, що внаслідок публікації статті під заголовком «Там, де мав стояти будинок, можуть пастися вівці» газета порушила статті 2 та 7 Пресового кодексу. Додатково у нормі 7.2 зазначено, що редакційні публікації, в яких містяться вказівки на фірми, їхні виробни, виробничі можливості чи заходи, не повинні перетинати межу від прихованої реклами. Перетин такої межі особливо очевидний, якщо публікація виходить за межі обґрунтованого публічного інтересу або інформаційних інтересів читачів. На думку Комітету з розгляду скарг, тут наявне порушення обов'язку журналістів бути добросовісними, адже редакція, готуючи матеріал повинна була помітити, що послуги, подібні до описаних, не є чимось новим, навпаки, їх вже давно пропонують. До того ж внаслідок докладного опису царини діяльності та її частого називання імені тут вбачається прихована реклама, оскільки завдяки публікації архітектор отримав перевагу порівняно зі своїми конкурентами.

Г) Належна стаття до оголошення? **[Лікарняна каса інформує]**

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. Він вважає, що внаслідок публікації матеріалів під заголовками «Оптимальне піклування» та «Компетентна лікарняна каса» газета порушила принцип відмежування редакційної частини від реклами, що міститься у статті 7 Пресового кодексу. В обох статтях повідомлено про певну лікарняну касу. Поряд з оформленими як редакційні статтями розміщено рекламні оголошення цієї лікарняної каси. На думку Комітету з розгляду скарг, статті мають однозначний піарний характер та є прихованою рекламою у розумінні норми 7.2 Пресового кодексу.

Лікарняна каса зображена у статтях надзвичайно позитивно та без жодної критики. З цієї причини треба було позначити обидва матеріали як «реklamні». Оскільки цього не сталося, не було враховано вимогу щодо чіткого відмежування редакційної частини від реклами.

Д) Місцеві економічні новини [Портрет винної крамниці]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. Він вважає, що внаслідок публікації матеріалів під заголовками «Косметика, аромат та краса», «У світі вин» та «Спеціалісти з чоловічої моди» газета порушила статтю 7 Пресового кодексу. Додатково у нормі 7.2 зазначено, що редакційні публікації не повинні перетинати межу від прихованої реклами. Перетин такої межі особливо очевидний, якщо публікація виходить за межі обґрунтованого публічного інтересу або інформаційних інтересів читачів.

У цілому, як визначає Комітет, вміщення повідомлень про фірми природно допустиме. Подібна допустимість наявна, наприклад, тоді, коли певна фірма відіграє особливо важливу роль у місцевому чи регіональному контексті. Однак така, з журналістського погляду — коректна, кореспонденція передбачає, що у статті буде наведена певна інформація, наприклад, показники діяльності компанії та дані річних балансів. Проте після ретельного вивчення представлених йому статей Комітет дійшов висновку, що ці три матеріали не відповідають критеріям, які висувають до публікацій про фірми, допустимих, з огляду на пресову етику. Навпаки, вислови типу «Царство благородних ароматів має своє ім'я: магазин парфумів Ш[...]» та «Хто прийде до винної крамниці [...] у Любеку, той потрапить у чарівний світ вина» сприймаються як гімни, без жодних зусиль запозичені з рекламних брошур відповідних фірм. У всіх статтях нема журналістської непричетності, на яку має право розраховувати читач, звертаючись до редакційних матеріалів. Замість цього йому найсолодшими голосами вихваляють фантастичні пропозиції товарів і послуг, що підготували відповідні торговельні фірми. Подібні публікації мають спонукати читачів відвідати згадані заклади торгівлі та щось там придбати. Подібні наміри рекламного характеру, на думку Комітету з розгляду скарг, не повинні становити зміст редакційних кореспонденцій, адже газета повинна передовсім виконувати публіцистичні завдання, а редакційні матеріали не повинні сприяти зростанню прибутків певних торговельних підприємств. Якби подібний спосіб дій набув поширення, то це стало б з боку газет небезпечним кроком до перетворення з інформаційних засобів на носіїв реклами. Рада преси переконливо застерігає від розвитку таких тенденцій, адже внаслідок цього газети можуть втратити довіру читачів та поставити під загрозу своє існування взагалі.

2.3. Поважати особистість

Перед журналістами стоїть завдання інформувати громадськість про важливі події. При цьому обов'язок подавати правдиві відомості не завжди можна вдало поєднати з можливостями залишити недоторканими особисті права осіб, про яких повідомляється. Чи слід називати імена жертв і злочинців, коли йдеться про кримінальні справи? Чи варто загалом зважати на мертвих та їхніх родичів? Як далеко можуть заходити журналісти, вдаючись — чи то для розваги, чи то для викриття, — до засобів сатири? Чи автори іронічних коментарів мають право на все що завгодно? Зараз журналісти мусять робити своєрідний шпагат між обов'язком подавати інформацію та професійною стриманістю.

Стаття 1

Дотримання правди, збереження людської гідності та правдиве інформування громадськості становлять найвищі заповіді преси.

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей. Якщо ж приватна поведінка зачіпає публічні інтереси, то в окремих випадках вона може ставати предметом розгляду у пресі. При цьому слід дивитись, щоб публікація не порушувала особисті права незалучених осіб.

Преса поважає право на інформаційне самовизначення та забезпечує захист особистих даних редакцією.

*

А) Повідомлення про самогубства [Два трупи на залізничних коліях]

Практичний приклад

Газета повідомляє про два самогубства. Поряд з матеріалом розміщено фото, на якому показані

поліцейські, що проводять слідчі дії. Водночас на передньому плані можна розпізнати накритий труп. На думку скаржника, повідомлення не відповідає публічному інтересові. Подібна публікація може заохотити інших зробити щось подібне.

Спонування до дискусії

1. Чи існує публічний інтерес до інформації про цю справу?
2. В яких випадках слід інформувати про самогубства?
3. Чи Ви вважаєте фотографію доречною?

Норма 8.5 – Самогубство

Повідомлення про самогубство вимагає стриманості. Особливо це стосується згадування імен та відтворення подробиць події. Винятки можна виправдати у тому разі, якщо йдеться про подію сучасної історії, що викликає публічний інтерес.

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що повідомлення спиралось на два прес-релізи поліційної дирекції. Рекомендована у нормі 8.5 Пресового кодексу стриманість при інформуванні про самогубства була наявна. Не були названі жодні імена, не були відтворені подробиці. Редакція вирішила вмістити інформацію в інтересах громадськості, оскільки виникли суттєві незручності для пасажирів залізниці. Зроблене зі значної відстані фото служить лише унаочненню повідомлення, адже йдеться про незвичний випадок — одразу два самогубства. Ідентифікація жертви неможлива. Нарешті головна редакція повідомляє, що добре усвідомлює згадану скаржником проблему, однак вирішила зробити публікацію для задоволення інтересів громадськості.

! Підказка з редакційного повсякдення

Молодий чоловік стоїть на карнизі церковної вежі у пожвавленому центрі міста та погрожує кинутись униз. Поява численних пожежників і поліцейських збирає цілий натовп зівак. Рух транспорту навколо церкви зупиняється. Жодна місцева газета не відмовиться від повідомлення про таку подію. Надто багато людей стали її свідками. Але: ніхто не повинний дізнатись про особисті обставини втомленого життям чоловіка, його прізвище, його обличчя — це табу. Щоб нікому не спало на думку наслідувати його приклад, («ефект Вертера»), повідомлення має бути дуже стриманим. Адже відомо, що домовленості між транспортними підприємствами та пресою у Відні та Мюнхені привели до зменшення кількості самогубств у метро.

Урсула Ернст-Фласкамп, співробітниця газети «Аугсбургер альгемайне»

! Підказка з редакційного повсякдення

Газета «Дрезднер ноесте нахріхтен» вже давно дуже стримано інформує про самогубства. Про більшість суїцидів у нашій газеті не згадують. Так залишатиметься й у майбутньому. Однак і тут бувають винятки з правил. По-перше, слід назвати самогубства відомих людей. По-друге, винятком стають самогубства, які мають наслідки для громадського життя, наприклад, якщо через суїцид доводиться перекривати велике перехрестя або потяги прибувають з великим запізненням. У подібних випадках газета й надалі віддаватиме перевагу інформаційним інтересам громадськості».

Дірк Біргель, головний редактор газети «Дрезднер ноесте нахріхтен» у листі до «Дойче бан» («Німецьких залізниць»).

Ключ до розв'язання див. на стор. 146.

*

Б) Точні дані про місце злочину
[Убивство в розділі місцевих новин]

**Практичний
приклад**

Під заголовком «Жах: мертва жінка лежить у ванні!» газета повідомила про те, що у ванній кімнаті приватного будинку було знайдено труп 49-літньої жінки. Зазначено, що за даними поліції є підозра щодо вбивства і через це

затримали чоловіка померлої. До статті додано фотографію будинку, в якому знайшли тіло, а також наведено точну адресу. Скаржниця однозначно виступає проти наведення у цій публікації точної адреси. На її думку, це притягло величезну кількість гав, що стало значним додатковим навантаженням для родини.

Спонування до дискусії

1. Чи можна у подібних випадках друкувати фотографію місця злочину?
2. Які інші можливості ілюстрування Ви можете запропонувати?
3. Що, на Вашу думку, є аргументом проти подання точної адреси?
4. Які є альтернативні варіанти локалізації місця злочину?

Висловлювання редакції

У своїй заяві газета посилається на те, що, на її думку, до кореспонденції взагалі не можна висувати жодної претензії. Злочинець був відомим у місті політичним діячем, він вже давно входив до складу міської ради, що, до речі, стосується також його дружини, пізнішої жертви злочину. Публічний інтерес до повідомлення впливає вже з того факту, що газета неодноразово писала про діяльність цього комунального політика на посаді скарбника місцевого відділку своєї партії. Водночас, з огляду на сам закид щодо подання точної адреси, редакція визнає, що в цьому випадку може йтися про «простий недогляд». Газета сама зазначає, що наведення номеру будинку не мало жодного значення для інформаційного змісту матеріалу, та й редакція не прагнула цього у подібній формі. Як згадує співробітник газети, номер будинку спочатку навели й у головній статті. Однак за його розпорядженням цей номер зняли у головній статті, але через недогляд цього не зробили у тексті біля фотографії. Окрім цього, редакція газети зазначає, що згаданий співробітник тоді вибачився перед скаржницею за помилку, пов'язану з наведенням номеру будинку.

Ключ до розв'язання див. на стор. 146.

*

**В) Наведення прізвищ місцевих знаменитостей
[Нещасний випадок на автомагістралі]****Практичний приклад**

Читачка вважає, що наведення у статті даних, що дозволяють ідентифікувати особу, порушує особисті права загиблого. Не доведено, що жертва була у стані сп'яніння.

Висловлювання редакції

Юридичний відділ видавництва повідомляє, що кореспонденція підготовлена на основі прес-релізу дорожньої поліції Кельна. У ньому зазначено, що ця особа була «в очевидному стані сп'яніння». Як з'ясувалось

пізніше, у загиблого виявили рівень алкоголю у крові 2,85 проміле. Тому до слів «поліція ідентифікувала сп'янілого чоловіка» не може бути жодних закидів. Оскільки загиблій у своєму рідному місті був не тільки дуже популярний, а й дуже відомий, не може бути претензій до опублікування фотографії та прізвища.

Спонування до дискусії

1. Яка Ваша думка щодо наведення повного прізвища жертви?
2. Яку роль відіграє рівень популярності жертви?
3. Прочитайте та обговоріть таку норму у зв'язку з цією справою.

Норма 8.1 – Наведення імен/фотографій

(1) Наведення прізвищ та фотографій жертв і злочинців у повідомленнях про нещасні випадки, злочини, розслідування та судові справи (див. також статтю 13 Пресового кодексу), зазвичай, не виправдане. Завжди слід проводити зважування інформаційних інтересів громадськості та особистих прав зачеплених осіб. Потребу у сенсаціях не можна розглядати як обґрунтування інформаційних інтересів громадськості.

(2) Жертви нещасних випадків або злочинів мають особливе право на захист своїх імен. Для розуміння перебігу нещасного випадку, злочину знання ідентичності жертви, як правило, не має суттєвого значення. Винятками можуть бути видатні особистості сучасної історії або ж особливі обставини події.

(3) Якщо йдеться про членів родини або інших осіб, яких публікація опосередковано зачіпає та які не мають стосунку до злочину, то наведення прізвища та фотографії недопустиме взагалі.

(4) Наведення повного прізвища та/або фотографії підозрюваного, котрого обвинувачують у вчиненні тяжкого злочину, допустиме як виняток у тому разі, якщо це може сприяти розкриттю злочину, якщо складено подання про видання ордеру на арешт або якщо злочин скоєно «на очах громадськості». Якщо існують підстави вважати злочинця або підозрюваного у вчиненні злочину неосудним, від наведення прізвища та фотографії слід відмовитись.

(5) Якщо злочин скоїла неповнолітня особа, з огляду на її майбутнє, слід відмовитись від наведення прізвища та фотографій, які можуть сприяти ідентифікації цієї особи, якщо не йдеться про тяжкі злочини.

(6) Коли йдеться про осіб, що обіймають високі посади чи мають публічні мандати, наведення прізвищ допустиме, якщо існує зв'язок між посадою, мандатом і злочиним. Те саме стосується сучасних осіб, якщо злочин, в якому їх обвинувачують, суперечить тому образу, який вони мають в очах громадськості.

(7) Прізвища та фотографії осіб, які пропали без вісті, можна публікувати, однак лише за погодженням з компетентними органами.

! Підказка з редакційного повсякдення

Номерні знаки автомобілів, що потрапили у дорожню пригоду, при публікації фотографій завжди слід закривати. Адже водій не завжди є власником машини. Та й взагалі на звичайних фотографіях руху транспорту чи будівельних майданчиків треба закривати номери транспортних засобів, якщо їх легко розпізнати. Наприклад, якщо після публікації фото, яке дозволяє точно розпізнати місце та час знімання, а також на підставі номерних знаків ідентифікувати автомобіль, водій може мати неприємності зі своїм працедавцем чи з дружиною, яку він зраджував. Подібна фотографія може мати прикрі та передусім дорогі наслідки для редакції.

Йорг Штайнбах, редактор відділу місцевих новин газети «Гесіше-ні-дерзехсіше альгемайне», Кассель

Ключ до розв'язання див. на стор. 146.

*

Г) Забезпечувати анонімність? [Захист для студентки]

Практичний приклад

Під заголовком «Студентка тікає від неонацистів» газета повідомляє про студентку, яка активно виступає проти правих екстремістів і внаслідок цього отримала анонімного листа з погрозами. У статті зазначено, що зараз дівчина виїхала на стажування до Великої Британії. У матеріалі повністю названо ім'я студентки та вміщено її фотографію. Читачка вважає, що через це дівчину можна легко ідентифікувати, а це порушує її інтерес у захисті. За її словами, студентка просила зберегти анонімність.

Висловлювання редакції

Головна редакція вказує на те, що повідомленню передувало матеріал агенції ДПА. У ньому не називали ім'я дівчини та не наводили її місце проживання. З іншого боку, зазначили, що вона студентка, та вказали її вік. Тому поінформовані люди могли її одразу ідентифікувати. Через це в місті та його передмістях усі читачі, небайдужі до безчинств неонацистів, одразу зрозуміли, про кого йдеться. Після тривалих роздумів газета свідомо назвала ім'я, оскільки це було необхідно задля достовірності та правдивості повідомлення. На момент публікації студентка була особою сучасної історії. Не в останнє тому, що вона неодноразово публічно виступала, на різних заходах її фотографували разом з прем'єр-міністром. Звичайно, її страх після отримання анонімки з погрозами зрозумілий. Однак замовчування її імені нічим не могло допомогти їй. Навпаки, знеособлення посилює зловтіху у неонацистських колах.

Спонування до дискусії

1. Чи можна у подібних випадках називати повне ім'я та актуальне місце проживання особи?
2. Які позитивні та негативні моменти Ви вбачаєте в знеособленні імені?
3. Чи подання імені підкреслює достовірність і правдивість публікації?
4. Як Ви оцінюєте обґрунтування рішення редакції все-таки назвати ім'я?

Ключ до розв'язання див. на стор. 147.

Див. також стор. 81.

Г) Згадування назв хвороб [Спекуляції щодо місцевої політичної діячки]

Практичний приклад

Під заголовком «Відмова?» газета друкує коментар, в якому йдеться про одну з кандидаток в депутати районної ради. У статті докладно розглянуто психічне захворювання жінки. Мова йде про те, що вона страждає маячнею та здебільшого живе в нереальному світі. Це встановив дільничний суд. Згадана жінка критикує газету за подання її імені та завдання шкоди її репутації.

Спонування до дискусії

1. Чи є у цьому випадку публічний інтерес і, отже, підстава для подання імені кандидатки в депутати?
2. У яких випадках можна повідомляти про захворювання?

Висловлювання редакції

Головна редакція звертає увагу на те, що їй про проблеми зі здоров'ям цієї жінки відомо вже кілька років, проте вони досі не ставали темою публікацій. Однак ситуація змінилась з початком висунення кандидатів в депутати від її партії. Оскільки жінка виявила бажання зайняти публічну посаду, вона вийшла з «затінку», який захищав її як суто приватну особу. Було просто необхідно повідомити про внутрішню дискусію в партії, чи можна висувати цю жінку на публічну посаду. При цьому було доцільним не ходити коло та навколо, хоча відомо, що саме за такої хвороби захист прав особистості набуває особливого значення. Водночас треба було пояснити читачам, чому в партії точиться дискусія навколо цієї жінки. При написанні матеріалу використано копію відповідного документа прокуратури та рішення дільничного суду. Там мова йде про параноїчний психоз та маячню.

Ключ до розв'язання див. на стор. 149.

Д) Різкі висловлювання щодо хворих [Зображення хворої на епілепсію]

Практичний приклад

Під заголовком «Дурна дитина» газета розповідає про 23-літню хвору на епілепсію. Мати молодій жінки повідомляє про своє життя разом з дочкою (фотографію якої також наведено), яка страждає на найтяжчу форму цієї хвороби. На думку скаржниці, у подібній формі стаття не витримує критики, оскільки завдає шкоди людській гідності хворої.

Висловлювання редакції

У своїй заяві редакція цитує електронний лист авторки

статті про її листування з матір'ю хворої дитини. На думку матері, публікація допомогла їй зробити те, на що вона не була спроможна у важкому повсякденному житті з дочкою: стати поряд з дитиною та подивитись на себе з певної дистанції. Як вважає авторка статті, «більшого журналіст не може досягти за допомогою свого тексту».

Спонування до дискусії

1. Чи зрозумілий для Вас підхід авторки, яка дозволяє матері власними словами розповідати про свою хвору дитину?
2. Чи треба було відредагувати вислови матері, зокрема, вживання певних слів і виразів?
3. Як би Ви побудували матеріал з такої делікатної теми?

Ключ до розв'язання див. на стор. 150.

*

Е) Образа у коментарі? [Поразка мера на виборах]

Стаття 9

Публікація необґрунтованих тверджень і звинувачень, передусім образливих, суперечить журналістській етиці.

Практичний приклад

Газета публікує коментар під назвою «Ляпас», в якому йдеться про скаржника. Скаржник, мер територіальної громади, вважає, що коментар має образливий характер.

Висловлювання редакції

Головна редакція вважає, що обрані формулювання, хоча й звучать різко та загострено, однак у жодному разі не суперечать журналістській етиці. Коментар не ображає честь та не нападає на людську гідність скаржника.

Спонування до дискусії

1. Чи допустимі, на Вашу думку, такі вирази, як «схильність до власної переоцінки та самозакоханість», «брак самокритики», «повне невміння враховувати інші думки», у коментарі?
2. Де для Вас починається образа честі?

Ключ до розв'язання див. на стор. 150.

*

Є) Образа в короткому іронічному коментарі? [Штойбер²⁰/нацисти]

*Доброго дня,
докторе @ мунд Штойбер!*

Як добре, що Ви є. Бо інакше на наших кордонах панувало б безправ'я: «Штойбер застерігає від «швидкої стрілянини» у справах мігрантів», – повідомила вчора інформаційна агенція АП. Спочатку впустити до краї-

²⁰ Едмунд Штойбер – колишній прем'єр-міністр Баварії та голова Християнсько-соціального союзу. – Прим. перекл.

ни та перевіряти, кого треба. А інші хай гарно й потроху помирають. Аби тільки не витратити марно боєприпаси для швидкої стрілянини. Тут Ви, докторе @мунд Штойбер, маєте цілковиту рацію. А ще краще було б, якби Ви самі натягли солдатські штани та чоботи, вийшли на авансцену, щоб не допустити виникнення «суспільства перемішаних рас». Що Ви кажете, докторе @мунд Штойбер? Що дослівно Ви такого не виголошували. Агенція, мовляв, у неприпустимій формі відтворила Ваші слова. І через таку інтерпретацію стосовно Вас скоєно велику несправедливість?

Докторе Штойбер! Ви ж завжди говорите як людина вищої раси!

Практичний приклад

У матеріалі щоденної газети критично розглянуто ставлення голови ХСС до політики у справах мігрантів. Водночас за допомогою окремих виразів Штойбера порівнюють з нацистами. Один з читачів вважає текст образливим для честі.

Спонування до дискусії

1. Чи вважаєте Ви короткий іронічний коментар допустимим у подібній формі?
2. Наскільки далеко може заходити жанр іронічного коментарю?

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що матеріал очевидно був глосою (коротким іронічним коментарем). Для неї властиво, що критичні висловлювання подають засобами іронії та сатири. Приводом для публікації стало повідомлення інформаційної агенції АП. З огляду на добре відомі висловлювання голови партії ХСС з теми міграції, це повідомлення створило привід для іронічного обігрування його мовного мистецтва. Адже у питаннях надання притулку Штойбер підбирає слова не без передсудів та й не надто розбірливо. Був випадок, коли він у цьому контексті, зокрема, говорив про «товариство перемішаних рас». В коментарі у цілком допустимий спосіб перебільшено особливості мовного арсеналу Едмунда Штойбера, засобами іронії його вміщують поряд з відомими історичними прототипами, хоча ніхто не намагається поставити його на одну дошку з ними. З цієї причини матеріал не порушує Пресовий кодекс та захищений правом на вільне висловлення своїх думок.

Ключ до розв'язання див. на стор. 150.

Ж) Людська гідність під вогнем сатири?
[Вірш про вбивство Папи Римського]

Спонування до дискусії

1. Як би Ви власними словами визначили поняття людської гідності?

Усі люди народились вільними та рівними у своїй гідності та правах.

Вони наділені розумом і совістю і мають діяти стосовно один одного у дусі братерства.

(Стаття 1 Загальної декларації прав людини від 10 грудня 1948 року)

Гідність людини недоторкана. Поважати та захищати її є зобов'язанням будь-якої державної влади.

(Стаття 1, абзац 1 Основного Закону Федеративної Республіки Німеччини від 23 травня 1949 року)

Практичний приклад

Щоденна газета вміщує вірш під англійською назвою «Десять способів убити Папу Римського».

Висловлювання редакції

Головна редакція звертає увагу на те, що вірш був опублікований на сторінці сатири. Зміст цієї сторінки не завжди схвалює частина постійних читачів газети. Однак порушення правил у ставленні до авторитетів —

зокрема та саме до Папи Римського — становило традицію покоління

1968 року та подальших років, звідки, власне, походить газета. До того ж сьогодні особистості публічного життя мають змиритися з дошкульною іронією, яка їм та подібним особам здається позбавленою смаку. З іншого боку, форма сатири на Папу не сподобалась і головній редакції. Про це вона заявила як на редакційній конференції, так і члену редакції, відповідальному за сторінку. До того ж були оприлюднені три читацькі листи, які також містять різку критику цієї публікації.

Подальші спонукання до дискусії

1. Як Ви оцінюєте заяву редакції?
2. Чи публікації читацьких листів достатньо, аби дистанціюватись від публікації?
3. Які місця з опублікованого вірша Ви вважаєте сумнівними з етичного погляду?
4. Як Ви можете кваліфікувати наведений вище текст з стилістичного боку?
5. Що таке сатира? Обговоріть такі означення.

Sa | ti | re [za'ti:re], die; -, -n: *іронічно-дотепне літературне або художнє зображення, яке через перебільшення, іронію та насмішки критикує осіб чи події, висміює людські недоліки та пороки*: писати сатиру на чи проти істеблїшменту. Синоніми: пародія, насмішка.

Pa | ro | die [pa'ro'di], die: -, Parodien [pa'ro'di:en]: *комічне або сатиричне наслідування або перероблення*: пародія на «Вертера» Гете; дотепна пародія на «Вечірні телевізійні новини»; вдала пародія на популярних політичних діячів. Синонім.: насмішка.

Per | si | flage [perzi'fla:Ze], die -, -n: *дотепне висміювання через перебільшене наслідування*: ця вистава є вдалим висміювання звичаїв наших політичних діячів: Синонім: пародія.

Джерело: Duden. Das Bedeutungswörterbuch. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Mannheim 2002, S. 676, 681, 752.

6. Чи сатира має право на все? — Прочитайте у зв'язку з цим фрагменти зі статті Курта Тухольського «Що дозволено сатири?», написаної 1919 року:

«Сатира здається дуже негативною річчю. Вона каже: «Ні!» Сатира, яка закликає до взяття позики на ведення війни, не є такою. Сатира кусає, сміється, свистить та б'є у великий, строкатий ландскнехтський барабан, виступаючи проти усього застиглого та інертного. Сатира — річ дуже позитивна. Ніде безхарактерна особа не викazuje себе швидше, ніж тут, ніде не виявляється ясніше, хто цей безсовісний блазень, котрий сьогодні нападає на одного, а завтра — на іншого.

Сатирик — це образений ідеаліст: він хоче, щоб світ був гарним, але світ поганий, отже, він атакує зло. Сатира митця, який має характер та бореться заради добра, не заслуговує на оцю бюргерську неповагу та на обурене пирхання, з якими у цій країні відмахуються від мистецтва. [...]

Чи перебільшує сатира? Сатира повинна перебільшувати та за своєю найглибшою суттю вона несправедлива. Вона роздмухує істину, щоб та стала виразнішою; сатира не може діяти інакше, ніж згідно з біблійним висловом: праведники страждають через неправедних. [...] Що дозволено сатири? Все».

Джерело: Kurt Tucholsky: *Gesammelte Werke Band 2. 1919 – 1920.* Reinbek 1985, S. 42 – 44.

Ключ до розв'язання див. на стор. 151.

*

Ключі до розв'язання

А) Повідомлення про самогубства

[Два трупи на залізничних коліях]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що порушення статей 8 та 11 Пресового кодексу немає. На думку Комітету з розгляду скарг, подання інформації було виправдане, адже протягом трьох годин на одному відрізку залізниці сталося два самогубства. За своїм змістом кореспонденція об'єктивно відтворює обставини обох самогубств і в ній дотримано необхідної стриманості. Докладніших обставин не згадано. З огляду на фотографію, Комітет дійшов висновку, що її публікація не мала надмірно сенсаційного характеру. Хоча на світлині можна розрізнити накритий труп, але не настільки детально, щоб фотографію варто було оцінити як неадекватну. Водночас, на думку Комітету, не було потреби публікувати подібну світлинку. Вона не сприяла кращому розумінню описаних фактів. До того ж, з етичного погляду принаймні сумнівно, чи обов'язково ілюструвати статтю про самогубства.

Б) Точні дані про місце злочину

[Убивство у розділі місцевих новин]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує заувагу редакції газети. Він вважає, що подібний спосіб подання новин становить порушення статті 8 Пресового кодексу. Вирішуючи чи публікувати фотографії будинку та точну адресу, треба було врахувати таку проблему: чи був щодо цього наявний громадський інтерес, і чи мав він пріоритет перед приватним життям та інтимною сферою родини, що в ньому мешкає. У цьому випадку Комітет з розгляду скарг доходить висновку, що наведення точної адреси не виправдане наявністю громадського інтересу. Це стосується також і ситуації, коли люди, які фігурують у справі, є публічними особами та викликають інтерес громадськості. Навіть тоді наведення точної адреси не мало б принципового значення для формування громадської думки, тому після зважування згаданих інтересів від цього слід було відмовитись.

В) Наведення прізвищ місцевих знаменитостей

[Нещасний випадок на автомагістралі]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та виголошує зауваги редакції газети. На його думку, публікація становить порушення статті 8 Пресового кодексу. Комітет критикує редакцію за наведення у матеріалі фотографії учасника аварії та розголошення його прізви-

ща та місця проживання. Не був наявний інформаційний інтерес громадськості, який у цьому конкретному випадку міг би переважати над особистими правами відповідної особи. Тому, як вважає Комітет, слід було вдатись до знеособлення. Однак Комітет не встановив порушення журналістського обов'язку щодо добросовісності через наведення слів «чоловік у стані сп'яніння». Це твердження спирається на прес-реліз поліції, в якому йдеться про те, що у зазначений час був помічений пішоход, який в «очевидному стані сп'яніння» переходив через розділову смугу автомагістралі. Тому з цього боку до кореспонденції нема жодної претензії.

Г) Забезпечувати анонімність?

[Захист для студентки]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що тут нема порушення особистих прав, що закріплено у статті 8 Пресового кодексу. Після жвавого обговорення Комітет вирішив, що публікація, яка дозволяє ідентифікувати особу, не дає підстав для закидів, оскільки жінку, про яку йде мова, можна розглядати відносно як відносно особу сучасної історії. У рамках акції «Школа без расизму» вона, як засвідчує світлина, вже опинялась у центрі уваги громадськості. Звичайно, у статті її можна було б знеособити, проте щодо цього не було обов'язку, пов'язаного з пресовою етикою. Як зазначила редакція у своєму висловлюванні, після тривалого розмірковування вона свідомо навела прізвище, оскільки це було необхідно для забезпечення достовірності та правдивості матеріалу. У цьому зв'язку Комітет також погоджується з аргументами, згідно з якими молода жінка нічого б не виграла, якби приховувала своє ім'я. Навпаки, знеособлення могло б посилити зловтиху у неонацистських колах. Цю думку редакції Комітет сприймає позитивно, хоча прізвище все ж таки не обов'язково було називати. Те саме стосується публікації фотографії.

§ Нотатка з юридичної практики

Світлини абсолютних і відносних осіб сучасної історії

Взагалі світлини можна поширювати лише за згоди сфотографованої особи. У випадку сумнівів згоду можна вважати наданою, якщо особа отримала плату за те, що її сфотографували.

Без згоди відповідних осіб їхні фотографії можна поширювати тільки у таких випадках:

- 1) фотографії з царини сучасної історії;
- 2) фотографії, на яких особи присутні лише як додаток до ландшафту чи зображення якоїсь місцевості;
- 3) фотографії, зроблені під час зборів чи демонстрацій.

До зображень осіб належать не лише світлини, а й малюнки та інші зображення, на яких можна впізнати відповідну особу. Зображеннями з царини сучасної історії є — зазначмо дуже коротко — фотографії абсолютних або відносних осіб сучасної історії, тобто людей, які завдяки своїй діяльності, походженню чи здібностям або навіть через свою участь у якійсь особливій події вирізнялись з маси краян.

Абсолютними особами сучасної історії є «бронзові скульптури» та «гіпсові бюсти», як їх зараз фамільярно називають, або, якщо говорити мовою юристів, особи, які завдяки своїй політичній чи суспільній позиції або ж завдяки надзвичайним особистим досягненням — як у позитивному, так і в негативному плані — вирізняються з маси своїх сучасників і тому постійно перебувають у центрі уваги громадськості. До них належать провідні політики, знамениті науковці, спортсмени, митці, актори, підприємці, винахідники, а також представники владних князівських домів.

До відносних осіб сучасної історії належать «метеорити» на медійному небі, які привертають до себе увагу громадськості лише на короткий час та лише у зв'язку з певною подією або внаслідок своїх стосунків з особою публічного життя. Чи хтось є відносною особою сучасної історії, встановлюють суди після ретельного зважування усіх обставин кожного окремого випадку. Про відносні особи сучасної історії взагалі можна повідомляти лише за наявності предметного, просторового та часового зв'язку з подією сучасної історії. До таких людей належать учасники сенсаційних процесів з кримінальних справ та родичі абсолютних осіб сучасної історії.

Рекомендовано бути стриманими у повідомленнях про дітей особистостей публічного життя та про жертв злочинів.

Як додаток до ландшафтів та інших світлин осіб розглядають лише тоді, коли вони не перебувають на передньому плані, а були сфотографовані лише скраю та відіграють підпорядковану роль у композиції фотографії. Фотографії зборів і демонстрацій можна друкувати без згоди знятих людей лише у тому разі, якщо це не є світлини великим планом окремих осіб, котрих, наприклад, вихоплюють з маси учасників за допомогою телеоб'єктива.

В інших аспектах кореспонденції, які уможливають ідентифікацію, допустимі лише про людей, які належать до царини сучасної історії, або ж з дозволу відповідних осіб. Навіть якщо повідомлення, що уможливорює ідентифікацію, є взагалі допустимим, все одно тут не все дозволено. Так, публікація приватної адреси становить, зазвичай, порушення її приватної сфери, навіть якщо її адреса наведена в адресній чи телефонній книзі.

Д-р Гаральд Віггенгорн, адвокат, Гамбург

Г) Згадування назв хвороб [Спекуляції щодо місцевої політичної діячки]

Норма 8.4 – Захворювання

Тілесні та психічні захворювання чи каліцтва загалом належать до таємної сфери відповідної особи. З огляду на неї та її близьких, преса повинна у подібних випадках відмовлятися від наведення імені та світлин, а також уникати зневажливих означень хвороби або медичного закладу, навіть якщо вони трапляються у повсякденній мові. Особи сучасної історії користуються захистом проти дискримінаційних викриттів і після своєї смерті.

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та висловлює заувагу редакції газети. На його думку, внаслідок публікації статті газета порушила статтю 8 Пресового кодексу у поєднанні з нормою 8.4. Комітет визначає, що хоча в цьому конкретному випадку вона й відповідала публічному інтересові, оскільки скаржниця намагалася отримати мандат на діяльність у публічній владі, однак не було потреби настільки детально розглядати її хворобу, як це зробили. Як вважає Комітет, в описі картини захворювання доцільно було б обмежитись наведенням найнеобхідніших відомостей. Наприклад, вистачило б короткої згадки про «душевну хворобу», щоб пояснити читачеві сутність дискусії всередині партії навколо кандидатури скаржниці. Деталізовані дані, такі як «маячня» або «параноїчний психоз», не були необхідні для представлення читачеві усіх фактичних обставин. З цієї причини розголошення таких подробиць становило порушення особистих прав скаржниці.

Про означення «осіб сучасної історії» (або «публічних людей») див. також ключ до розв'язання практичного прикладу Г) у цьому розділі.

§ Нотатка з юридичної практики

У яких випадках можна повідомляти про захворювання?

Хвороби та проблеми зі здоров'ям належать до приватної сфери, на захист якої можуть посылатись також особистості сучасної історії. Тому засоби масової інформації, зазвичай, не мають права про них повідомляти. Звісно, все залежить від обставин конкретного випадку, але загалом чинна засада: якщо захворіли успішна спортсменка, відомий актор, впливовий бізнесмен або знаменита художниця, то й вони, як правило, не мусять страждати від публікацій про це.

Інакше виглядає справа, якщо захворіла або має проблеми зі здоров'ям особа, котра прагне обійняти публічну посаду або вже обіймає її: той,

хто змагається за посаду федерального президента або міністра, мусить погодитись з тим, що преса правдиво повідомить про два інфаркти, які він пережив. Адже така інформація стосується працездатності кандидата і через це — його придатності обіймати таку посаду.

Д-р Гаральд Віггенгорн, адвокат, Гамбург

Д) Різкі висловлювання щодо хворих [Зображення хворої на епілепсію]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що порушення статті 1 Пресового кодексу нема. На думку Комітету, стаття є портретом, в якому, щоправда, використано дуже різкі вирази, однак не принижено гідність дівчини, про яку йде мова. Авторка лише надзвичайно реалістично змальовує життя та поведінку хворої. Вона зображує труднощі, які переживає мати, доглядаючи свою дитину, та намагається пробудити розуміння не лише стосовно дитини, а й її матері. Вже заголовок статті, оформлений як відбиток печатки, засвідчує, що авторка не мала наміру принизити гідність дівчини, а хотіла розкритикувати стереотипи, якими суспільство часто послуговується у поведженні з людьми з обмеженими можливостями.

Е) Образа в коментарі? [Поразка мера на виборах]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що порушення статті 9 Пресового кодексу нема. Як вважає Комітет, коментар є допустимим висловленням думки, що забезпечується принципово гарантованим захистом свободи висловлення думок. Щоправда, обрані формулювання мають надзвичайно критичний характер, проте не перетинають межі від образливих для гідності тверджень.

Є) Образа у короткому іронічному коментарі? [Штойбер/нацисти]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує щоденній газеті публічну догану. Він вважає, що газета порушила статтю 9 Пресового кодексу, надрукувавши цей матеріал. На думку Комітету, ображено честь голови ХСС, оскільки, критикуючи міграційну політику ХСС, редакція згадала солдатські штани, чоботи та селекційну платформу й через це безпосередньо поставила політика в один контекст з організованими масовими вбивствами у Третньому Рейху. На думку Комітету, газета зайшла надто далеко. Сатира також має свої межі: там, де ображають особисту честь людини.

Ж) Людська гідність під вогнем сатири? [Вірш про вбивство Папи Римського]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. Комітет дотримується думки, що публікація газети є порушенням статті 1 Пресового кодексу. У своєму висловлюванні головна редакція газети звертає увагу на те, що матеріал був надрукований на сторінці сатири та що особистості публічного життя — чи то з релігійної, чи політичної сфери — мусять примирятись з ущипливою іронією, яку вони самі та інші особи сприймають як «іронію без смаку». Загалом Комітет цілком розуміє подібну аргументацію. Адже часто лише стилістичні засоби сатири дозволяють завдяки перебільшенню висловити таку критику на адресу чогось чи когось, що в ній повністю би розкривалася абсурдність певних процесів або явищ, недоліки певної особи. Однак у цьому випадку, на думку Комітету, газета очевидно вийшла за межі свободи сатири. Незалежно від того, з якими намірами автор зобразив десять способів убити Папу Римського, використання псевдоніма «Алі Агджа» та змалювання «способу вбивства: куля до дванадцятипалої кишки» створюють безпосередній зв'язок з дійсним замахом на колишнього очільника католицької церкви, Папу Римського Івана Павла II. Як вважає Комітет з розгляду скарг, це тяжка образа людської гідності особи, щодо якої був скоєний злочин, і водночас порушення статті 1 Пресового кодексу. Адже навіть при використанні засобів сатири Папа Римський — поряд з його функцією очільника католицької церкви — завжди залишається людиною. Суто ігрове поводження (з розважальною метою) з реальними стражданнями цієї особи ображає її гідність. У своєму висловлюванні редакція повідомляє, що вона вже висловила своє незадоволення відповідальному членові редакції у зв'язку з цим матеріалом. Комітет Німецької пресової ради з розгляду скарг позитивно сприймає такий факт. Попри це, Комітет вважає порушення Публіцистичних засад настільки тяжким, що обирає захід — висловлення публічної догани.

2.4. Ставлення до меншин і релігійних переконань

Захист прав меншин та релігійних переконань належить до невіднятних прав людини, гарантованих Основним Законом. Ці основні права обов'язкові не лише для законодавчої та виконавчої влади, правосуддя; вони становлять також важливі критерії для журналістської праці. Згідно з Основним Законом, усі люди рівні, жінки та чоловіки мають рівні права, нікому не може бути завдана шкода за ознаками статі, походження, раси, релігійних чи політичних поглядів або внаслідок обмежених можливостей (стаття 3 Основного Закону). Окрім цього, Конституція Німеччини захищає свободу віри, совісті, релігійних і світоглядних переконань (стаття 4 Основного Закону). Завдання шкоди релігійним почуттям і дискримінація суспільних меншин постійно становлять предмет скарг, які подають до Пресової ради.

*

А) Позначення людей з обмеженими можливостями як недоумкуватих [Дозволений стилістичний засіб чи дискримінація?]

Друзі, де ви?

[...] Він опікувався чотирма людьми з тяжкими психічними розладами, усім близько тридцяти. Цю посаду він ділить з Р.[...], своєю партнеркою у роботі та й взагалі в житті.

В.[...] віддає багато сил роботі зі своїми недоумкуватими та, однак, знає, що поступу не доб'ється. «Це наша група для смітника», — каже В.[...]. Без сарказму неможливо. Напередодні С.[...] тричі наробила у штани. Після цього В.[...] був змушений помити її під душем, а це справжня мука, бо вона кричить, б'ється та кусається. «Огідно прибирати нечистоти», — каже він. «До цього не звикнеш за всі ці роки». Коли він увечері повертається додому, він готовий. Останнім часом він часто думає про те, щоб зайнятись чимось іншим, разом з Р.[...] відкрити ресторан чи ганяти через перевали туристів на гірських велосипедах.[...]

Практичний приклад

Під заголовком «Друзі, де ви?» в газеті виходить репортаж одного журналіста про його колишніх однокласників. Серед інших про свою роботу розповідає однокласник В. Він опікується чотирма людьми з психічними розладами. У репортажі є такі фрази: «В. віддає багато сил роботі зі своїми недоумкуватими та однак знає, що поступу не доб'ється. Це наша група для смітника», — каже В.» Одна з читачок вважає статтю дискримінаційною та запитує, чому редакція так некритично поставилась до висловів особи, яка давала інтерв'ю. Вирази В. не марковані як такі і тому їх сприймають як нейтральний опис ситуації зовнішнім спостеріга-

чем. На думку скаржниці, це призводить до зневажливого зображення людей з психічними захворюваннями.

Висловлювання редакції

Редакції шкода, що внаслідок редакційного опрацювання та скорочення тексту репортажу виникає хибне враження. Редакція відповіла на всі читацькі листи, які надійшли з приводу репортажу, та видрукувала декілька критичних відгуків. Була опублікована також думка самого чоловіка, якого цитували у статті. Від себе редакція додала: «Ми шкодуємо, що внаслідок скорочення тексту виникло хибне враження». Окрім цього, автор репортажу написав листа начальникові чоловіка та вибачився за наведені вирази. Головна редакція шкодує, що виникло негативне враження, та у майбутньому уважніше стежитиме за тим, щоб подібні фрази, які викликають непорозуміння, не публікувати.

Спонування до дискусії

1. Чи Ви бачите підстави, щоб говорити про дискримінаційне зображення людей з психічними вадами?
2. Як Ви оцінюєте вираз «група для смітника»?
3. Оцініть слово «недоумкуваті» як стилістичний засіб. Яку роль воно відіграє у репортажі, що було б втрачене без нього?
4. Як Ви оцінюєте реакцію редакції?

Ключ до розв'язання див. на стор. 161.

*

Б) Правопорушення, скоєні іноземцями [Згадувати про походження порушників?]

Практичний приклад

Протягом двох днів газета вміщує дві статті: «Кривавий злочин: смертельний удар у серце» та «Смертельні удари: підозрюваний сидить у СІЗО», повідомляючи про вбивство. У підзаголовку написано: «Турки били німців. Тесля (...) хотів

допомогти — і загинув». Наступного дня вжито фразу: «Турок (17 років) переховується у притулку для мігрантів». Статті ілюстровано світлинами. На одній з них показано, як підозрюваних у вчиненні злочину виводять, підпис: «Турки сховались на горищі будинку». У статтях підозрюваних називають тільки «турками» та подають дані щодо їхнього віку. Як вважає скаржник, у матеріалах чітко зазначено, що злочинцями були турки, які побили німців. У подальшому тексті наведено прізвище жертви, тоді як злочинці залишаються без імен. На думку скаржника, не було об'єктивної потреби звертати увагу в повідомленні, незалежно від змісту, на національність, тим більше так наголошувати на ній. Національність не має нічого спільного з діяннями окремих людей та не становить їхню причину. Отже, матеріали закріплюють попередню сформовану думку та мають дискримінаційний ефект.

Висловлювання редакції

Головна редакція газети відкидає звинувачення. Щодо цього випадку серед населення знялася хвиля занепокоєння через убивство юнака злочинцями-турками. При цьому жертва продемонструвала саме те, що останнім часом справедливо вимагали: громадянську мужність проти брутальних забіяк. Газета вважала своїм обов'язком давати правдиву інформацію. При цьому вона не підкладала дров до багаття. У статтях чітко наголошено, що мова йде про окремих злочинців. «Те чи інше місце у тексті, можливо, не надто вдало сформульоване, що пов'язано з невтихомирним бажанням спрощувати», не можна інтерпретувати ізольовано. Доповнюючи свою заяву, головний редактор, окрім цього, визнає, що «підзаголовок становив спрощення, зумовлене формальними причинами, але я міг би уявити його собі вдалішим і позбавленим підстав для непорозумінь». Водночас підзаголовок, щодо якого висувують претензії, у жодному разі не робили з наміром домогтися поляризації. Зазначення громадянства, з іншого боку, є часто вживаним способом, який сам по собі не свідчить про наявність наміру дискримінувати.

Спонування до дискусії

1. Чи подання національності при повідомленні про злочини становить необхідну інформацію?
2. Наскільки потрібною у цьому тексті була інформація про те, що «Турки били німців»?
3. Прочитайте наведену нижче думку Йоста Шпрінгенсгута та обговоріть аргументи «за» та «проти» згадування етнічної належності.

Норма 12.1 – Повідомлення про злочини

У повідомленнях про злочини належність підозрюваних до певних релігійних, етнічних та інших меншин згадують лише у тому разі, якщо існують обґрунтовані обставини, необхідні для розуміння предмета повідомлення.

Особливо слід зважати на те, що таке згадування може викликати передсуди стосовно груп, які потребують захисту.

! Підказка з редакційного повсякдення !!!

Усім громадянам має бути зрозуміло, що нікого не можна піддавати дискримінації через його стать чи походження. Окрім цього, преса повинна дотримуватись як найвищої настанови статті 1 Публіцистичних засад, згідно з якою правда та забезпечення людської гідності мають бути пріоритетом при опублікуванні. Можливо, це вимагає підпорядкування статті 12, зрозуміло, при зважуванні кожного окремого випадку.

Редакції повинні мати простір для ухвалення рішень щодо повідомлень, рішень, які залежать від кожного окремого випадку, до того ж без жодних ідеологічних застережень. У кореспонденціях про злочини та судові процеси слід обов'язково подавати відомості про контекст. Гарячкове обминання фактів викликає недовіру читачів. Розповідь про соціальне оточення учасників справи може стати необхідною, щоб витлумачити відтворену поведінку в певному контексті, — наприклад, коли йдеться про конфлікти між кримінальними угрупованнями, зокрема, у сфері торгівлі наркотиками. Головною умовою відповідального та чутливого опрацювання матеріалу залишається уникнення загальних оцінок та кліше.

Водночас, з іншого боку, зловживають статтею 12 у тих випадках, коли всі вказівки щодо походження осіб систематично стають предметом масових скарг, які подають до Пресової ради без урахування їхньої журналістської відповідності.

Йост Шпрінгенсгут, головний редактор газети «Кельніше рундшау /Бонер рундшау»

Ключ до розв'язання див. на стор. 161.

*

В) Етнічні меншини **[Циганські діти йдуть красти]**

Практичний приклад

Регіональна газета опублікувала повідомлення «Дитяча ватага зламує автомобіль». Газета розповідає про злам машини та пише: «Знову неприємності через циган: поліціант, котрий у свій вільний час був у дорозі, вчора вдень спіймав на гарячому дитячу зграю [...]». Центральна рада німецьких сінті та ромів вбачає у статті порушення статті 12 Пресового кодексу, а також норми 12.1. Зазначення меншин потрібне для розуміння повідомлюваної події, та породжує передсуди.

Висловлювання редакції

Головна редакція газети вважає скаргу необґрунтованою. Речі треба називати своїми іменами і не вдаватись до поширених описових означень на зразок «група населення, яка звичайно подорожує». Редакція звертає увагу на те, що вказівка щодо належності осіб, учасників події, була необхідною для розуміння описаних обставин, а публікація у жодному разі не є публічним засудженням усіх сінті та ромів. Окрім цього, спостережено зростання кількості крадіжок, які скоїли особи, що належать до сінті та ромів.

Спонування до дискусії

1. Чи для розуміння перебігу подій важливий той факт, що крадіями були роми? Прочитайте «Підказку» на стор. 155.
2. Як Ви оцінюєте заголовок та першу фразу, враховуючи наступну норму?

Стаття 12

Нікого не можна піддавати дискримінації за ознаками статі чи належності до певної расової, етнічної, релігійної, соціальної або національної групи.

Ключ до розв'язання див. на стор. 161.

Г) Глузливий заголовок?
[Судове рішення щодо розп'яття]

Практичний приклад

Рішення Федерального конституційного суду, згідно з яким порушенням захищеної Основним Законом свободи релігійних переконань є той факт, що у класах баварських початкових і середніх шкіл обов'язково мають висіти хрести,

дало привід щоденній газеті вмістити сенсаційну новину. Під заголовком «Розп'яття! Баварія без Балькензеппа» (*простонародне означення розп'ятого Христа, букв.: «Зепп, що висить на хресті».* — *Прим. перекл.*) вона повідомляє про першу реакцію на судове рішення. Зокрема, наведено погляди провідних політиків ХСС, реакцію пресслужби аугсбурзького єпископату, а також думку одного з кінематографістів. Скаржник засуджує заголовок статті. Особливо те, що Сина Божого названо «Балькензеппом», а це становить тяжку образу релігійних почуттів.

Спонування до дискусії

1. Яке враження заголовок викликав у Вас?
2. Як Ви вважаєте, чи простонародне слово «Балькензепп» є глузливим виразом, що ображає християнську віру?

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що таким заголовком вона не хотіла образити релігійні почуття. Для інформації вона додає статтю, з якої випливає, що у цій справі було припинене провадження проти газети-відповідача. У статті наведено рішення прокуратури про те, що вжитий вираз «можливо, й становить перебільшене сатиричне означення розп'яття», але не спрямований проти змісту релігійних переконань.

Ключ до розв'язання див. на стор. 162.

Г) Наведення релігійних образів [Відтворена таємна вечеря]

Практичний приклад

Під заголовком «Новорічна вечірка: все з інтернету» газета публікує відтворену сцену останньої вечері Христа, до якої додано зображення напівоголених моделей. Світлина супроводжена вказівками на різні веб-сторінки з пропозиціями послуг і виробів. Один з читачів вважає це відтворення таємної вечері блюзнірським і порнографічним, що ображає його віру та його релігійні почуття.

Спонування до дискусії

1. Як Ви оцінюєте ідею зображення?
2. Які є аргументи проти подібного «очуднення» знаменитої картини Леонардо да Вінчі?
3. Якою мірою світлина може образити релігійні почуття християн?
4. Порівняйте цю справу з попередньою. Чи бачите Ви відмінності в оцінюванні зображень?

Висловлювання редакції

Юридичний відділ видавництва повідомляє, що зображення слід розглядати як інтерпретацію релігійної теми, яка відповідає засадам свободи думки та мистецтва. З огляду на творчу свободу фотографа та на свободу думки преси, до світлини не можуть бути висунуті претензії. Блюзнірське відтворення умисно спрямоване на те, щоб образити релігійні почуття читачів і глядачів. Однак подібних нищих намірів і мотивів не було ані з

боку митця, ані з боку редакції. У жодному разі світлина не є порнографічною, адже розглядати її як таку можна лише у тому разі, якщо вона очевидно груба та своїм змістом збуджує сексуальні дії.

☑ Ключ до розв'язання див. на стор. 162.

*

Д) Коментування релігійних змістів [Алах у жартівливому віршику]

Практичний приклад

Щоденна газета повідомила про один індійський штат, де на телебачення поклали відповідальність за нищівний землетрус, що стався два тижні тому. Ісламська рада Федеративної Республіки Німеччина вбачає у публікації паплюження мусульманства та образу релігійних почуттів усіх мусульман. На його думку, стаття висміює та ображає Аллаха.

Мулли стають дедалі розумнішими

До землетрусу в Індії спричинилось телебачення

АХМАДАБАД / ІНДІЯ. Досі ми завжди вважали, що християни найрозумніші люди у світі, але тепер виявляється, що ними є мусульмани. В індійському штаті Гуджарат мусульмани покладають на телебачення відповідальність за нищівний землетрус, що стався два тижні тому. У вівторок вони покидали сотні телевізорів з дахів або порозбивали їх залізними прутами. Лише у місті Сурат розбили майже 400 приладів. Один ісламський клерикал заявив там, що телебачення отруїло думки людей та розгнівало Аллаха, а це й стало причиною землетрусу. Тоді як ми в своїй розумово інертній Європі повністю недооцінюємо духовний вплив передач каналів «Арте», АРД та ЦДФ, розумний мулла давно знає: Аллах великий, Аллах могутній, його сідниця має розмір три метри шістдесят (останні рядки римовані та звучать як віршик – Прим. перекл.).

Спонування до дискусії

1. Яке враження справила на Вас остання фраза?
2. Чи відома Вам розкритикована фраза як жартівливий віршик?
3. Чи здається Вам, що мусульмани можуть сприйняти це як образу своїх релігійних почуттів? Врахуйте при цьому образ Бога в ісламі. Бога усвідомлюють як єдиного, всемогутнього та всезнаючого, без волі якого не відбувається нічого.

Висловлювання редакції

Головна редакція газети повідомляє, що піддана критиці фраза є дитячим віршиком та існує у багатьох варіантах. Ці версії пов'язані з традицією так званих священницьких віршів, дотепність яких полягає у тому,

що релігійні постаті вміщено у несподіваний, переважно сексуальний контекст. Подібні жартівливі вірші виконували функцію громовідводу, підкопуючись під владу релігії та доводячи до смішного її примусовий характер. Надрукований у зв'язку з землетрусом вірш має продемонструвати: якщо хтось виявляє подібну інфантильну реакцію на стихійне лихо, то наслідки таких релігійних дій слід викривати за допомогою по-дитячому дурних комічних способів. Аби комізм мав викривальний характер, треба порушувати правила. Передусім правила, які нібито встановила вища влада, що за її дорученням релігійні лідери прагнуть щось забирати в інших людей чи щось забороняти їм.

Ключ до розв'язання див. на стор. 162.

*

Ключі до розв'язання

А) Позначення людей з обмеженими можливостями

як недоумкуватих

[Дозволений стилістичний засіб або дискримінація?]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та виголошує заувагу. На його думку, стаття містить образу людської гідності, згідно зі статтею 1 Пресового кодексу. Фраза: «В. віддає багато сил роботі зі своїми недоумкуватими та однак знає, що поступу не доб'ється», як здається Комітету з розгляду скарг, була б допустимою лише у вигляді цитати від імені певної особи. Однак в опублікованій версії ці слова звучать від імені редакції. Внаслідок цього з царини очевидно суб'єктивної позиції вони перенесені на об'єктивніший рівень дистанційованої редакційної оцінки. Вживання слова «недоумкувати» як синонім до «людей з психічними вадами» суперечить принципів поваги до людської гідності, як це визначено у Пресовому кодексі (стаття 1).

Б) Правопорушення, скоєні іноземцями

[Згадувати про походження порушників?]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та оголошує газеті заувагу. Оцінюючи статтю, він застосував статтю 12 Пресового кодексу. Для конкретизації, згідно з нормою 12.1, рекомендовано при повідомленнях про злочини наводити належність підозрюваних чи злочинців до етнічних або інших меншин лише у тому разі, якщо це має об'єктивне значення для розуміння описаної події та може бути обґрунтоване. На думку Пресової ради, у цій справі нема такого значення, яке виправдовувало б те, що злочинця назвали «турком». Підзаголовок «Турки побили німців» створює, як вважають члени Комітету, протиставлення осіб, які належать до різних національностей. На думку Комітету, цей вираз має дискримінаційний характер у розумінні статті 12 Пресового кодексу.

В) Етнічні меншини

[Циганські діти йдуть красти]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. У публікації він вбачає порушення статті 12 у поєднанні з нормою 12.1 Пресового кодексу. На думку Комітету, у цьому контексті не було приводу будувати матеріал в узагальненій формі. Особливо це стосується дуже загального вислову «Знов неприємності через циган», який уможливорює дискримінацію усіх належних до синті та ромів. Окрім цього, злам автомобіля не становить кримінальної події, якій слід приділяти особливу вагу.

Г) Глузливий заголовок? [Судове рішення щодо розп'яття]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та висловлює газеті своє незадоволення. На його переконання, своєю статтею газета порушила статтю 10 Пресового кодексу. Комітет не знаходить сатиричного змісту в заголовку «Розп'яття! Баварія без Балькензеппа». З огляду на оформлення, тут теж редакція не дистанціюється. На думку Комітету, слово «Балькензепп» віддає хрест як головний символ християнської віри на поталу насмішці й тому може відчутно вразити релігійні почуття християн за формою та змістом.

Стаття 10

Публікації текстів і зображень, які можуть відчутно вразити моральні або релігійні почуття певної групи осіб за формою та змістом, несумісні з відповідальністю преси.

Г) Наведення релігійних образів [Відтворена таємна вечеря]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що тут нема порушення статті 10 Пресового кодексу. На думку Комітету, фотографія не може суттєво образити релігійні почуття певної групи осіб. Тільки той факт, що сцена відтворена з залученням напівоголених жінок-моделей, не дає підстав говорити про блюзнірське чи порнографічне зображення.

Д) Коментування релігійних змістів [Аллах у жартівливому віршику]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті заувагу. Він вважає, що публікація матеріалу була порушенням статті 10 Пресового кодексу. Комітет піддає критиці вміщені у дописі слова: «Аллах великий, Аллах могутній, його сідниця має розмір три метри шістдесят». На його думку, вони можуть образити релігійні почуття усіх мусульман. Щоправда, Комітет визнає виправданим намір редакції у сатиричній формі піддати критиці тих, хто оголошує телебачення відповідальним за землетрус. Проте, на думку Комітету, ця критика далеко вийшла за припустимі межі та ображає релігійні почуття мусульман.

2.5. У суді

Злочини та судові провадження часто належать до сенсаційних подій, про які мають повідомляти газети. Читачі розділів місцевих новин особливо активно цікавляться випадками, що відбуваються в їхньому оточенні та можуть стати предметами судового розгляду. Однак і великі судові процеси, такі як процес колишнього президента Сербії Слободана Мілошевича у Міжнародному трибуналі щодо колишньої Югославії у Гаазі, є дуже важливими темами для журналістів. Проте у жодному разі преса не має права через свої повідомлення оголошувати підозрюваних злочинцями. У зв'язку з позбавленням волі в Основному Законі мова йде про осіб, «тимчасово затриманих *за підозрою* у кримінально-караному діянні» (стаття 104, частина 3), а не про злочинців. Окрім цього, учасників провадження не можна у неналежний спосіб робити центральними фігурами подій, що відбуваються, наприклад, свідків і жертв. У наведених нижче нормах Пресового кодексу з цього приводу містяться докладні інструкції:

Норма 13.1 – Передчасне засудження – далі повідомлення

Повідомлення про розслідування справи та її судовий розгляд служать ретельному інформуванню громадськості про злочини, про переслідування злочинців та про судову оцінку злочинів. Поки не виголошено судовий вирок, чинним залишається принцип презумпції безвинності, навіть якщо наявне визнання своєї провини. Навіть якщо особа злочинця очевидна для громадськості, перед виголошенням судового вироку її не можна зображувати як винну в розумінні судового вироку. Матеріали, які містять передчасно засуджувальні висновки та твердження, є порушенням принципу конституційно-правового захисту людської гідності, який без жодного обмеження поширюється і на злочинців. У правовій державі метою журналістських публікацій не може бути додаткове соціальне покарання засуджених за допомогою «медійного ганебного стовпа». Тому в мові газетних повідомлень слід чітко проводити межу між підозрою та доведеною провинною. Якщо преса повідомляла про засудження (яке ще не набрало законної сили) особи, ім'я якої згадували або яку може розпізнати широке коло читачів, то вона повинна інформувати й про виправдувальне рішення, яке набрало законної сили, або про помітне зменшення запитуваної міри покарання, якщо цьому не суперечать законні інтереси відповідної особи. За своїм змістом ця рекомендація поширюється й на припинення розслідування кримінальної справи. Критичні зауваги та коментарі до провадження повинні чітко відрізнятися від повідомлень про судовий процес.

А) Гаданий злочинець [Затавровано підозрюваного]

Практичний приклад

Під заголовком «Він убив Юлію» бульварна газета повідомила про гаданого убивцю восьмирічної Юлії. Стаття ілюстрована фотографією підозрюваного. Скаржниця піддає критиці той факт, що в матеріалі підозрюваного заздальгідь засуджено. До того ж, публікація світлина порушує особисті права чоловіка.

Висловлювання редакції

Юридичний відділ видавництва інформує Пресову раду, що прокурор заявив газеті, що справа вважають розкритою. Саме про це йде мова в матеріалі. Світлина без смужки, що закриває очі, є кадром з телевізійної передачі. Тоді підозрюваний приєднався до дискусії як сусід, який не бере участь у справі. Важко уявити собі ситуацію, коли можливий злочинець спочатку як сусід, котрий не бере участі у справі, виступає перед громадськістю на телебаченні, а потім на основі доказів стає головним підозрюваним. Тому газета відмовилась у своїй публікації від використання смужки. У подальших повідомленнях через кілька днів газета почала використовувати смужку на фотографіях підозрюваного та вести мову про можливого злочинця. Як бачимо, газета стала помітно стриманішою у своїх матеріалах та врегулювала ситуацію у дусі Пресового кодексу.

Норма 8.1 – Наведення імен/фотографій

(1) Наведення імен та фотографій жертв і злочинців у повідомленнях про нещасні випадки, злочини, розслідування та судові процеси (див. також статтю 13 Пресового кодексу), зазвичай, не можна виправдати. Завжди слід зважувати інформаційні інтереси громадськості та особисті права відповідних осіб. Потреба у сенсації не може обґрунтувати інформаційні інтереси громадськості.

(2) Жертви нещасних випадків або злочинів мають право на особливий захист їхніх імен. Для розуміння обставин нещасного випадку або злочину знання ідентичності жертви, як правило, не має значення. Винятком могут бути присутність осіб сучасної історії або особливі супровідні обставини.

(3) Якщо говорити про членів родини та інших непрямо зачеплених публікацією осіб, які не мають стосунку до нещасного випадку чи злочину, то наведення імен і фотографій недопустиме взагалі.

(4) Наведення повного імені та/або фотографії підозрюваного, якого обвинувачують у вчиненні тяжкого злочину, може бути виправдане як виняток, якщо це необхідно для розкриття злочину та вже подано заяву про підписання ордеру на арешт, або якщо злочин був скоєний прилюдно. Якщо є підстави вважати злочинця або підозрюваного неосудним, від наведення імені та фотографії слід відмовитись.

(5) Якщо злочини скоїли неповнолітні, заради майбутнього цих осіб варто відмовитися від наведення імен і фотографій, які дозволяють ідентифікацію, якщо мова не йде про тяжкі злочини.

(6) У випадку посадовців або власників мандатів наведення імен та фотографій може бути допустимим, якщо існує зв'язок між посадою чи мандатом та злочином. Те саме стосується осіб сучасної історії, якщо злочин, в якому їх обвинувачують, суперечить уявленню, яке склалось щодо них у громадськості.

(7) Імена та фотографії зниклих безвісті можуть бути опубліковані, однак лише за погодженням з компетентними органами.

Спонування до дискусії

1. Чи мала право газета друкувати фотографію підозрюваного без смужки, що закриває очі, на тій підставі, що телебачення вже показало цього чоловіка як сусіда, який нібито не бере участі у справі?
2. Чи можна називати підозрюваного злочинцем, якщо прокуратура вже завершила кримінальну справу, однак цю справу ще не розглядав суд?
3. Чи є достатнім знеособлення у вигляді імені та скороченого прізвища?

Ключ до розв'язання див. на стор. 168.

*

Б) Місцеву знаменитість затримано на місці злочину

[Крадіжка, скоєна представницею місцевого самоврядування]

Практичний приклад

Під заголовком «Дружина мера вкрала парфуми» регіональна газета повідомила про жінку, яку детектив універмагу затримав при вчиненні крадіжки. У статті наведено повне ім'я та місце проживання жінки, а також політичну функцію її чоловіка. Окрім цього, жінку названо «представницею громади від СДПН» (*депутатом місцевої ради — Прим. перекл.*). На думку одного з читачів, внаслідок подання докладних відомостей стаття порушує особисті права цієї жінки.

Спонування до дискусії

1. Чи існує зв'язок між посадою, мандатом та злочином, який би виправдовував наведення імені?
2. Що говорить за те, щоб інформувати громадськість про злочини власників публічних мандатів, а що — проти?

Висловлювання редакції

Керівник місцевої редакції звертає увагу на те, що «затримана» є не лише дружиною мера, а й членом представництва громади та головою комісії з питань культури. Тому немає жодних сумнівів у тому, що у подібному випадку можна навести функцію. Є велика різниця між тим, що підозра у вчиненні крадіжки у магазині падає на представницю громади та голову комісії з питань культури, яка, до того ж, є дружиною мера, та тим, що мова йде тільки про крадіжку пляшечки парфумів вартість 27,50 марок. Громадяни мають право очікувати, що на осіб, які обіймають політичні посади, можна покластись у тому сенсі, що вони платять за речі, які хочуть придбати. Якщо вони цього не роблять, то про це слід інформувати громадськість, не в останню чергу заради захисту спільноти. Нарешті редакція визнає, що, напевно, можна було відмовитись від наведення імені, однак не від вказівки на те, що йдеться про представницю громади та дружину мера. Особа, про яку йшлося, тим часом пішла у відставку.

Стаття 13

Повідомлення про розслідування, кримінальні провадження та інші формальні процедури має бути неупередженим. Від початку та протягом усього перебігу таких проваджень преса має уникати преюдиціальних оцінок у текстах і заголовках. Поки не виголошено судові рішення, підозрюваного не можна зображати винним. Без дуже поважних причин про судові рішення не слід повідомляти до їхнього оголошення.

Ключ до розв'язання див. на стор. 168.

**В) Передчасне засудження або повідомлення про підозри?
[Шеф клініки]****Практичний приклад**

У період від вересня 2000 р. до березня 2001 р. регіональна газета у кількох статтях повідомляла про закиди в ухилянні від сплати податків та розтраті, спрямовані проти місцевого політика, який виконує обов'язки керівника клініки. Наведено повне ім'я цього чоловіка. Окрім цього, у статті є така фраза: «В якому обсязі кримінальні боси могли працювати на власну кишеню, засвідчує лише один приклад». Один з читачів вважає, що наведення імені не було виправдане. До того ж він зазначає, що шефа клініки не питали про його думку щодо висунутих закидів, тому в статті він був передчасно засуджений.

Спонування до дискусії

1. Чи повинна була газета запитати цього політика про його ставлення до описаної справи?
2. Чи інформаційні інтереси громадськості щодо висунутих закидів мають пріоритет перед правом цієї особи на захист особистості?
3. Чи є підданий критиці вираз «кримінальні боси» передчасним засудженням?

Висловлювання редакції

Головна редакція газети дотримується думки, що у статті зроблено допустиме повідомлення про підозру. З усієї статті впливає, що в ній відтворено лише той стан інформації, якого прокуратура та поліція досягли у розслідуванні справи. У фразі, підданий критиці, згадується тільки про те, що винні «кримінальні боси». При вживанні слова «бос» загалом мають на увазі людей, які перебувають на високих посадах, тобто тут немає зосередження саме на колишньому фінансовому директорі. Щоправда, читачам дають зрозуміти, що він також міг належати до цих босів, однак це є допустимим повідомленням про підозру.

Ключ до розв'язання див. на стор. 168.

*

Ключі до розв'язання

А) Гаданий злочинець [Затавровано підозрюваного]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та висловлює газеті публічну догану. Комітет дотримується думки, що публікацією статті газета порушила статті 8 та 13 Пресового кодексу. Додатково слід застосовувати статтю 8, речення 1 (див. вище). Окрім цього, у статті 13 (див. вище) зазначено, що повідомлення про незавершені розслідування та судові провадження повинні бути вільні від упередженості. На думку Комітету, було порушене особисте право підозрюваного, оскільки внаслідок наведення його фотографії, імені, скороченого прізвища та віку його можна однозначно ідентифікувати. У цьому конкретному випадку нема інформаційного інтересу громадськості, який би перевищував особисте право особи. Одночасно Комітет з розгляду скарг вбачає тут передчасне засудження, адже у заголовку міститься констатація того факту, що підозрюваний є вбивцею. На момент публікації ця особа була лише підозрюваною у вчиненні злочину, її вина не була доведена, вона не була засуджена. З цієї причини наявне преюдиціальне твердження у розумінні статті 13 Пресового кодексу. Це також становить грубе порушення одного з етичних принципів преси.

Б) Місцеву знаменитість затримано на місці злочину [Крадіжка, скоєна представницею місцевого самоврядування]

Комітет з розгляду скарг відхилив скаргу як необґрунтовану та дійшов висновку, що тут немає порушення особистого права відповідно до статті 8 Пресового кодексу. Щоб оцінити справу передовсім слід як основу застосувати норму 8.1, речення 6. Комітет вважає, що ця жінка як член представницького органу громади та голова комісії з питань культури є місцевою особою сучасної історії і тому наведення її імені виправдане. Ухвалюючи рішення Комітет поділяв аргументацію газети, що особи, які обіймають політичні посади, мають відповідати очікуванню, що вони платять за речі, які хочуть придбати. Якщо це не так, вони повинні враховувати можливість публічної критики на свою адресу.

В) Передчасне засудження або повідомлення про підозру? [Шеф клініки]

Комітет з розгляду скарг вважає скаргу обґрунтованою та висловлює своє незадоволення. Він дотримується думки, що публікацією статті газета порушила статтю 13 Пресового кодексу. Комітет піддає кри-

тиці наявну в матеріалі фразу: «В якому обсязі кримінальні боси могли працювати на власну кишеню, засвідчує лише один приклад». Подібне висловлювання однозначно становить передчасне засудження скаржника, якому на момент публікації не довели вчинення кримінальних діянь. Слова «кримінальні боси» навіюють думку, що закиди нібито справедливі та навіть доведені. Проте на момент виходу статті це було не так, тому Комітет вбачає тут передчасне засудження у розумінні статті 13 Пресового кодексу. Водночас Комітет не встановив порушення особистого права скаржника. Посада керівника клініки зумовлює інтерес громадськості до повідомлень, зокрема з наведенням імені. З цим мусить погодитись скаржник, оскільки у цьому випадку публічний інтерес має пріоритет перед його особистим правом.

2.6. Сенсація та насильство

Драматичні картини нещасних випадків, катастроф і злочинів поширені в усіх засобах масової інформації. Як ніколи раніше, зображення визначає погляд телеглядачів та читачів газет і журналів на події у світі. Зображення глибоко проникають, добре запам'ятовуються та емоційно збуджують, вони стимулюють придбавати різні речі та ілюструють події виразніше, ніж багатослівні тексти. Але де проходить межа допустимого з етичного боку, де зображення лише обслуговують вуаеризм, який виходить за рамки інформаційних потреб читачів? Яку роль при відборі фотографій для публікації відіграють питання особистих прав жертв і захисту дітей та підлітків? Коли необхідна стриманість і коли переважає інтерес громадськості до особливих подій сучасної історії? Зверніть увагу також на розділ 2.5 «У суді».

! Кількість злочинів зменшується, але не у засобах масової інформації

За результатами опитування ТНС Інфратест, понад 80% населення вважають, що за останні десять років рівень злочинності суттєво зріс. В окремих випадках, наприклад, якщо мова йде про квартирні крадіжки, шахрайство чи завдання тяжких тілесних ушкоджень, то опитані бачать тут навіть подвоєння кількості злочинів.

Однак подібні погляди на тенденції розвитку злочинності, основані на відчуттях, значно перебільшують справжні її масштаби. У середньому рівень злочинності навіть дещо знизився. Кількість квартирних крадіжок скоротилась на 40 відсотків, убивств на сексуальному ґрунті — на 60 відсотків, лише щодо шахрайства та тяжких тілесних ушкоджень наявне зростання. Замість того, щоб приділяти увагу реальним проблемам читацького загалу та інформувати про особливо характерні злочини (грабіж, шахрайство, крадіжки), засоби масової інформації уперто накидаються на сенсаційні окремі справи, пов'язані зі зґвалтуванням чи вбивством. Згідно з законами засобів масової інформації щодо привернення уваги, гвалтівники та вбивці є бажаними «підвищувачами квот». Це стосується як бульварної преси, так і серйозних ЗМІ.

Роланд Шатц, відповідальний редактор «Дослідницької доповіді» видання «Медіен Тенор» (див. також «Медіен Тенор» № 143, квітень 2004 р.)

А) Вуаєризм або документація? [Фотографія 11 вересня]

Стаття 11

Преса відмовляється від неадекватного сенсаційного зображення насильства та брутальності. У повідомленнях слід враховувати захист дітей і молоді.

Практичний приклад

Загальнонаціональна газета надрукувала фотографію людини, яка вистрибнула з вікна Центру світової торгівлі у Нью-Йорку. Один з читачів вважає, що світлина не має документального характеру. Вона не служить інформуванню читачів, а лише очевидно задовольняє жагу сенсацій, це вуаєризм, що зневажає людей. Внаслідок цього газета порушує норму 11, особливо норми 11.1 та 11.3 Пресового кодексу. До того ж, скаржник вбачає тут також порушення особистого права, оскільки можлива ідентифікація особи, що падає.

Висловлювання редакції

Керівництво літературного відділу повідомляє Пресову раду, що, на його думку, світлина має однозначний документальний зміст. Фотографія унаочнює, що внаслідок терористичного нападу не тільки було вражено та зруйновано будинок – символ міста, а й були вбиті люди або їх змусили іти на смерть. Тому знімок передає справжню нелюдяність нападу. Для газети було важливо перекреслити ефект мимовільної, але підсвідомої візуальної ілюзії, що тут йдеться передовсім про атаку на будинок чи символ міста. Замість цього ми прагнули звернути увагу на увесь жах людської катастрофи. Тому фотографія може увійти до галереї визначних документальних знімків в історії фотографії, які зафіксували найстрашніші моменти позбавлення людини життя, що має відбутись або вже безпосередньо відбувається. Світлина відтворює історичну подію, оскільки жертви терористичного нападу, які кидаються униз, стали складовою частиною громадсько-історичної пам'яті. Газета дотримується думки, що індивіду-

альну ідентичність людини, що летить униз, неможливо розпізнати. Тут зображена безіменна жертва терористичного акту. Отже, повагу до жертви та її близьких забезпечено.

Спонування до дискусії

1. Що відрізняє опубліковану фотографію від інших зображень катастроф, які Ви може згадати?
2. Що переважає, на Вашу думку: інформаційні потреби спільноти після катастрофи чи захист людини, що гине?
3. Чи могла газета здійснити свій задум іншими засобами фотографії?

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людини. Однак якщо приватні дії зачіпають публічні інтереси, в окремих випадках це можна розглядати в пресі. [...]

4. Чи поділяєте Ви думку редакції?
5. Чи має значення можлива ідентифікація особи?

Ключ до розв'язання див. на стор. 177.

*

Б) Загроза для молоді або документація? [Ліберійський солдат з відтятою головою]

Практичний приклад

Бульварна газета під заголовком «Африка: криваве пекло» дала великоформатну фотографію, на якій ліберійський солдат тримає в руках скривавлену голову жертви. Свій «трофей» тримає з гордістю, посміхаючись в камеру.

Більшість скаржників посилаються передусім на статті 1 та 11 Пресового кодексу. На їхню думку, внаслідок зображення на великій кольоровій світліні у газеті зневажено людську гідність жертви. Подібне аж надто сенсаційне зображення, як здається багатьом скаржникам, неприпустиме через розмір кольорової фотографії, та передусім внаслідок того, що на ній показаний солдат, котрий гордовито всміхається. Багато скаржників також посилаються на захист дітей і підлітків, який згадано у статті 11 Пресового кодексу. Читачі передовсім

вказують на те, що часто газета доступна для малих дітей і підлітків, коли її залишають в автобусах та потягах. До того ж, оскільки фото вміщено на останній сторінці, його можуть побачити пасажери, що сидять напроти. Отже, її можуть «недобровільно» прочитати й неповнолітні. Дехто з скаржників посилаються також на статтю 12 Пресового кодексу, тому що вбачають тут дискримінацію африканців загалом. На їхню думку, фотографія підтримує ниці кліше про так званих «диких африканців».

Висловлювання редакції

Головний редактор газети заявляє, що публікація світлини не становить надмірно сенсаційного зображення насильства та брутальності. Війна жорстока, і газета намагалась протидіяти своєю публікацією фотографіям «хірургічних атак». У Ліберії ситуація особливо погана, а весь світ вже протягом багатьох місяців туди не хоче дивитись. Головний редактор зазначає, що не надмірно сенсаційні, а навпаки, надмірно несенсаційні зображення жорстокості є скандалом, пов'язаним з поширеним і звичним способом повідомляти про війну. Публікуючи фотографію, газета хотіла справжню картину війни протиставити повідомленням ЗМІ, що применшують серйозність ситуації, та звернути увагу світової громадськості на гуманітарну катастрофу в Ліберії. Лише у цьому разі є надія, що політики вирішать діяти. Журналістика зобов'язана інформувати широко та правдиво, а для цього слів не завжди вистачає. Ситуація в Ліберії така, що лише фотодокументація спроможна передати справжні масштаби жаху. Головний редактор визнає, що фото, піддане критиці, непридатне для дітей, однак газети — це не дитячі книжки, а носії інформації, які повинні звертати увагу також і на ненайгарніші боки світу. Як зазначив Федеральний конституційний суд у своєму рішенні з приводу компанії «Бенеттон», «душа громадянина, яку не хвилює убозтво світу, не є цінністю, заради захисту якої варто обмежувати основне право свободи думки».

Спонування до дискусії

1. Чи, на Вашу думку, фотографія порушує людські та особисті права зображеної жертви?
2. Чи відомі Вам події у світі, повідомлення про які у ЗМІ привели до втручання світової спільноти? Чи бажання «розторсати» виправдовує публікацію світлини?

Ключ до розв'язання див. на стор. 177.

В) Фотодокументи після самогубства [Самоспалення]

Практичний приклад

Бульварна газета повідомила про самогубство молодої жінки, котра себе облила бензином та підпалила. Стаття ілюстрована фотографією обгорілого трупа. Начальник поліції одного з міст у Рурській області подав скаргу з посиланням на норму 8.5, бо, на його думку, не була дотримана вимога щодо стриманої манери повідомлень у випадку самогубства. Це стосується як фотографії, так і тексту. Фото шокує особливо і залишиться у пам'яті близьких як травма. Окрім цього, він звертає увагу на те, що обличчя жертви можна впізнати. До того ж місце події було перекрите, і жодний фотограф чи телевізійна група не могли потрапити на місце події.

Норми повідомлень у випадку самогубства. Це стосується як фотографії, так і тексту. Фото шокує особливо і залишиться у пам'яті близьких як травма. Окрім цього, він звертає увагу на те, що обличчя жертви можна впізнати. До того ж місце події було перекрите, і жодний фотограф чи телевізійна група не могли потрапити на місце події.

Норма 8.5

Повідомлення про самогубства вимагають стриманості. Особливо це стосується наведення імен і відтворення детальних супровідних обставин. Як виняток можна виправдати випадок, коли йдеться про подію сучасної історії, що викликає публічний інтерес.

Висловлювання редакції

Головна редакція газети інформує Пресову раду, що вона також дотримується думки, що цю фотографію не можна було вміщувати. Після того, як адвокат близьких загиблої письмово звернувся до редакції, фотографію одразу ж заблокували. Головна редакція поділяє думку скажників, що, з огляду на жахливу смерть члена родини, іншим родичам, та й читачам взагалі, не можна було демонструвати подібну велику світлину з подробицями. У своєму листі адвокату родичів юридичний відділ також висловив свій жаль з приводу публікації та висловив співчуття родині. Головна редакція дуже шкодує, що подібна публікація стала можливою.

Спонування до дискусії

1. В якому випадку Ви вважаєте доцільними фотографії у повідомленнях про самогубства?
2. Чи достатньою є заява редакції про те, що вона вибачилась перед родичами загиблої?

Норма 8.1

(1) Наведення імен і фотографій жертв (...) у повідомленнях про нещасні випадки (...), зазвичай, не можна виправдати. Завжди необхідно зважувати інформаційні інтереси громадськості та особисті права відповідних осіб. Потреби у сенсації не можуть обґрунтовувати інформаційні інтереси громадськості.

(2) Жертви нещасних випадків (...) мають право на особливий захист їхніх імен. Для розуміння обставин нещасного випадку (...) знання ідентичності жертви, зазвичай, не має значення. Винятком може бути присутність осіб сучасної історії або особливі супровідні обставини.

(3) Якщо говорити про членів родини та інших непрямо зачеплених публікацією осіб, які не мають стосунку до нещасного випадку чи злочину, то наведення імен і фотографій недопустиме взагалі.

Ключ до розв'язання див. на стор. 178.

*

**Г) Зображення учасника ДТП
[Водій трамвая переїхав людину]****Практичний
приклад**

Під заголовком «Він щойно переїхав людину» бульварна газета повідомила про смерть 43-річного чоловіка, який стрибнув під трамвай. Статтю супроводжує фотографія, на якій водія трамвая (зі смужкою, що закриває очі) пожежник веде до машини рятувальної служби. Від заголовка «Він щойно переїхав людину» відходить стрілка, що вказує на водія. Один з читачів вважає, що публікацією світлина порушено особисте право водія. Той факт, що чоловік був виставлений на огляд громадськості, призвів до суттєвого поглиблення та продовження травматичних переживань, тим більше що попри смужку, яка закриває очі, за зачіскою та бородою його легко могли впізнати принаймні сусіди та знайомі. Після виходу матеріалу водія неодноразово впізнавали пасажери, подекуди з нього насміхались чи навіть ображали його. Окрім цього, йдеться про порушення норми 8.5, оскільки не була дотримана необхідна стриманість при повідомленнях про самогубства. На

думку скаржника, стаття містить докладний опис конкретних обставин, хоча редакції повинно було бути відомо, що мова йде про самогубство.

Висловлювання редакції

Юридичний відділ газети звертає увагу на те, що у повідомленні було чітко зазначено, що водій також є жертвою, а не злочинцем. Отже, не виникає враження, що водій є «тяжким злочинцем». Окрім цього, спірним є питання про те, чи була ця подія спробою самогубства, чи нещасним випадком. Через декілька днів в інтерв'ю з керівником транспортного підприємства газета повідомляла про психічне навантаження, яке лягає на водіїв після подібних нещасних випадків. До того ж відповідальний співпрацівник редакції після цього випадку подав запит, чи існує можливість взяти інтерв'ю у водія, щоб показати й людський аспект подібної трагедії.

Спонування до дискусії

1. Які наслідки мала світлина зі стрілкою на зачеплену особу?
2. Оцініть заголовок за змістом, стилем, способом друкарського набору — які асоціації виникають?
3. Чи турбота про подальше травмування водія трамвая може перешкодити публікації?

Ключ до розв'язання див. на стор. 178.

*

Ключі до розв'язання

А) Вауєризм або документація?

[Фото 11 вересня]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Комітет дійшов висновку, що нема порушення згаданої скаржником статті 11. Стаття 8 також не була порушена у цьому випадку. На думку Комітету з розгляду скарг, опублікована газетою фотографія є документом сучасної історії. Зображення допомагає читачам краще усвідомити напад на Центр світової торгівлі в усьому його жахливому масштабі. Це було зроблено без огляду на вауєризм, а для того, щоб читачі могли наочно представити собі цю подію. Тому не лише публікація фотографій зруйнованих будинків є цілком виправданою, а й документування масштабів нападу на прикладі окремих людських доль. Після докладної дискусії Комітет з розгляду скарг також дійшов висновку, що тут нема порушення особистого права зображеного чоловіка. Його нема вже тому, що зображену людину не можна впізнати. Навіть якщо б ідентифікація була можлива, це можна було б допустити з огляду на етичні засади преси, оскільки — як вже зазначено, — фотографія є документом сучасної історії надзвичайного значення.

Норма 11.1 – Неналежне зображення

Неналежно сенсаційним є зображення, якщо у повідомленні людину принизливо зведено до ролі об'єкта, простого засобу. Це особливо у тих випадках, коли про вмирущих фізично чи страждальних психічно людей повідомляють у спосіб, який виходить за межі публічних інтересів та інформаційних інтересів читачів.

Б) Загроза для молоді або документація?

[Ліберійський солдат з відтятою головою]

Комітет з розгляду скарг дійшов висновку, що скарга з приводу публікації світлини необґрунтована. На думку Комітету, не можна остаточно вирішити, чи публікація подібної світлини була доцільною та придатною для того, щоб привернути увагу громадськості до жорстоких подій та пробудити співчуття до жертв. Однак у фотографії Комітет передусім вбачає носія інформації та автентичний документ сучасної історії. Повідомлення про визначні події у світі, що відповідає фактам, належить до завдань преси. Реальні жахи війни також стають при цьому законною темою. Водночас у кожному окремому випадку необхідно зважувати, чи публікація обґрунтована інформаційним змістом і можливістю пробуди-

ти співчуття, з одного боку, чи її вміщення зумовлене лише бажанням полоскотати нерви, наводячи сенсаційні факти та фотографії. На думку Комітету, приголомшливий зміст фотографії у цьому випадку може пробудити у читачів підвищену увагу до війни та її жахів, а також співчуття до жертв подій у Ліберії. Тому Комітет з розгляду скарг не вбачає у публікації неналежно сенсаційного зображення, як це визначено у статті 11 Пресового кодексу.

В) Фотодокументи після самогубства [Самоспалення]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. Він вважає, що своєю публікацією статті газета порушила статтю 8 Пресового кодексу. На думку Комітету з розгляду скарг, публікація фотографії свідчить про цілковиту нестриманість. Незрозуміло, як подібна фотографія могла бути оприлюднена. Разом з порушенням особистого права Комітет встановив також наявність сенсаційного зображення у розумінні статті 11 Пресового кодексу, оскільки без жодної очевидної причини та без жодного публічного інтересу надруковано приголомшливу фотографію трупа. Головна редакція газети у своїй заяві також висловила думку, що фотографію не можна було публікувати, тому Комітет поставив собі запитання, чому газета не вибачилась публічно перед рідними загиблої. Подібне вибачення, можливо, відповідало б вимогам щодо достатнього виправлення помилок у розумінні Положення про скарги та могло б позитивно вплинути на рішення Комітету.

Г) Зображення учасника ДТП [Водій трамвая переїхав людину]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та виголошує газеті публічну догану. Він вважає, що внаслідок публікації статті газета порушила статтю 8, норму 8.5, а також статтю 11 та норму 11.3. На думку Комітету з розгляду скарг, спрямована на водія стрілка у поєднанні з заголовком «Він щойно переїхав людину» зображає водія як злочинця, тоді як він сам виявився жертвою. Тут не було взято до уваги вимогу щодо особливого захисту, який нормою 11.3 передбачено для жертв нещасних випадків. Особливу роль відіграє той факт, що водія, попри смужку, що закриває очі, могло впізнати певне коло осіб. На думку Комітету з розгляду скарг, така можливість ідентифікації також є порушенням норми 8.5, яка вимагає стриманості при повідомленні про самогубства. У цьому випадку Комітет вважає самогубство дуже ймовірним.

3. Після публікації

Після публікації статті журналіст і видавець продовжують відповідати за матеріал. Значну роль відіграє тут, звідки походять дані, взяті для статті, де вони архівовані; важливо й те, яке ставлення до критики, якій піддана публікація, та до можливих помилок. Зміни, внесені до Федерального закону про захист даних, та перейняття Пресовою радою «Добровільного самоконтролю щодо захисту даних у редакціях» 2001 року встановили те, що поряд з проведенням розслідувань і написанням статей усім журналістам і видавцям також належить обережно обходитися з делікатними даними з архіву та онлайн-пошуків, а також виправляти хибні повідомлення та публікувати догани. У преамбулі Пресового кодексу встановлено:

Преамбула

[...] Норми щодо захисту даних поширюються на пресу, якщо вона збирає особисті дані для журналістсько-редакційних цілей, опрацьовує або використовує їх. Під час розслідувань, редакційного опрацювання, публікації, документування та архівування цих даних преса поважає приватне життя, інтимну сферу та право людини на інформаційне самовизначення. [...]

У статті 3 та у відповідній нормі Пресовий кодекс встановлює:

Стаття 3

Опубліковані новини чи твердження, передусім особистого характеру, які пізніше виявились неправдивими, орган, який їх опублікував, повинен негайно та з власної ініціативи виправити в адекватний спосіб.

Норма 3.1 – Виправлення помилок

Читачеві має бути зрозуміло, що попереднє повідомлення було повністю або частково помилковим. Тому при наведенні правдивого змісту нотатка про виправлення помилки має посилатись на попереднє неправдиве повідомлення. Відтворюють справжні обставини навіть у тому випадку, якщо помилку публічно визнано в інший спосіб. Якщо про особу надруковано неправдивий матеріал або такий, що порушує її особисті права, вона має різні можливості, щоб вимагати від видавництва компенсацію та у разі необхідності добиватись цього правовими засобами.

§ Нотатки з юридичної практики

Спростування

Серед журналістів поширена хибна думка: вони, напевно, щось зробили неправильно, якщо — тут можна вжити розмовний вираз — зробили спростування до своєї статті. Навіть досвідчені співробітники редакцій не усвідомлюють при цьому сутність спростування як дуже формалізованого засобу правової допомоги. Той, кого безпосередньо зачіпають поширені пресою твердження про певні факти, може згідно з § 11 Земельного закону про пресу передати у спростуванні своє бачення фактів. Чи контраргументи зачепленої особи правдиві чи ні, взагалі не відіграє жодної ролі у спростуванні. Спростування недопустиме лише у виняткових випадках, коли контраргументи очевидно неправдиві або можуть вводити в оману. Окрім цього, у контраргументах не дозволено висловлювати певні погляди. За своїм обсягом вони повинні залишатись у рамках тверджень щодо заперечуваних фактів. Спростування, допустиме згідно з цими засадами, преса повинна вмістити у найближчому виданні на тому ж місці та з тим самим оформленням, як і перше повідомлення, щодо якого висунуто претензії.

Спростування/ виправлення/ поправка

Журналіст, котрий змушений вмістити спростування — або як це зараз гарно називають: виправлення чи поправку, — дійсно щось зробив неправильно: він (і це доведено) поширював неправдиві твердження про факти, які стосуються третіх осіб. Щоб подолати цю неприємну ситуацію, преса — здебільшого відповідальне видавництво — зобов'язані на тому самому місці та у тому самому оформленні повідомити про те, що поширена раніше думка не відповідала дійсності.

Припинення дій

Особа, котра вважає, що внаслідок неправдивих чи інших недопустимих тверджень про факти або через особливо зневажливі висловлювання були порушені її особисті права, може висунути претензії до відповідальних за це та заборонити їм на майбутнє повторювати твердження, які порушують права. Велика частина проваджень проти преси пов'язані саме з вимогою припинити відповідні дії.

Грошове відшкодування («Компенсація моральної шкоди»)

Грошове відшкодування за порушення загального особистого права внаслідок пресових публікацій суди призначають лише у тих випадках, коли порушення права тяжке та каране, угода за допомогою інших правових засобів неможлива та, виходячи з загальної картини конкретного випадку, є невідворотна потреба у грошовому відшкодуванні. Отже, йдеться про особливо показові випадки порушення осо-

бистих прав, коли преса повинна виплачувати грошове відшкодування. Подібне може статись, наприклад, якщо опубліковано приписані цитати, зроблено недопустимі висловлювання про підозру або вміщено фотографії оголених осіб без їхньої згоди.

Д-р Гаральд Віггенгорн, адвокат, Гамбург

*

3.1. Якщо є конфлікти

Мабуть, з кожним журналістом протягом його кар'єри траплялось щось подібне: опубліковано неправдиве повідомлення, та виникає питання: що з цим тепер робити? Дальші три приклади демонструють взірцеві та менш взірцеві шляхи подолання конфліктів, які можуть виникати після публікації. Додатково у цьому розділі Ви знайдете декілька зразків доган.

А) Виправлення

[Призначення на посаду президента]

Практичний приклад

Під заголовком «Суперечка навколо керівництва монастирської палати» місцева газета повідомила про призначення нового президента так званої монастирської палати (установи земельного значення). У матеріалі йдеться про те, що директор палати (його ім'я названо) подав до суду позов, оскаржуючи призначення майбутньої президентки. Згаданий директор палати повідомив, що це твердження є неправдивим, що можна довести. Внаслідок чого завдано шкоди його репутації. Він закидає, що перед публікацією редакція газети не зверталась до нього з жодним питанням щодо правдивості такого твердження. Напевно, були опубліковані суцільні чутки, які абсолютно не були перевірені.

Спонування до дискусії

1. Які можливості відреагувати маєте Ви, співпрацівник редакції, щоб виправити цю помилку?
2. Тепер прочитайте висловлювання редакції та скажіть, чи завдяки йому помилку можна вважати виправленою у розумінні статті 3 Пресового кодексу?

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що скаржник має рацію. Йому особисто вже надіслано відповідь такого самого змісту та перепрошено. Окрім

цього, у наступному виданні газети надруковано відповідне виправлення. Більшого зробити неможливо, щоб виправити помилку.

Ключ до розв'язання див. на стор. 185.

*

Б) Справу завершено [Архієпископу закидають лихварство]

Практичний приклад

Загальнонаціональна газета під заголовком «Зберігати спокій» докладно розповідає про позов, поданий на одного архієпископа у зв'язку з лихварством. Один з читачів повідомив, що на момент публікації повідомлення згаданого архієпископа вже виправдав суд. Про це він проінформував газету також листом. Незалежно від виправдувального рішення, вважає він, автор статті міг принаймні згадати про те, що судовий процес може завершитись виправданням.

Однак подібна можливість взагалі не була врахована у дописі. Скаржник звертає увагу на те, що його читацький лист газета опублікувала лише через місяць після отримання. Загалом було б бажано побачити самостійне виправлення газети на відповідному місці.

Висловлювання редакції

Редакція погоджується з тим, що на момент набору провадження у справі кардинала вже було завершено на його користь. Однак цього не знала редакція. Після того, як скаржник у своєму читацькому листі звернув увагу на це, його допис незабаром надрукували на сторінці читацьких листів. Редакція вважає, що цим вона виконала свій обов'язок щодо журналістської коректності, та в листі попросила скаржника відкликати його скаргу.

Спонування до дискусії

1. Чи ситуацію достатньо виправлено внаслідок публікації читацького листа?
2. Оцініть — також з огляду на наведений приклад — обходження редакції з виправленнями.

Ключ до розв'язання див. на стор. 185.

*

**В) Ноах – неправдиве повідомлення з інтернету
[Жінка нібито померла від щурячої сечі]****Практичний приклад**

Журнал опублікував матеріал, в якому йдеться про те, що померла жінка, яка випила щось з бляшанки, забрудненої щурячою сечею. Скаржник повідомив, що це повідомлення є так званий “*hoax*”, тобто повідомлення, яке курсує інтернетом, проте

є вільною вигадкою. Короткий дзвінок до відповідної клініки міг би одразу виявити неправдивий зміст повідомлення. Проте редакція не перевірила зміст і тому порушила свій обов’язок щодо добросовісності.

Спонування до дискусії

1. Як би Ви реагували на повідомлення читача про те, що Ви підсіли на *hoax*? Складіть план, як Ви збираєтесь діяти крок за кроком.
2. Прочитайте у наведеному нижче тексті, як поведилась редакція журналу в цьому випадку.

Висловлювання редакції

Вона повідомляє, що вже через кілька днів відреагувала на свою помилку у виданні №9 2002 року та опублікувала відповідне виправлення на своїй домашній сторінці. Там протягом трьох тижнів кожний міг з ним ознайомитись. Окрім цього, той самий, але виправлений текст був повторно опублікований у числі журналу №10 2002 року, отже, усі абоненти були про це поінформовані.

Спонування до дискусії

3. Як Ви оцінюєте в цьому випадку реакцію редакції: чи вона була адекватною та достатньою, щоб інформувати читачів?
4. Уявіть собі, що йдеться про якусь особу: якою повинна була б бути адекватна реакція редакції.

Ключ до розв’язання див. на стор. 185.

Г) Приклади надрукованих доган**Стаття 16**

Засадам чесного інформування відповідає публікація доган від Німецької пресової ради, передусім у друкованих органах, яких вони стосуються.

Ключі до розв'язання

А) Виправлення

[Призначення на посаду президента]

Комітет з розгляду скарг відхиляє скаргу як необґрунтовану. Він дійшов висновку, що порушення статті 2 Пресового кодексу (обов'язок щодо добросовісності) в цілому нема. Як визнала газета у своєму висловлюванні, вміщене у статті твердження, що скаржник подав позов з приводу конкуренції, було неправдиве. Однак після того, як газета про це дізналась, вона одразу публічно виправила помилку. Щоправда, у першому повідомленні порушено обов'язок щодо добросовісності, однак пізніше газета негайно виправила неправдиве повідомлення згідно зі статтею 3 Пресового кодексу.

Б) Справу завершено

[Архієпископу закидають лихварство]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та висловлює своє незадоволення. Він вважає, що газета порушила статті 2 та 3 Пресового кодексу. Як сама газета визнала у своєму висловлюванні, на момент публікації статті кардинала вже виправдали. Отже, тут повідомлення становить порушення журналістського обов'язку щодо добросовісності. Комітет також встановив порушення статті 3 Пресового кодексу, оскільки скаржник вже у своєму читацькому листі повідомив редакцію про те, що процес проти кардинала завершився виправдальним рішенням. Відповідно до цього необхідно було вмістити виправлення від імені редакції. Публікацію читацького листа, до того ж лише через місяць після його надходження, не можна розглядати як заміну. Якщо редакція дізнається, що були опубліковані неправдиві відомості, вона зобов'язана їх самостійно виправити.

В) Ноах – неправдиве повідомлення з інтернету

[Жінка нібито померла від щурячої сечі]

У рамках попередньої перевірки голова Комітету з розгляду скарг розглянула скаргу та дійшла висновку, що вона необґрунтована. Порушення статті 2 Пресового кодексу нема. У своєму висловлюванні журнал зазначив, що став жертвою очевидного неправдивого повідомлення. Під час розгляду скарги голова Комітету з розгляду скарг мала у своєму розпорядженні як відповідний фрагмент домашньої сторінки, так і статтю з числа № 10 за 2001 рік. На основі цих виправлень вона дійшла висновку, що завдяки цьому редакція діяла згідно з вимогами статті 3 Пресового кодексу, за якою опубліковані неправдиві твердження мають бути негайно виправлені.

3.2. Обходження з особистими даними

Повідомлення про людей завжди пов'язані з тим, що дані збирають про окремі особи чи про цілі групи. Частина зібраного матеріалу опрацьовують у журналістських дописах, решту архівують без публікації. Напрочуд часто при цьому маємо справу з дуже особистими відомостями. Якщо про автора читацького листа відомо «лише» прізвище та район міста, то щодо кримінальних справ збирають інформацію про призначені покарання, тривалість ув'язнення тощо. Іншими словами, це важливі дані, які у разі публікації за певних обставин можуть становити загрозу для ресоціалізації відповідної особи. Телефонні акції, коли думки та запитання читачів записують і публікують, а також інформація про релігійні уподобання належать до особистих даних, які потребують особливого захисту. Чи треба у кореспонденції наводити точну суму боргів місцевого політика? У подальшому йдеться про обходження з особистими даними. При цьому документування та архівування відіграють суттєву роль. Оскільки у подальших справах мова йде про публікації з особистими даними, їх наведено в знеособленому вигляді та без фрагментів статей. Для розуміння контексту важливо знати статтю 8 та норму 3.2 Пресового кодексу.

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей. Однак якщо приватна поведінка зачіпає інтереси громадськості, в окремих випадках вона може стати предметом розгляду у пресі. При цьому слід вивчити питання про те, чи внаслідок публікації не будуть зачеплені особисті права інших осіб.

Преса поважає право на інформаційне самовизначення та забезпечує редакційний захист даних.

Норма 3.2 – Документування

Якщо журналістське та редакційне збирання особистих даних, їхнє опрацювання та використання пресою призводить до публікації виправлень, спростовань або до виголошення догани від Німецької пресової ради, то ці публікації відповідний орган преси має зберегти та документувати протягом того самого часу, що й самі особисті дані.

А) Публікація днів народження

[Запозичення ювілейних дат з місцевої преси]

Під заголовком «Поздоровляємо!» регіональна газета регулярно публікує імена та адреси ювілярів. У відповідний день вона наводить імена та адреси ювілярів. Один з читачів виступає проти подібної практики публікації днів народження з іменами та адресами. На його думку, якби газета

запитала людей, яких вона називає, вони ніколи не дали б своєї згоди на подібні публікації. Посилаючись на захист даних, скаржник звертає увагу на те, що існують люди, котрі цікавляться саме людьми похилого віку, щоб використати їх для своїх темних справ.

Спонування до дискусії

1. Які можливості має редакція, щоб переконатись, що ювіляр хотів би публічно оголосити про свій день народження?
2. Чи має право щоденна газета запозичувати дані про дні народження з місцевих видань без їхньої згоди?
3. Чи наведення прізвища, віку та, наприклад, району міста замість повної адреси було б достатнім знеособленням?

Висловлювання редакції

Головна редакція повідомляє, що вже протягом кількох десятиліть вона наводить імена та адреси ювілярів у формі, яку піддають критиці. Один зі співробітників запозичує дані з публічно доступних місцевих видань та готує їх до публікації у районній газеті. Скарги з приводу такої практики надходять рідко. Звичайно, газета реагує на відповідні побажання та скарги читачів, які стосуються наведення імен у подібних випадках. Досі редакція виходила з того, що опубліковані нею дані були попередньо надруковані у церковних чи місцевих газетах за згоди названих осіб і тому ними можна вільно користуватись. Захищені дані з джерел, які не є загальнодоступними (картотеки мешканців тощо), редакція не використовує. З огляду на велику кількість даних, газета не має можливості звертатись за згодою до усіх названих осіб.

Норма 8.7 – Ювілейні дані

Публікація ювілейних даних осіб, які загалом не перебувають у центрі уваги громадськості, передбачає, що редакція попередньо пересвідчиться у тому, що відповідні особи не заперечують проти публікації або хочуть бути захищені від уваги громадськості.

Ключ до розв'язання див. на стор. 193.

*

Б) Наведення прізвищ державних службовців [Телепередача про податкову інспекцію]

Практичний приклад

Під заголовком «Фінансове середовище» загальнонаціональна газета заздалегідь повідомила про телевізійну серію, яка вийде в ефір під на-

звою «Податкова інспекція «Центр» – герої на службі». При написанні статті з інтернет-сторінки однієї з податкових інспекцій Берліна були запозичені імена службовців, які там працюють, а також її адреса; все це було використано у статті. Внаслідок цього навіювалась думка, що податкова інспекція з телевізійної серії є якоюсь особливою інспекцією. Робота згаданої установи описана у статті за допомогою досить зневажливих виразів, наприклад: «Всі працюють заради однієї мети – принести фіскальним органам більше податків, – однак дивним чином усі заважають при цьому один одному». Співробітники інспекції, які подали скаргу до Пресової ради, встановили, що у телевізійній серії зображено суто фіктивну, вигадану податкову інспекцію. Звичайному читачеві не зрозуміло, що стаття є іронічним коментарем. Не впливає це і з того факту, що заголовок набрано курсивом. Окрім цього, навіть у сатиричному коментарі недопустимо наводити імена співробітників установи. Даючи згоду на оприлюднення керівництвом їхніх імен в інтернеті, службовці не відмовились від прав, які вони мають у відносинах з пресою.

Спонування до дискусії

1. Як Ви оцінюєте наведення імен дійсних податківців в одному контексті з телевізійною передачею, що ґрунтується на вигадці?
2. Як газета могла б адекватно реагувати?
3. Що газета мала б зробити з повідомленням у власному архіві публікацій та в інтернет-архіві?
4. Ознайомтесь з реакцію газети та визначте, чи достатнім був здійснений захід.

Висловлювання редакції

На думку відповідача, не можна встановити порушення засад професійної журналістської етики. Він це обґрунтовує тим, що матеріал є іронічним коментарем. Той факт, що скажників можна ідентифікувати на підставі зображення у коментарі, можна пояснити вже тим, що їхні імена й без того були вільно доступні кожному на інтернет-сторінці фінансового управління Берлінського сенату. Навіть якщо дотримуватись погляду скажників, слід врахувати, що редакція заздалегідь намагалась обмежити масштаб завданої шкоди. Висловлено щирий жаль та як «запобіжний засіб» повідомлено про уточнення, яке має бути надруковане у перший день виходу серії в ефір. У великому за розміром матеріалі також було виразно наголошено на тому, що зображені у новій серії фіктивні події не мають нічого спільного з реальною податковою інспекцією. Окрім цього, скажникам запропоновано висловити свою думку в інтерв'ю наступного дня після виходу серії в ефір. Однак скажники відхили цю пропозицію. Нарешті стаття, яку зберігають в електронному архіві газети, була відповідно змінена, внаслідок чого коментар «Фінансове середовище» нерозривно пов'язаний з уточненням «Податкова інспек-

ція «Центр» — до початку серії каналу SAT 1». Завдяки цьому кожний читач «Фінансового середовища» автоматично візьме до уваги пізніше уточнення редакції.

Ключ до розв'язання див. на стор. 194.

*

В) Бездоказові закиди [Жорстоке поводження у дитячому будинку]

Практичний приклад

2002 року одна місцева газета повідомила про майбутній судовий розгляд справи скаржника та трьох інших підозрюваних у зв'язку з жорстоким поводженням та сексуальним насильством, які нібито мали місце у 1986 — 1989 роках у колишньому дитячому будинку. У статті йдеться про закиди підозрюваним, що вони мордували принаймні дев'ятьох дітей та підлітків. Наведено повні імена підозрюваних. Також докладніше розглянуто особу скаржника. До минулого року у своєму селі він обіймав посаду заступника бургомістра та був керівником однієї з комісій. Його адвокат піддав критиці факт наведення імені свого клієнта. На його думку, це не виправдано, оскільки підозра у вчиненні злочину спирається на обставини, які не мають жодного стосунку до професійної діяльності чоловіка після 1990 року на посаді депутата місцевої ради. Окрім цього, зазначає, що повідомлення про обвинувачення є неправдивим. Його клієнту закидають лише те, що він під час занять наказав залишити клас хлопцеві, якому тоді було 16 років, і який подав заяву до поліції, та при цьому завдав йому травми голови. Інші згадані у статті підозри у вчиненні злочинних дій не стосуються цього чоловіка. У цьому зв'язку адвокат звертає увагу на те, що вже 2000 року в одній зі статей містились твердження, які неправдиво відтворювали звинувачення, висунуті його клієнтові. З цього приводу компетентний суд першої інстанції вирішив, що газета повинна компенсувати завдану шкоду. Знаючи про це судові рішення, газета повторно вмістила те саме повідомлення. Отже, наявне свідоме поширення неправдивих тверджень, які ображають честь.

Висловлювання редакції

Газета зазначає, що у публікації 2000 року неправдиво повідомлено про закиди у вчиненні злочину щодо обвинуваченого. Причиною цього стало хибне оголошення управління юстиції про проведення засідання. З цього приводу газета вмістила спростовання. Після нового розгляду справи вона 2002 року знов вмістила повідомлення про цю справу. При цьому знов відбулось помилкове відтворення закиду, висунутого до скаржника. Проте це сталось не навмисно, а пов'язане з тим, що від-

повідальна співробітниця редакції звернулася до архіву та, на жаль, повторила помилку, якої припустились у 2000 році. Вона не звернула на це уваги, оскільки не була ознайомена зі справою.

Спонування до дискусії

1. Назвіть помилки редакції у хронологічній послідовності.
2. Як можна уникнути таких помилок у повсякденній роботі?
3. Розробіть пропозиції щодо обходження з неправдивими повідомленнями. Як нові співробітники, волонтери та практиканти можуть дізнатись про статті, які в історії газети потягли за собою спростовання?

Ключ до розв'язання див. на стор. 196.

*

Г) Конфіденційна інформація [Наведено вагу дитини]

Практичний приклад

Під заголовком «Замість того, щоб їсти бігмаки та бургери, готуйте самі» місцева газета повідомила про телефонну акцію з теми «Надмірна вага дітей». Стаття починається фразою: «Гільдун [ім'я змінили видавці] мешкає у Z [наведено назву населеного пункту], їй шість з половиною років, зріст 1,20 м, вага 31 кілограм». Такий початок статті спирається на розмову, проведену в перебігу телефонної акції. з батьком Гільдун, скаржником. Він вважає, що подібна вступна фраза порушує гідність та права його дочки. Якийсь лікар розпитував його телефоном про вік та вагу доньки, місце проживання, її уподобання щодо їжі та можливі травматичні ситуації. Через два дні він побачив цю нібито конфіденційну інформацію на початку статті, в якій йшлося про телефонну акцію. Ім'я доньки, вік та вага, місце проживання та інша інформація були виставлені на загальний огляд, хоча його не спитали про згоду на це. У перебігу наступної розмови з авторкою статті стало зрозуміло, що під час телефонної акції були підімкнені гучномовці, і авторка записувала розмову.

Висловлювання редакції

Головний редактор повідомляє, що мав тривалу телефонну розмову зі скаржником. Телефонні акції за участі експертів у співпраці з коопераційними партнерами становлять для газети таку саму повсякденну практику, як і подальше повідомлення про них. Задум полягає у тому, щоб з метою практичної життєвої допомоги привернути увагу громадськості до тем, які хвилюють окремих читачів. При цьому газета намагається з максимальною автентичністю відтворювати запитання та відповіді. На

відміну від попередніх акцій цього разу йшлося про тему з виразним особистим компонентом. Якщо не наводити такі особисті ані, як вік, вага, зріст, також відомості про соціальне оточення, розгляд проблеми та висунуті експертами можливості дій не мали б сенсу. Те, що наведення імені та місця проживання дівчини у невеличкому містечку Z[...] дозволило обізнаним особам ідентифікувати її, зрозуміло, не було наміром газети, яка висловлює жаль з цього приводу. Вибачення головного редактора з цього приводу було прийняте скаржником. Порушення особистих прав не було наміром редакції.

Спонування до дискусії

1. Яких заходів могла вжити газета перед виходом статті, щоб запобігти поданню скарги до Пресової ради?
2. Як газета може реагувати на скаргу читача щодо обходження з особистими даними?

Ключ до розв'язання див. на стор. 196.

*

Г) Фінансова незалежність [Борги місцевого політика]

Опис справи

Під заголовком «Депутат місцевої ради, якому краще було б мовчати» місцева газета, наводячи повне ім'я особи, вмістила критичне повідомлення про одного з членів місцевого виборного органу. Передусім тут йдеться про те, що депутат місцевої ради сам був орендарем міського товариства з житлового будівництва та останніми роками заліз в борги з квартирної плати. У статті вміщено спеціальну частину, в якій з точністю до пфеніга наведено заборгованість депутата за 1994, 1997 та 1998 роки, а також рішення суду щодо сплати боргів 1999 року. Згідно з даними газети, «загальна сума заборгованості, у тому числі відсотки та витрати, загалом склали понад 50 тисяч марок», однак при цьому не зазначено окремі позиції та терміни, які були взяті за основу при підрахунках. Окрім цього, у статті висловлено сумніви щодо незалежності та неупередженості депутата міської ради, оскільки він як орендар міського товариства з житлового будівництва внаслідок своєї заборгованості перетворився на «лакея» товариства. Наприкінці висунуто вимогу, щоб компенсацію, яку депутат отримує за участь у засіданнях ради, витратили на погашення його боргів. На думку міської ради, повідомлення містить найгірші наклепи на члена міського представницького органу, внаслідок чого його особа безсоромно піддана публічному приниженню. Це зроб-

лено з чітким наміром закрити рота депутатові міської ради, що висловлював критику на адресу осіб, які є спонсорами місцевої газети.

Спонування до дискусії

1. Чи можете Ви собі уявити, що повідомлення про заборгованість політичного діяча зацікавить громадськість? Розробіть відповідний сценарій.
2. Ознайомтесь з висловлюванням газети та обговоріть питання, чи це повідомлення становило інтерес для громадськості.

Висловлювання редакції

Редакція повідомляє, що спірна стаття була присвячена цікавому для громадськості питанню про фінансову та економічну незалежність одного з членів міського виборного органу. Справа в тому, що виникли сумніви щодо особистої та фінансової незалежності депутата міської ради, оскільки протягом кількох років суди неодноразово ухвалювали рішення, якими зобов'язували його сплатити борги, але вони й досі залишаються непогашеними. Одним з кредиторів було міське товариство з житлового будівництва. З запитанням щодо стану заборгованості політика можна звернутись до переліків боржників дільничних судів та до компаній, які займаються стягненням боргів і надають послуги переліком боржників, а також до міського товариства з житлового будівництва. Привід для публікації газета вбачала у тому, що отримала чимало запитів від населення, в яких йшлося про те, що не можна погодитися з ситуацією, коли від нормального громадянина вимагають своєчасно вносити орендну плату, тоді як для місцевого політика роблять виняток. Стаття стала поштовхом до дискусії, чи політик через свою заборгованість потрапив у залежність.

Ключ до розв'язання див. на стор. 197.

*

Ключі до розв'язання

А) Публікація днів народження

[Запозичення ювілейних дат з місцевої преси]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та висловлює свою заувагу. Комітет вважає, що своєю публікацією матеріалу газета порушила статтю 8 Пресового кодексу. Редакція не виконала ті вимоги, які норма 8.1 висуває до оприлюднення ювілейних дат. Відповідно до них перед публікацією ювілейних дат приватних осіб редакція повинна звернутись до них та пересвідчитись, чи погоджуються вони на публікацію. Редакція посилається на те, що запозичила дані з доступних усім місцевих і церковних газет. Комітет з розгляду скарг зазначає, з огляду на захист даних у редакціях, що цього не досить, аби вважати, що відповідні особи дали свою згоду на публікацію у пресі. Редакція відповідає за те, щоб її публікації не порушували права осіб, про яких йдеться. Той факт, що особисті дані вже були оприлюднені в іншому місці, не означає необмежену допустимість подальших публікацій. З цієї причини редакція повинна була у кожному окремому випадку переконатись у тому, що відповідний ювіляр не заперечує проти публікації його імені, віку та адреси.

! Підказка з редакційного повсякдення

Наведення інформації про дні народження громадян похилого віку у місцевій газеті — справа чудова, якщо ювіляри погоджуються на це. Такі рубрики, як наприклад «Поздоровляємо!», належать до тих матеріалів, які читають найбільше. Вони зміцнюють стосунки між читачами та газетою. Щоб не потрапити у конфлікт з положеннями щодо захисту даних та особистими правами, слід друкувати лише ті дані про дні народження, яких відкрили для подальшої публікації органи місцевої влади. У цьому разі редакція може бути упевнена в тому, що осіб, про яких йдеться, вже запитали про їхню згоду та вони її висловили. Будьте обережні, запозичуючи дані з видань спілок чи церков! На подібні видання, призначені для членів таких організацій, і які читає обмежене коло людей, поширюються інші правила. У таких випадках редакція повинна сама звернутись до ювілярів, щоб уникнути пізніше неприємних несподіванок. Адже не кожний, хто дозволяє надрукувати інформацію про свій день народження у маленькому церковному виданні, хоче, щоб ці відомості опинились ще й у газеті. Принцип тут такий: точним даним про адресу з наведенням вулиці та номеру будинку немає місця у публікаціях про дні народження.

Йорг Штайнбах, редактор відділу місцевих новин газети «Гесіше-ні-дерзехсіше альгемайне», Кассель

Б) Наведення прізвищ державних службовців [Телепередача про податкову інспекцію]

Комітет з розгляду скарг та з питань захисту даних у редакціях визнає скаргу обґрунтованою та висловлює своє незадоволення. Він вважає, що внаслідок такого обходження з особистими даними газета порушила статтю 8 Пресового кодексу. Передусім не забезпечила редакційний захист даних та через це порушила право на інформаційне самовизначення. Дані щодо скаржників були довільно вибрані та запозичені редакцією з загальнодоступної інтернет-сторінки податкової інспекції Берліна. У такий спосіб редакція призначила певну роль у статті особам, які не мали стосунку до матеріалу, до того ж, без їхньої згоди. У заяві скаржники звертають увагу на те, що інтернет-сторінка податкової інспекції є загальнодоступним джерелом.

На думку Комітету з розгляду скарг, особисті дані не стають відкритими для використання у публіцистичних цілях тільки тому, що їхнє джерело загальнодоступне. Заходи редакції з захисту даних повинні захищати відповідні особи від обходження з їхніми особистими даними у спосіб, який суперечить етиці преси. Публікація даних про скаржників на інтернет-сторінці податкової інспекції призначена надавати інформацію про співробітників податкової інспекції та про можливість потрапити до них. Задля цієї мети податківці на це погодились. Однак редакційне використання цих даних не допустиме без подальшого публіцистичного обґрунтування, що спирається на публічний інтерес. Навіть якщо взяти до уваги сатиричний характер тексту, використання особистих даних у цьому випадку залишається недопустимим. Немає інших правил, які поширювалися б на сатиричні тексти.

У рішенні Комітету з розгляду скарг враховано, що напередодні розгляду справи у Пресовій раді газета намагалась виправити свою помилку, зокрема, звернувшись до скаржників з проханням про інтерв'ю. Враховано також, що одночасно з першим ефіром телевізійної серії у газеті вийшла стаття, в якій більше не згадували імена скаржників. До намагань газети виправити порушення правил належить також те, що в електронному архіві газети перша стаття була нерозривно поєднана з посиланням на наступну статтю.

Водночас Комітет з розгляду скарг вважає здійснені заходи з захисту даних у редакції в цілому недостатніми. Оскільки першу статтю з використаними там даними так і залишилась в електронному архіві газети, потенційно порушення правил триває. Воно може бути продовжене кожним викликом статті третіми особами. Поки стаття з особистими даними залишається доступною, вона порушує статтю 8 Пресового кодексу, навіть якщо поєднана з посиланням на наступну статтю. Зваживши всі аспекти, Комітет з розгляду скарг все ж вважає порушення статті 8 Пресового кодексу настільки тяжким, що вирішив обрати захід вислов-

лення незадоволення. Одночасно газету просять, відповідно застосовуючи статтю 3 Пресового кодексу, вдатись до усіх необхідних технічних та організаційних заходів, щоб уникнути повторного порушення правил третіми особами. Особливо це стосується електронного архівування та подальшого поширення матеріалу. Комітет з розгляду скарг віддає на

розсуд редакції вибір конкретних заходів. Комітет з розгляду скарг щодо редакційного захисту даних залишає за собою право оцінювати ці заходи згідно з вимогами Пресового кодексу.

Реакція редакції після виголошення рішення Пресової ради:

1. Газета інформує Пресову раду, що після отримання рішення вона видалила імена та прізвища у найважливіших місцях. Тепер текст зберігається в інтернеті та в архіві без наведення імен.

Норма 4.3 – Блокування або знищення особистих даних

Особисті дані, отримані з порушенням Пресового кодексу, має заблокувати або знищити відповідний друкований орган.

В) Бездоказові закиди

[Жорстоке поводження у дитячому будинку]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу обґрунтованою та висловлює свій осуд. Він вважає, що внаслідок своєї публікації газета порушила статтю 2 Пресового кодексу. Як зазначила сама газета у своєму висловлюванні, у повідомленні помилково проінформовано про підозру щодо скаржника. Отже, наявне порушення обов'язку щодо журналістської добросовісності. У цьому зв'язку Комітет цікавить питання, чому газета, виявивши помилковість повідомлення, не виправила помилку самостійно. Це відповідало б вимозі статті 3 Пресового кодексу щодо виправлення опублікованих хибних тверджень. З огляду на заувагу редакції, що помилкове повідомлення було ненавмисним, а пояснюється тим, що відповідальна співробітниця скористалась архівом та запозичила помилку, якої припустилися ще 2000 року, Комітет звертає увагу редакції на статтю 3, норму 3.2 Пресового кодексу. Там йдеться про те, що виправлення, спростовання або догани Німецької пресової ради треба додавати до відповідних публікацій та зберігати так само довго, як і самі дані. Рекомендовано виправити цей недогляд зараз.

Г) Конфіденційна інформація

[Наведено вагу дитини]

Комітет з розгляду скарг щодо захисту даних у редакціях визнає скаргу обґрунтованою та висловлює свій осуд. Він вважає, що внаслідок публікації матеріалу порушено статтю 8 Пресового кодексу. Комітет піддає критиці те, що спосіб подання інформації дозволяв ідентифікацію дівчини, про яку йдеться. Через це порушено особисте право дитини. З двох причин редакція повинна була знеособити відтворену ситуацію. По-перше, у зв'язку з темою телефонної акції мова йшла про дуже делікатну сферу особистих даних. По-друге, у центрі матеріалу опинилась

шестирічна дівчинка. Коли повідомляють про дітей і підлітків, редакція через необхідність їх підвищеного захисту повинна виявляти особливу добросовісність. Окрім цього, Комітет піддав критиці те, що читачі, які брали участь у телефонній акції, не знали, що редакція слухає та записує їхні розмови, а їхній зміст призначений для публікації. Комітет з розгляду скарг вважає, що при проведенні телефонних акцій з участю читачів подібна інформація вкрай необхідна. Незалежно від наявних норм законодавства така інформація відповідає вимогам щодо етики преси. Тому Комітет рекомендує редакції при проведенні майбутніх телефонних акцій у відповідному оголошенні інформувати своїх читачів про спосіб та умови опитування. Ухвалюючи своє рішення, Комітет з розгляду скарг щодо захисту даних у редакціях врахував серйозні зусилля редакції, спрямовані на те, щоб виправити помилку, вибачившись перед відповідними особами.

! Підказка з редакційного повсякдення

Читачі цінують можливість швидко отримати пораду експертів телефоном. Часто при цьому йдеться про делікатні дані та відомості, тому кожний читач повинен знати наперед, що в редакції також слухають ці розмови. Тому, у кожному оголошенні про подібні телефонні акції слід вказувати на те, що співробітники редакції слухають розмови між читачами та експертами, а ці матеріали можуть бути використані для публікації. У подальших повідомленнях подібні приклади мають бути знеособлені, щоб не розкривати особу людини, що зателефонувала. Той, хто потребує поради фахівця з питань здоров'я, боргів, податків чи шкільних проблем, напевно, не хоче побачити своє ім'я на шпальтах газет.

Йорг Штайнбах, редактор відділу місцевих новин газети «Гесіше-ні-дерхехсіше альгемайне», Кассель

Г) Фінансова незалежність [Борги місцевого політика]

Комітет з розгляду скарг визнає скаргу необґрунтованою в аспекті, пов'язаному з наведенням даних про заборгованість політика. Водночас вона обґрунтована в іншому плані. Комітет висловлює заувагу. Він розглядав піддану критиці статтю під двома кутами зору: оприлюднення суми заборгованості «з точністю до пфеніга», у тому числі інформації про події та процедури, які спричинили цю ситуацію, а також згадка про третіх осіб, що не мають безпосереднього стосунку до справи. При вивченні питання застосовано передусім статтю 8 Пресового кодексу. На думку Комітету, незалежність члена міського представницького органу є темою, що викликає інтерес громадськості та через це стає законним

предметом для повідомлень засобів масової інформації. Комітет переко-
наний у тому, що точне наведення суми боргу та історії його виникнення
виправдано публічним інтересом. При цьому не лише документують стан
заборгованості за окремими позиціями, а повідомляють про обходження
власника мандату з визнаними вимогами третіх осіб. Однак, як вважає
Комітет, недопустимим було згадувати у матеріалі життєву партнерку
депутата міської ради. Вона не є особистістю, що перебуває у центрі
публічного інтересу. Який стосунок вона має до фінансової ситуації полі-
тика, — це питання не можна було висвітлювати у повідомленні. Комітет
вважає порушенням статті 8 Пресового кодексу той факт, що у публіка-
ції згадано життєву партнерку депутата, яку могло впізнати принаймні
певне коло осіб.

ДОДАТОК

Публіцистичні засади (Пресовий кодекс)

Ухвалила Німецька пресова рада у співпраці з пресовими спілками та передано Федеральному президентові Густаву Ф. Гайнеманну 12 грудня 1973 року в Бонні. У редакції від 20 червня 2001 року.

Преамбула

Гарантована Основним Законом ФРН свобода преси охоплює в собі незалежність та свободу інформації, висловлення думки та критики. Видавець, відповідальний редактор і журналісти у своїй роботі мають усвідомлювати відповідальність перед громадськістю та свій обов'язок дбати про авторитет преси. Вони виконують своє публіцистичне завдання згідно зі своїми знаннями та сумлінням, незалежно від особистого інтересу та сторонніх мотивів.

Публіцистичні засади конкретизують професійну етику преси. Вона охоплює обов'язок в рамках Конституції та конституційних законів дбати про авторитет преси та захищати свободу преси.

Норми щодо захисту даних у редакціях поширюються на пресу, якщо вона збирає, опрацьовує або використовує особисті дані для журналістських і редакційних цілей. Під час журналістських розслідувань, при редагуванні, публікації, документуванні та архівуванні цих даних преса поважає приватне життя, інтимну сферу та право на інформаційне самовизначення людини. Професійна етика забезпечує кожному право подати скаргу на пресу. Скарги є обґрунтованими, якщо наявне порушення професійної етики.

Статті

Стаття 1

Повага до правди, повага до людської гідності та правдиве інформування громадськості є найвищими заповідями преси.

Стаття 2

Призначені для публікації певні новини та інформація в словах та образах мають бути перевірені на істинність і залежно від обставин — ретельно. Їхній сенс не повинен бути ані перекрученим, ані сфальшованим через опрацювання, напис чи підпис під фото. Документи мають бути відтворені точно за змістом. Непідтверджені повідомлення, чутки та припущення слід такими й позначати.

Фотографії-символи мають як такі бути розпізнаваними або позначуваними.

Стаття 3

Опубліковані новини чи твердження, передусім особистого характеру, які пізніше виявились неправдивими, орган, який їх опублікував, повинен негайно та з власної ініціативи виправити в адекватний спосіб.

Стаття 4

При діставанні даних, новин, інформації та зображень, що стосуються особи, не застосовуватись недобросовісні методи.

Стаття 5

Зasadничо слід дотримуватись домовленої конфіденційності.

Стаття 6

Кожна особа, зайнята у пресі, дбає про авторитет та достовірність ЗМІ, а також про професійну таємницю, користується правом відмови свідчити і не викриває інформантів без їхнього чіткого дозволу.

Стаття 7

Відповідальність преси перед громадськістю вимагає, щоб на редакційні публікації не справляли впливу приватні чи ділові інтереси третіх осіб або ж особисті економічні інтереси журналістів. Видавці та редактори повинні відкидати подібні спроби та зважати на чітке відмежування редакційного тексту від публікацій рекламного характеру.

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей. Якщо ж приватна поведінка зачіпає публічні інтереси, то в окремих випадках вона може ставати предметом розгляду у пресі. При цьому слід зважати на те, щоб публікація не порушувала особисті права незалучених осіб.

Преса поважає право на інформаційне самовизначення та забезпечує редакційний захист особистих даних.

Стаття 9

Журналістській етиці суперечить публікація необґрунтованих тверджень і звинувачень, особливо якщо вони ображають честь.

Стаття 10

Публікація текстів і зображень, які можуть відчутно вразити моральні або релігійні почуття певної групи осіб за формою та змістом, несумісна з відповідальністю преси.

Стаття 11

Преса відмовляється від неадекватного сенсаційного зображення насильства та бруталності. У повідомленнях слід враховувати захист дітей і молоді.

Стаття 12

Нікого не можна піддавати дискримінації за ознаками статі чи належності до певної расової, етнічної, релігійної, соціальної або національної групи.

Стаття 13

Повідомлення про розслідування, кримінальні провадження та інші формальні процедури треба робити неупереджено. Від початку та протягом усього перебігу таких проваджень преса має уникати преюдиціальних оцінок у текстах і заголовках. Поки не виголошено судові рішення, підозрюваного не можна зображувати винним. Без дуже поважних причин про судові рішення не слід повідомляти до їхнього проголошення.

Стаття 14

У повідомленнях на медичні теми слід уникати неналежного сенсаційного зображення, котре могло б викликати у читача необґрунтовані побоювання або надії. Результати досліджень, що перебувають на ранній стадії, не слід представляти як завершені або майже завершені.

Стаття 15

Отримання та надання привілеїв будь-якого виду, які можуть негативно вплинути на свободу ухвалення рішень видавництва та редакції, несумісні з репутацією, незалежністю та завданнями преси. Той, хто бере хабарі за поширення чи непоширення новин, діє безчесно та всупереч професійним засадам.

Стаття 16

Засадам чесного інформування відповідає публікація доган, які публічно виголосила Німецька пресова рада, передусім у друкованих органах, яких вони стосуються.

Стаття 1

Повага до правди, повага до людської гідності та правдиве інформування громадськості є найвищими заповідями преси.

Норма 1.1 – Ексклюзивні контракти

Інформування громадськості про процеси або події, які за своїм значенням, вагою та масштабом відіграють суттєву роль для формування думок та волевиявлення, не можна обмежувати чи перешкоджати йому через укладення ексклюзивних контрактів з власниками інформації або через їхню ізоляцію. Той, хто прагне монополії на інформацію, відрізає решту преси від отримання новин подібного значення та внаслідок цього порушує принцип інформаційної свободи.

Норма 1.2 – Выборчі заходи

Якщо преса в своїх повідомленнях про выборчі заходи передає також погляди, яких сама не поділяє, то це відповідає журналістській порядності, служить свободі інформації для громадян та дбає про рівність шансів демократичних партій.

Норма 1.3 – Пресові повідомлення

Пресові повідомлення, які вміщують органи влади, партії, спілки, об'єднання чи інші представництва інтересів, повинні бути марковані як такі, якщо їх друкують без редакційного опрацювання.

Стаття 2

Призначені для публікації певні новини та інформація в словах та образах мають бути перевірені на істинність із залежною від обставин ретельністю. Їх сенс не повинний бути ані перекрученим, ані сфальшованим через опрацювання, напис чи підпис під фото. Документи мають бути відтворені точно за змістом. Непідтверджені повідомлення, чутки та припущення слід такими й позначати.

Фотографії-символи мають як такі розпізнаватися або позначатися.

Норма 2.1 – Результати опитувань

Німецька пресова рада рекомендує пресі при публікації результатів опитувань, які проводять інститути опитування громадської думки, наводити кількість опитаних, час опитування, замовника, а також поставлені запитання.

Якщо немає замовника, слід зазначити, що дані опитування впливають з ініціативи інституту опитування громадської думки.

Норма 2.2 – Фотосимволи

Якщо ілюстрацію, зокрема фотографію, при побіжному читанні можна сприймати як документальне зображення, хоча вона є фотосимволом, то необхідне відповідне уточнення. Тому

- заміна або допоміжні ілюстрації (той самий мотив за інших обставин, інший мотив за тим самих обставин тощо),
- символічні ілюстрації (поставлені сцени, штучно візуалізований процес до тексту тощо),
- фотомонтаж або інші зміни мають бути чітко позначені як такі у легенді або тексті до фото.

Норма 2.3 – Попередні повідомлення

Преса публіцистично відповідає за свої попередні повідомлення, в яких у скороченій формі передано зміст анонсованих публікацій. Той, хто далі поширює попередні повідомлення органів преси з зазначенням джерела, засадничо може покладатися на правдивість їхнього змісту. Скорочення або додатки не повинні призводити до того, що суттєві частини публікації набудуть іншого смислу або допускатимуть хибні висновки, які можуть завдати шкоди законним інтересам третіх осіб.

Норма 2.4 – Інтерв'ю

Інтерв'ю є у будь-якому випадку з журналістського боку коректним, якщо його авторизувала особа, яка давала інтерв'ю, або її довірена особа. Через особливий брак часу також коректно публікувати висловлювання в неавторизованій формі, якщо співбесідникам зрозуміло, що висловлювання призначені для дослівної або смислової публікації. Журналісти також повинні завжди представлятись журналістами.

Якщо інтерв'ю повністю або значними частинами запозичено дослівно, то треба наводити джерело. Якщо суттєвий зміст висловлених думок передано своїми словами, то наведення джерела відповідає журналістській порядності.

При анонсуванні інтерв'ю у формі короткого резюме слід зважати на те, що бесідник є захищеним проти перекручень та порушення його справедливих інтересів.

Норма 2.5 – Терміни заборони

Терміни заборони, до закінчення яких публікація певних новин має бути відтермінована, допустимі лише тоді, коли вони слугують належному та добросовісному висвітленню подій. Вони засадничо підлягають вільній домовленості між інформантами та ЗМІ. Термінів заборони слід дотримуватися лише тоді, коли для цього є вагома підстава, наприклад, у випадку тексту ще не виголошеної промови, достроково виданого звіту про діяльність фірми або інформації про подію, яка ще не настала (збо-

ри, постанови, вшанування тощо). Цілі реклами не є вагомою підставою для термінів заборони.

Норма 2.6 – Листи читачів

(1) Через друкування читацьких листів, якщо вони за формою та змістом є належними, читачам має бути надана можливість висловлювати думки і таким чином брати участь у формуванні думки. Дотримання засад публіцистики при публікації читацьких листів є питання журналістської добросовісності.

(2) Дописи на адресу видавництва або редакцій можна публікувати як читацькі листи, якщо з їхніх форми та змісту може явно випливати така воля дописувача. Згоду можна допускати у тому випадку, коли допис висловлюється щодо публікації газети або тем, що викликають загальний інтерес. Автор не має правової претензії на друкування свого допису.

(3) Загальній практиці відповідає друкування допису з прізвищем автора. Лише як виняток, за бажанням автора, може бути поставлений інший підпис. При друкуванні преса повинна відмовитися від публікації адресних даних. Якщо виникають сумніви в ідентичності дописувача, від друкування слід відмовитися. Публікація фіктивних читацьких листів несутимісна із завданням преси.

(4) Зміни або скорочення дописів авторів з відомим прізвищем без їхньої згоди недопустиме принципово. Скорочення можливі, якщо рубрика читацьких листів містить постійну примітку, що редакція застерігає за собою право на скорочення призначених для цієї рубрики листів зі збереженням їхнього змісту. Якщо дописувач чітко забороняє зміни або скорочення, то редакція, навіть якщо вона має право на скорочення, повинна дотримуватись цієї вимоги або відмовитись від публікації.

(5) Усі листи читачів, які надходять у редакцію, підлягають редакційній таємниці. У жодному разі їх не можна передавати третім особам.

Стаття 3

Опубліковані новини чи твердження, передусім особистого характеру, які пізніше виявились невірними, орган, який їх опублікував, повинний негайно та з власної ініціативи виправити в адекватний спосіб.

Норма 3.1 – Виправлення помилок

Читачеві має бути зрозуміло, що попереднє повідомлення було повністю або частково помилковим. Тому при наведенні правдивого змісту нотатка про виправлення помилки має посилатись на попереднє неправдиве повідомлення. Відтворюють справжні обставини, навіть у тому випадку, якщо помилку було публічно визнано в інший спосіб. Якщо про особу надруковано неправдивий матеріал або такий, що порушує її осо-

бисті права, така особа має різні можливості, щоб вимагати від видавництва компенсацію та у разі необхідності добиватись цього правовими засобами.

Норма 3.2 – Документування

Якщо журналістське та редакційне збирання особистих даних, їхнє опрацювання та використання пресою призводить до публікації виправлень, спростовань, або до виголошення догани від Німецької пресової ради, то ці публікації відповідний органом преси має зберегти та документувати протягом того самого часу, як і самі особисті дані.

Норма 3.3 – Довідка

Якщо особа вважає, що повідомленням у пресі порушено її особисте право, то відповідальний друкований орган повинен надати довідку про покладені в основу повідомлення та збережені у пам'яті комп'ютера особисті дані про цю особу. У наданні довідки може бути відмовлено

- якщо ці дані дають можливість ідентифікувати осіб, що як журналісти брали участь у збиранні та опрацюванні матеріалу, у його публікації;
- ідентифікувати дописувача, гаранта або інформатора, пов'язаних зі статтями, документами та повідомленнями у редакційній частині;
- якщо надання довідки про здобуті внаслідок розслідування чи в інший спосіб дані може завдати шкоди виконанню журналістських завдань друкованого органу внаслідок розкриття його інформаційних фондів, або
- якщо це виявиться необхідним для узгодження права на приватну сферу з чинними нормами щодо свободи висловлення думки.

Стаття 4

При діставанні даних, новин, інформації та зображень, що стосуються особи, не повинні застосовуватись недобросовісні методи.

Норма 4.1 – Засади розслідування

Розслідування є неодмінним інструментом журналістського обов'язку добросовісності. Журналісти засадничо представляються. Неправдиві дані журналіста, який проводить розслідування, про свою ідентичність та про те, який орган він представляє, засадничо несумісні з авторитетом та функцією преси.

Приховані розслідування є в окремих випадках виправданими, коли одержують інформацію, що викликає особливий інтерес громадськості, і яка є недоступною в інший спосіб.

За нещасних випадків і катастроф преса зважає на те, що рятувальні заходи щодо жертв та загрозованих мають пріоритет перед правом громадськості на інформацію.

Норма 4.2 – Розслідування стосовно осіб, які потребують захисту

При розслідуваннях стосовно осіб, які потребують захисту, необхідна особлива стриманість. Це стосується насамперед людей, які не повністю володіють своїми розумовими або фізичними силами або ж перебувають в екстремальній психічній ситуації, а також дітей та підлітків. Обмежена сила волі або особливе становище таких осіб не можна цілеспрямовано використовувати для одержання інформації

Норма 4.3 – Блокування або знищення особистих даних

Особисті дані, отримані з порушенням Пресового кодексу, має заблокувати або знищити відповідний друкований орган.

Стаття 5

Засадиною слід дотримуватися домовленої конфіденційності.

Норма 5.1 – Конфіденційність

Якщо інформатор поставив умовою використання своєї інформації, щоб йому як джерелу гарантували анонімність і безпеку, то цю умову слід поважати. Конфіденційність може лише тоді бути обов'язковою, коли інформація стосується злочину і є обов'язок повідомити про правопорушення. Конфіденційність не підлягає обов'язковому дотриманню, коли за ретельного виваження правових благ та інтересів переважають вагомні державно-політичні причини, зокрема, коли питання стосується конституційного порядку або ж виникає загроза для нього.

Про названі таємними процеси та плани можна давати повідомлення, коли після ретельного виваження встановлено, що потреба в інформуванні громадськості має вищий пріоритет, ніж наведені для збереження таємниці причини.

Стаття 6

Кожна особа, зайнята у пресі, дбає про авторитет і достовірність ЗМІ, а також про професійну таємницю, користується правом відмови від свідчень і не викриває інформантів без їхнього чіткого дозволу.

Норма 6.1 – Розділення функцій

Якщо журналіст або видавець водночас зі своєю публіцистичною діяльністю виконує функцію, наприклад, в уряді, установі чи в комерційному підприємстві, всі, хто має до цього стосунок, повинні суворо дбати про розділення цих функцій. Те ж саме стосується протилежного випадку. Суперечні інтереси шкодять авторитетові преси.

Норма 6.2 – Діяльність пов'язана з розвідкою

Діяльність журналістів і видавців, пов'язана з розвідкою, несумісна з обов'язками щодо дотримання професійної таємниці та з авторитетом преси.

Стаття 7

Відповідальність преси перед громадськістю вимагає, щоб на редакційні публікації не справляли впливу приватні чи ділові інтереси третіх осіб або ж особисті економічні інтереси журналістів. Видавці та редактори повинні відкидати подібні спроби та зважати на чітке відмежування редакційного тексту від публікацій рекламного характеру.

Норма 7.1 – Відмежування редакційного тексту від рекламних оголошень

На оплачувані публікації поширюються норми законодавства про рекламу. Згідно з ними, публікації мають бути побудовані у такий спосіб, щоб читач міг розпізнати рекламу саме як рекламу.

Норма 7.2 – Прихована реклама

Редакційні публікації, які вказують на фірми, їхні вироби, послуги чи заходи, не повинні перетинати межу, що відділяє їх від прихованої реклами. Подібний перетин наявний тоді, коли публікація виходить за межі обґрунтованого публічного інтересу або інформаційних інтересів читачів.

Достовірність преси як джерела інформації вимагає від редакцій особливої ретельності при опрацюванні піарних матеріалів та при складенні власних редакційних дописів. Це стосується й нерекламованих рекламних текстів, фотографій, малюнків.

Норма 7.3 – Спеціальні публікації

Спеціальні публікації так само підпадають під відповідальність редакції, як усі редакційні публікації.

Стаття 8

Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей. Якщо ж приватна поведінка зачіпає публічні інтереси, то в окремих випадках вона може ставати предметом розгляду у пресі. При цьому слід зважати на те, щоб публікація не порушувала особисті права незадіяних осіб.

Преса поважає право на інформаційне самовизначення та забезпечує захист особистих даних редакцією.

Норма 8.1 – Наведення імен/фотографій

(1) Наведення прізвищ та фотографій жертв і злочинців у повідомленнях про нещасні випадки, злочини, розслідування та судові справи (див. також статтю 13 Пресового кодексу), зазвичай, невиправдане. Завжди слід проводити зважування інформаційних інтересів громадськості та особистих прав зачеплених осіб. Потребу у сенсаціях не можна розглядати як обґрунтування інформаційних інтересів громадськості.

(2) Жертви нещасних випадків або злочинів мають особливе право на захист своїх імен. Для розуміння перебігу нещасного випадку або злочину знання ідентичності жертви, як правило, не має суттєвого значення. Винятками можуть бути видатні особистості сучасної історії або ж особливі обставини події.

(3) Якщо йдеться про членів родини або інших осіб, яких публікація опосередковано зачіпляє та які не мають стосунку до злочину, то наведення прізвища та фотографії взагалі недопустиме.

4) Наведення повного прізвища та/або фотографії підозрюваного, котрого обвинувачують у вчиненні тяжкого злочину, допустиме як виняток у тому разі, якщо це може сприяти розкриттю злочину, якщо складено подання про видання ордеру на арешт або якщо злочин був скоєно «на очах громадськості». Якщо існують підстави вважати злочинця або підозрюваного у вчиненні злочину неосудним, від наведення прізвища та фотографії слід відмовитись.

(5) Якщо злочин скоїла неповнолітня особа, з огляду на її майбутнє, слід відмовитись від наведення прізвища та фотографій, які можуть сприяти ідентифікації цієї особи, якщо не йдеться про тяжкі злочини.

(6) Коли йдеться про осіб, що обіймають високі посади чи мають публічні мандати наведення прізвищ допустиме, якщо існує зв'язок між посадою, мандатом і злочиним. Те саме стосується осіб сучасної історії, якщо злочин, в якому їх обвинувачують, суперечить тому образу, який вони мають в очах громадськості.

(7) Прізвища та фотографії осіб, які пропали без вісті, можуть публікуватись, однак лише за узгодженням з компетентними органами.

Норма 8.2 – Захист місця перебування

Приватне місце проживання, а також інші місця приватного перебування, наприклад, лікарня, місце догляду, курорт, місце ув'язнення або реабілітації перебувають під особливим захистом.

Норма 8.3 – Ресоціалізація

В інтересах ресоціалізації при повідомленнях після завершення кримінального провадження, зазвичай, слід відмовлятися від наведення імені та фотографії.

Норма 8.4 – Захворювання

Тілесні та психічні захворювання чи каліцтва у принципі належать до таємної сфери відповідної особи. З огляду на неї та її близьких, преса повинна у подібних випадках відмовлятися від наведення імені та світлин, а також уникати зневажливих означень хвороби або медичного закладу, навіть якщо вони трапляються у повсякденній мові. Особи сучасної історії користуються захистом проти дискримінаційних викриттів і після своєї смерті.

Норма 8.5

Повідомлення про самогубства вимагають стриманості. Особливо це стосується наведення імен та відтворення детальних супровідних обставин. Винятки можна виправдати, коли йдеться про подію сучасної історії, яка викликає публічний інтерес.

Норма 8.6 – Опозиція та біженці

Повідомляючи про країни, де опозиція урядові може бути пов'язаною з небезпекою для здоров'я та життя, завжди слід пам'ятати: наведення імен чи фотографій може призвести до ідентифікації та переслідування відповідних осіб. Те саме стосується повідомлень про біженців. Окрім цього, слід також пам'ятати: публікація подробиць про біженців, про підготування та хід втечі, про її маршрут може призвести до того, що виникне загроза для родичів і друзів, що залишились, або буде унеможливлена втеча.

Норма 8.7 – Ювілейні дані

Публікація ювілейних даних осіб, які загалом не перебувають у центрі уваги громадськості, передбачає, що редакція попередньо пересвідчиться у тому, що відповідні особи не заперечують проти публікації або хочуть бути захищені від уваги громадськості.

Норма 8.8 – Передання даних

Всі особисті дані, зібрані, опрацьовані чи використані для журналістсько-редакційних цілей, розглядувані як редакційна таємниця. Передання даних між редакціями для журналістсько-редакційних цілей допустиме. Від цього слід відмовлятися до завершення формальної процедури розгляду скарги на основі законодавства про захист даних. Передаючи дані, необхідно зробити заувагу, що передані дані дозволено опрацьовувати або використовувати тільки для журналістсько-редакційних цілей.

Стаття 9

Журналістській етиці суперечить публікація необґрунтованих тверджень та звинувачень, особливо якщо вони ображають честь.

Стаття 10

Публікація текстів та зображень, які можуть відчутно вразити моральні або релігійні почуття певної групи осіб за формою та змістом, несумісні з відповідальністю преси.

Стаття 11

Преса відмовляється від неадекватного сенсаційного зображення насильства та брутальності. У повідомленнях слід враховувати захист дітей та молоді.

Норма 11.1 – Неналежне зображення

Неналежно сенсаційним є зображення, якщо у повідомленні людина принизливо зведено до ролі об'єкта, простого засобу. Це особливо у тих випадках, коли про вмирущих фізично чи страждальних психічно людей повідомляють у спосіб, який виходить за межі публічних інтересів та інформаційних інтересів читачів.

Норма 11.2 – Повідомлення про насильства

Повідомляючи про насильства, зокрема такі, щодо скоєння яких існує потенційна загроза, преса ретельно зважає інформаційний інтерес громадськості та інтереси жертв та зачеплених осіб. Про такі події вона повідомляє незалежно та автентично, однак не дозволяє перетворити себе на інструмент злочинців. Вона не здійснює самостійних спроб виступити посередником між злочинцями та поліцією.

Інтерв'ю зі злочинцями під час вчинення злочину не припустимі.

Норма 11.3 – Нещасні випадки та стихійні лиха

Межа повідомлень про нещасні випадки та стихійні лиха зумовлена повагою до страждань жертв та до почуттів їхніх близьких. Особи, зачеплені нещасним випадком, засадничо не можуть вдруге ставати жертвами внаслідок публікацій.

Норма 11.4 – Узгоджені дії з владою / Заборона передавати інформацію

Заборону передавати інформацію преса принципово не сприймає. Узгоджені дії між ЗМІ та владою відбуваються лише тоді, коли життя та здоров'я жертв та інших учасників можуть бути захищені чи врятовані діями журналістів. На прохання правоохоронних органів в інтересах розкриття злочину на певний проміжок часу повністю або частково відмовитися від повідомлень преса погоджується, якщо відповідне прохання переконливо обґрунтовано.

Норма 11.5 – Нотатки злочинців

Публікація так званих нотаток злочинців суперечить засадам публіцистики, коли злочини згодом виправдовують або ставлять під сумнів, надмірно обтяжує жертв, а деталізоване зображення злочину лише задовольняє потреби у сенсації.

Норма 11.6 – Наркотики

Публікації у пресі не повинні применшувати небезпеку споживання наркотиків.

Стаття 12

Нікого не можна піддавати дискримінації за ознаками статі чи приналежності до певної расової, етнічної, релігійної, соціальної або національної групи.

Норма 12.1 – Повідомлення про злочини

У повідомленнях про злочини належність підозрюваних до певних релігійних, етнічних та інших меншин згадують лише у тому разі, якщо існують обґрунтовані обставини, необхідні для розуміння предмета повідомлення.

Особливою мірою слід зважати на те, що таке згадування може викликати передсуди стосовно груп, які потребують захисту.

Стаття 13

Повідомлення про розслідування, кримінальні провадження та інші формальні процедури повинні відбуватись без упередженості. Від початку та протягом усього перебігу таких проваджень преса має уникати преюдиціальних оцінок у текстах та заголовках. Поки не виголошено судові рішення, підозрюваного не можна зображувати винним. Без дуже поважних причин про судові рішення не слід повідомляти до їхнього проголошення.

Норма 13.1

Повідомлення про розслідування справи та її судовий розгляд служать ретельному інформуванню громадськості про злочини, про переслідування злочинців та про судову оцінку злочинів. Поки не виголошено судовий вирок, чинним залишається принцип презумпції безвинності, навіть якщо наявне визнання своєї провини. Навіть якщо особа злочинця очевидна для громадськості, перед виголошенням вироку суду її не можна зображувати як винну у розумінні судового вироку. Матеріали, які містять передчасно засуджувальні висновки та твердження, є порушенням принципу конституційно-правового захисту людської гідності, який без жодного обмеження поширюється і на злочинців. У правовій

державі метою журналістських публікацій не може бути додаткове соціальне покарання засуджених за допомогою «медійного ганебного стовпа». Тому в мові газетних повідомлень слід чітко проводити межу між підозрою та доведеною провиною. Якщо преса повідомляла про заступження (яке ще не набрало законної сили) особи, ім'я якої називалось або яку може розпізнати широке коло читачів, то вона повинна інформувати й про виправдувальне рішення, яке набрало законної сили, або про помітне зменшення міри покарання, яка вимагалась звинуваченням, якщо цьому не суперечать законні інтереси відповідної особи. За своїм змістом ця рекомендація поширюється й на припинення розслідування кримінальної справи. Критичні зауваги та коментарі до провадження повинні чітко відрізнитись від повідомлень про судовий процес.

Норма 13.2 – Злочини неповнолітніх

При повідомленні про розслідування та судове провадження з приводу скоєних неповнолітніми злочинів, а також про їхню поведінку в суді преса має зважати на майбутнє відповідних осіб і бути особливо стриманою. Ця рекомендація стосується за своїм змістом і неповнолітніх жертв злочинів.

Стаття 14

У повідомленнях на медичні теми слід уникати неналежного сенсаційного зображення, котре могло б викликати у читача необґрунтовані побоювання або надії. Результати досліджень, що перебувають на ранній стадії, не слід представляти як завершені або майже завершені.

Норма 14.1 – Медичні або фармацевтичні дослідження

Повідомлення про нібито успіхи або невдачі медичних або фармацевтичних досліджень у боротьбі з хворобами вимагає добросовісності та відчуття відповідальності. У тексті та заголовку не має бути усього того, що у хворих та їхніх близьких викликає необґрунтовані та невідповідні реальному стану речей у медичних дослідженнях надії на одужання у недалекому часі. З іншого боку, критичні або ж взагалі односторонні повідомлення про контроверсійні думки не повинні викликати у хворих зневіру і ставити під питання можливий успіх терапевтичних заходів.

Стаття 15

Отримання та надання привілеїв будь-якого виду, які можуть негативно вплинути на свободу ухвалення рішень видавництва та редакції, несумісні з репутацією, незалежністю та завданнями преси. Той, хто бере хабарі за поширення чи непоширення новин, діє безчесно та всупереч професійним засадам.

Норма 15.1 – Запрошення та подарунки

Загроза обмеження свободи ухвалення видавничих і редакційних рішень, а також незалежному формуванню журналістських оцінок виникає, якщо співробітники редакцій приймають запрошення чи подарунки, чия вартість перевищує звичну для суспільного обігу та міру, необхідну у рамках професійної діяльності. Слід уникати навіть враження про те, що свобода ухвалення рішень видавництвом і редакцією може бути обмежена внаслідок прийняття запрошень чи подарунків.

Подарунки становлять економічні та ідейні привілеї будь-якого виду. Прийняття рекламних товарів повсякденного вжитку або інших недорогих речей з традиційних нагод не викликає закидів. Передання чи отримання подарунків, знижок або запрошень не можуть впливати на проведення журналістських досліджень та передання повідомлень, заважати чи перешкоджати їм. Видавництва та журналісти повинні наполягати на тому, що інформація буде передана незалежно від прийняття подарунку чи запрошення.

Стаття 16

Засадам чесного інформування відповідає публікація доган, публічно виголошених Німецькою Радою преси, передусім у друкованих органах, яких вони стосуються.

Норма 16.1 – Публікація доган

Друкований орган, якого це стосується, має дотримуватись такого принципу: читач повинний дізнатись, які обставини стали основою підданої критиці публікації та яка публіцистична засада була порушена внаслідок цього.

Принципи поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції

Для уникнення перешкод при виконанні завдань поліції та вільного поширення повідомлень

Ухвалила Конференція міністрів внутрішніх справ 26 листопада 1993 року та Німецька пресова рада, асоціації видавців, газет і журналів, телекомпанії АРД, ЦДФ, Асоціація приватних теле- і радіокомпаній та телекомунікації, професійні об'єднання журналістів.

Основний Закон, закони про пресу федеральних земель, закони про радіо та телебачення і державні договори у цій сфері, кримінально-процесуальне право та законодавство про поліцію визначають права преси, радіо і телебачення (ЗМІ) та поліції.

До інформаційних завдань засобів масової інформації належить інформування громадськості про події, які викликають її інтерес, зокрема, великі заходи, нещасні випадки, демонстрації, акти насильства або сенсаційні кримінальні справи, на основі безпосередніх знань та спостереження цих подій. Засоби масової інформації на власну відповідальність вирішують, в якому обсязі та у якій формі вони подають повідомлення.

Завдання поліції полягає у відверненні загроз та переслідуванні злочинців. У полі напруги між діяльністю журналістів та поліції можуть виникати ситуації, коли одна з сторін відчуває, що друга сторона їй заважає.

Подальші принципи мають допомогти засобам масової інформації та поліції у відповідних випадках завжди поводитись так, щоб по змозі було забезпечене безперешкодне виконання завдань кожною стороною.

1. Регулярні контакти між засобами масової інформації та поліцією створюють найкращі умови для уникнення непотрібних конфліктних ситуацій. При цьому кожна сторона повинна намагатись виробити розуміння роботи іншої сторони та виявляти його.
2. Саме у випадках, які привертають найбільшу увагу, необхідні ділові, довірчі, відкриті та надійні взаємини сторін між собою.
3. Для засобів масової інформації та поліції корисно, що поліція через свої прес-служби та інформаційні пункти (можливо, й на місцях) встановлює та підтримує прямий контакт зі ЗМІ. Як засвідчує досвід, безпосереднє спілкування допомагає уникнути непорозумінь.
4. Навіть у складних ситуаціях поліція має інформувати засоби масової інформації на ранньому етапі, широко та зрозуміло, якщо цьому не суперечать вимоги права. Під час розслідування кримінальних справ поліція повинна враховувати повноваження прокуратури щодо керівництва та надання вказівок.

5. За нещасних випадків, катастроф і проявів найтяжчої злочинності засоби масової інформації мають зважати на те, що такі правові блага, як життя та здоров'я людей мають пріоритет перед правом громадськості на отримання інформації. У випадках найтяжчої злочинності подробиці щодо тактичних заходів поліції (наприклад, заходів з розшуку або захоплення) не можна оприлюднювати без узгодження з відповідальними керівниками поліції — які у разі необхідності узгоджують це з прокуратурою.
6. Журналісти зображують перебіг подій та їхні причини, однак не повинні перетворюватись на інструмент злочинців. Під час злочинних дій вони не мають права давати злочинцям можливість публічно презентувати себе. У подібних випадках спосіб роботи кореспондентів не має створювати перешкод для виконання завдань поліції.
7. Для висвітлення діяльності поліції пресою перша має створити спеціальну, чітко позначену та мобільну прес-службу, по змозі якомога ближче до місця подій. У разі необхідності роботу преси узгоджують з прокуратурою. Якщо поліційна операція передбачувана, поліція має своєчасно інформувати про неї засоби масової інформації.
8. Пресове посвідчення єдиного для всієї ФРН зразка дозволяє поліції перевірити, хто працює кореспондентом. Слід брати до уваги рішення Конференції міністрів внутрішніх справ від 14 травня 1993 року.
9. Фотографування та фільмування поліцейських операцій не підлягають правовим обмеженням взагалі. Фотографування чи фільмування кількох чи окремих поліціантів також загалом допустимі під час операцій, які викликають особливу увагу. ЗМІ поважають законні інтереси зображених та особливо мірою дотримуються норм закону про авторські права у сфері мистецтва при публікації кіно- та фотоматеріалів.
10. Під час своїх операцій, зокрема у випадку захоплення заручників або демонстрацій, поліція надає підтримку засобам масової інформації в отриманні інформації. З іншого боку, представники ЗМІ не повинні перешкоджати проведенню акцій поліції. На них також поширюються розпорядження поліції, наприклад, щодо перекриття території чи її звільнення, хіба що будуть допущені винятки.
11. Щоб забезпечити докази, поліція може використовувати створений нею фото-, кіно- та звуковий матеріал. Відповідний матеріал засобів масової інформації може бути вилучений та конфіскований лише у тому випадку, якщо це допускає актуальна правова ситуація з урахуванням сумірності.

Джерело: Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen

№ 23 від 31 березня 1994.

Бібліографічні рекомендації

Що журналісти можуть очікувати від літератури про етику засобів масової інформації, а чого – ні

Штефан Ляйферт

На початок погана новина: якихось інструкцій щодо етики для журналістів немає. Для філософів догми так само підозрілі, як пустопорожні місця для журналістів. Гарна новина: попри все, література про етику засобів масової інформації представлена досить широко. Етика засобів масової інформації є самостійною дисципліною в каноні наук, причому вона молодша від свого предмета. Саме з цієї причини самовіднайдення студентів, дослідників, науковців все ще залишається однією з головних тем етики засобів масової інформації, що протягом минулих років знаходить свій відбиток у літературі, яку вже практично неможливо охопити поглядом. Останнім часом з'явилась велика кількість збірок, які мають дуже різну цінність для журналістської практики. Звичайно, дискусії щодо науково-теоретичного позиціювання етики засобів масової інформації відіграють важливу роль, але чим вони можуть допомогти редакторів, коли залишається лише десять хвилин перед тим, як газета має бути віддана в набір? Разом з цим, теорія та практика залишаються міцно зв'язаними між собою та перебувають у взаємній залежності. Той, хто не хоче потрапити до прірви, яка існує між абстракцією та застосуванням, не повинний чекати на інструкції з користування, а поєднувати щоденну працю з рефлексією. Наведені нижче літературні джерела можуть перетворитись при цьому на гарних попутників.

Boventer, Hermann: Pressefreiheit ist nicht grenzenlos. Einführung in die Medienethik, Bouvier, Bonn 1989, 310 S.

Бофентер, Герман: Свобода преси не безмежна. Вступ до етики засобів масової інформації.

Монографія вісімдесятих років, яка все ще залишається у списку стандартної літератури. Виклад відзначається стислістю, однак Бофентер розглядає найважливіші поняття журналістської етики. Увагу приділено переважно газетній і телевізійній журналістиці. Спеціальний розділ присвячений етиці тих, хто виступає споживачами повідомлень засобів масової інформації.

Теорія переважає, проте добір тематики та авторський стиль все ще роблять цю не найновітнішу книжку вартою уваги журналістів.

Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik, UVK, Konstanz 2003, 264 S.

Дебатін, Бернард / Фуніок, Рюдігер (упорядники та відповідальні редактори): Етика комунікацій і засобів масової інформації.

У виданні наведено матеріали засідання мережевого об'єднання з питань етики засобів масової інформації 2002 року; воно є спробою теоретично осмислити та науково визначити позиції етики засобів масової інформації. В статтях, які написали передусім філософи та науковці з проблем комунікацій, намагаються встановити зв'язок між теоретичними обґрунтуваннями та практичною аргументацією.

Теоретичне осмислення на високому рівні. Важлива праця для етики засобів масової інформації як наукової дисципліни. Не для початківців.

Deutscher Presserat (Hrsg.): Jahrbuch 2004. Mit der Spruchpraxis des Jahres 2003, UVK, Konstanz 2004, 332 S.

Німецька пресова рада (видавець): Щорічне видання за 2004 рік. З рішеннями 2003 року.

Кожного року Німецька пресова рада публікує видання, в якому наводить справи, які розглядав її Комітет з розгляду скарг. Відповідно до статей Публіцистичних засад (Пресового кодексу) докладно наведено піддані критиці повідомлення засобів масової інформації, скарги та рішення Пресової ради.

Чудовий наочний матеріал з проблем етики засобів масової інформації. Щоправда, науковці постійно скаржаться на несистематизовану структуру Пресового кодексу, однак порівняння правил і конкретних справ дозволяє багато чого навчитись практично.

Deutscher Presserat (Hrsg.): Regeln für guten Journalismus. Die Publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserats mit Fallbeispielen, Deutscher Presserat, Bonn, 110 S.

Німецька пресова рада (видавець): Правила належної журналістики. Публіцистичні засади Німецької пресової ради з практичними прикладами.

Якби Пресовий кодекс став біблією для журналістів, то ця книжка стала б її інтерпретацією. У книжці витлумачено 16 статей Пресового кодексу; до кожної статті наведено принаймні два приклади на основі рішень Комітету з розгляду скарг Пресової ради. Приклади вдало відібрані та наочно засвідчують, що Пресовий кодекс не є абстрактною моральною теорією, а становить професійну норму, яку можна успішно застосовувати. Збірка правил призначена передусім жур-

налістам друкованих видань, однак загалом можна застосовувати і в царині електронних засобів масової інформації.

Коротко, виразно та наочно. Кожний журналіст повинний ознайомитись з цим виданням, навіть якщо існують різні думки щодо рішень Комітету з розгляду скарг.

Dräger, Christian/Schneider, Nikolaus (Hrsg.): Medienethik. Freiheit und Verantwortung, Kreuz Verlag, Stuttgart 2001, 592 S.

Дрегер, Крістіан / Шнайдер, Ніколаус (упорядники та відповідальні редактори): Етика засобів масової інформації. Свобода та відповідальність.

У книжці вміщено дописи Гергарда Шредера, Ангели Меркель, Карла Леманна, Томаса Міддельгоффа, Петера Гане та ще 36 відомих громадських діячів Німеччини з питань етики засобів масової інформації. Політики, журналісти, менеджери засобів масової інформації, теологи та представники церков з власної позиції з'ясовують, чому засоби масової інформації становлять ключ до розуміння нашого суспільства.

Високий професійний статус авторів і багатоманіття тем визначають привабливість цієї книжки. Її не можна розглядати як настанову для повсякденної праці, однак вона є її цікавим осмисленням.

Funiok, Rüdiger/Schmälzle Udo F./Werth, Christoph (Hrsg.): Medienethik – die Frage der Verantwortung, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 1999, 366 S.

Фуніок, Рюдігер / Шмельцле, Удо Ф. / Верт, Крістоф (упорядники та відповідальні редактори): Етика засобів масової інформації – питання відповідальності.

Велика за обсягом збірка статей відбиває стан та широту дискусій з проблем етики засобів масової інформації. Дописи документують річні зібрання мережевого об'єднання з питань етики засобів масової інформації, до якого увійшли провідні фахівці у цій царині. Для упорядників поняття відповідальності становить ключову категорію при осмисленні етики засобів масової інформації, що підтверджують багато конкретних практичних прикладів, наведених у статтях. У книжці запропоновано систематичні підходи до розуміння етики засобів масової інформації (з дослідженнями щодо зв'язку між публічним і приватним, щодо віртуальної реальності або щодо моралі засобів масової інформації на засадах свободи), наведено матеріали з сфери політики (до питання про можливість керувати засобами масової інформації), етики діяльності медійних компаній, а також етики журналістів.

Гарна та широка вихідна база для кожного, хто хоче ознайомитись з тематикою етики засобів масової інформації. Книжка

не призначена для швидкого отримання інформації щодо засадничих правил журналістської діяльності.

Grimm, Petra/Capurro, Rafael (Hrsg.): Krieg und Medien. Verantwortung zwischen apokalyptischen Bildern und paradiesischen Quoten, Franz Steiner Verlag, Stuttgart 2004, 183 S.

Грімм, Петра / Капурро, Рафаель (упорядники та відповідальні редактори): Війна та засоби масової інформації. Відповідальність у просторі між апокаліптичними картинами та райськими квотами.

Збірка статей присвячена зображенню сучасних війн у засобах масової інформації. Десять авторів, які займаються наукою та журналістикою, на основі прикладів показують, які взаємні впливи існують між медійною та воєнною реальністю. Поряд з розглядом фундаментальних питань у царині війни та засобів масової інформації у центрі аналітичних розвідок опиняються проблеми кіно- та телевізійної журналістики. Враховано досвід війни в Іраку 2003 року.

Актуальність тематики та нестача якісної літератури з цієї проблематики перетворюють книжку на дуже цікаве видання. Воно становить однаковий інтерес як для науковців, так і для практиків (передусім для тих, хто працює у кіно-, фото- та тележурналістиці).

Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte, Westdeutscher Verlag, Opladen 1992, 331 S.

Халлер, Міхаель / Гольцгай, Гельмут (упорядники та відповідальні редактори): Етика засобів масової інформації. Описи, аналіз, концепції.

Класичне видання серед збірок праць з питань етики засобів масової інформації, щоправда, воно дещо застаріло. У ньому не відбито найактуальніші дебати, проте книжка пропонує свій погляд на фундаментальні питання етики ЗМІ: дослідження ефективності, законодавство про засоби масової інформації, свобода преси та самоконтроль. Водночас такі питання, як використання інтернету, глобалізація та матеріали кіно-, фото-, та тележурналістів взагалі не обговорено. Особливу увагу приділено порівняльному аналізу професійної етики журналістів у Німеччині, Австрії та Швейцарії. Зараз готують оновлене видання.

Книжка не є найновішою, проте залишається вдалою збіркою, в якій порушено головні проблеми етики засобів масової інформації. Видання цікаве для практиків, оскільки в ньому вміщено матеріали, які підготували журналісти.

Hamm, Ingrid (Hrsg.): Verantwortung im freien Medienmarkt. Internationale Perspektiven zur Wahrung professioneller Standards, Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 1996, 400 S.

Гамм, Інгрід (відповідальний редактор та упорядник): Відповідальність на вільному ринкові засобів масової інформації. Міжнародні перспективи щодо забезпечення професійних стандартів.

1994 року Фонд Бертельсманна замовив здійснення дослідження, щоб проаналізувати в міжнародному масштабі причини втрати професійних стандартів в індустрії засобів масової інформації та запропонувати заходи, які можуть допомогти подолати це явище. Поряд з Німеччиною дослідженням були охоплені Австрія, Швейцарія, Франція, Велика Британія, Сполучені Штати Америки та Ізраїль. Результати досліджень представлено у другому томі видання. У першій частині видавці, журналісти та підприємці обговорюють проблеми, пов'язані з самоконтролем, відповідальністю та стандартами якості журналістської праці.

Збірка статей авторів з різних країн є цікавим внеском до розроблення проблем етики засобів масової інформації. Видання задумане як наукова праця, проте розглядає постійні проблеми редакційного повсякдення.

Heuer, Harald (Hrsg.): Achtung: Pressefreiheit. Journalistische Ethik in Beispielen für den Unterricht, ZEUS Zeitung und Schule, das medienpädagogische Projekt der Journalistenschule Ruhr in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Presserat, Essen 2002.

Гоєр, Гаральд (упорядник і відповідальний редактор): Увага: свобода преси. Журналістська етика у прикладах для навчального процесу.

Статті Пресового кодексу Німецької пресової ради розтлумачено на прикладах. Окрім цього, наведено інформацію про підстави створення, історію та структуру Пресової ради. Матеріал доповнений ідеями та концепціями для навчального процесу.

Цінний посібник для журналістів та для всіх, хто викладає етику засобів масової інформації.

Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven, Universitätsverlag Freiburg Schweiz, 1999, 347 S.

Гольдереггер, Адріан (упорядник і відповідальний редактор): Етика засобів комунікації та засобів масової інформації. Міждисциплінарні перспективи.

Збірка, в якій 15 авторів, що представляють різні наукові дисципліни, розглядають основи етики медійного суспільства. Особливу увагу

приділено при цьому новітнім тенденціям у царині цифрових мереж. Докладніше, ніж в інших виданнях збірок, розглянуто теологічні виміри тематики.

Книжку можна розглядати не лише як вступ, а й як заглиблення в проблеми етики. Вона становить значний інтерес для теологічного осмислення зазначених проблем. Журналістській практиці відведено досить небагато місця, хоча й присвячено окремих розділ.

Karvasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik, Reclam, Stuttgart 2002, 268 S.

Кармазін, Матіас (упорядник і відповідальний редактор): Медіа та етика.

Зручна у користуванні збірка, вона містить одинадцять статей, які забезпечують детальне ознайомлення з низкою актуальних дискусій з питань медійної етики. Кармазін зібрав відомих фахівців, які мають досить різні підходи до теми. Сам упорядник описує нові вимоги до медійної етики, пов'язані з глобалізацією громадськості та комерціалізацією медійної культури. Етику засобів масової інформації Кармазін розуміє передусім як етику медійних компаній та висуває принцип менеджменту зацікавлених сторін, який дозволить знайти узгодження між етичною та економічною раціональністю. Подальші теми розгляду у збірці становлять обговорення проблеми цінностей, ефективності засобів масової інформації, етики, пов'язаної з інтернетом, педагогіки, яка займається проблемами засобів масової інформації, питання медійної соціалізації та теологічних імплікацій.

Видання досить цінне для наукових досліджень; для журналістської практики воно становить певний інтерес, однак витримана у надто абстрактній та теоретичній формі.

Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten, Herbert von Halem Verlag, Köln 2003, 216 S.

Кніпер, Томас / Мюллер, Маріон Г. (упорядники та відповідальні редактори): Автентичність та інсценізація світу кіно-, фото- та телевізійних зображень.

Збірка складається з десяти статей, в яких розглянуто проблеми, пов'язані з виготовленням та сприйняттям зображень у медіях. При цьому в центрі уваги перебувають питання автентичності, інсценізації та маніпуляцій. Саме у кіно-, фото- та тележурналістиці претензія на об'єктивність, з одного боку, та знання щодо сконструйованих частин кожної кореспонденції — з іншого, часто вимушені взаємодіяти. Книжка намагається встановити зв'язок між обома полюсами та досліджує, чи існує щось на зразок «інсценізованої автентичності».

Захоплива та надзвичайно актуальна праця, присвячена тій царині медійної етики, яка досі не знайшла достатнього висвітлення. Книжка задумана як наукова праця, однак завдяки високій наочності та актуальним прикладам вона може бути корисною і для працівників засобів масової інформації та їхніх споживачів.

Sontag, Susan: *Das Leiden anderer betrachten*, Carl Hanser Verlag, München 2003, 150 S.

Зонтаг, Сюзан: Розглядати страждання інших.

Протягом тривалого часу в медійній етиці розглядали зображення як додаток до матеріалів журналістів, які пишуть. Справжня повинь кіно, фото- та телевізійних кадрів, війна як телевізійна вистава та терор зображень означали емансипацію зображувальних кореспонденцій, що перетворилось на проблему для етики засобів масової інформації, які користуються словом. Поки що нема систематизованого проекту етики зображувальних медій, проте потреба у ньому постійно зростає. Сюзан Зонтаг розглядає у своєму есеї кіно-, фото- та телевізійні матеріали, які відбивають війни, терор та страждання. Тут вона відходить від своєї колишньої тези, що жахливі картини у засобах масової інформації призводять скоріше до притуплення у сприйнятті, ніж до інформування чи формування думки. Авторка називає причини для лібералізації практики публікацій та віддає належне зображенню як засобу масової інформації, що має велику силу впливу на аудиторію.

Дуже корисна книжка для всіх, хто створює зображення або мусить ухвалювати рішення щодо їхнього оприлюднення.

Wunden, Wolfgang (Hrsg.): *Beiträge zur Medienethik* (4 Bände), Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Frankfurt am Main

Вунден, Вольфганг (упорядник і відповідальний редактор): Праці з етики засобів масової інформації (4 томи).

Одна з найбільших збірок з питань етики засобів масової інформації у німецькомовному просторі. Том 1 («Засоби масової інформації між ринком та мораллю», 1989) вміщує статті 80-х років. Три новіші томи намагаються встановити етику засобів масової інформації, розглядувану переважно у науково-дослідницькому плані, на систематичний фундамент. Провідна теза полягає у тому, що правдивість, публічність і свобода становлять центральні та нормативні цінності демократичної медійної комунікації. У томі 2 («Громадськість та комунікаційна культура», 1994) досліджено позицію громадськості у демократичному суспільстві. У томі 3 («Правда як якість медій», 1996) правдивість окреслено як базову етичну норму засобів масової інформації. За вихідний пункт тут править не філософська теорія пізнання, а медійне повсякдення. У томі 4 («Свобода та медії», 1998) зроблено

спробу визначити межі, які свобода встановлює для засобів масової інформації.

Дуже велика за обсягом збірка, в якій розглянуто всі теми, пов'язані з медійною етикою. Вона може становити науковий інтерес для журналістів. Орієнтація на практику притаманна передусім тому 3.

Предметний та іменний показник**А**

авторизація 99, 100-1, 113
адреса 98, 107, 134-5, 146, 148,
151, 168, 186-8, 192-3, 205
акції 11, 78, 93, 117-8, 125,
128-9, 147, 186, 190, 196-7,
216
Аллах 8, 159, 162
анонімність 7, 86, 138, 147, 207
Афера з бонусними милями 6, 84,
88

Б

бургомістр 29, 99, 103, 121, 189

В

Відмова (від певних дій) 139
відповідальність 10, 12, 14, 18,
20-1, 24-5, 90, 92, 112, 126,
159, 162, 200-1, 208, 211, 213,
215
війна 80, 144, 173, 177
Вальраф, Понтер 68, 75
вибачення 178
виправлення 19, 178-80, 182-3,
185, 196, 205

Г

гласа 142

Д

дані 4, 7, 24, 64, 67, 73, 79, 81,
86-7, 93, 98, 107, 131-2,
134-5, 146, 149, 154, 179,
186,-7, 191, 193-4, 196-7,
200-1, 203, 205-8, 210
джерело 14, 16, 35, 71, 82, 86,
99-100, 113, 122, 194, 204,
207-8, 217

дискримінація 8, 27, 115, 152,
155-6, 161, 202, 212
довідка (право на отримання
довідки) 206
документування 177, 179, 186
достовірність 12, 27-28, 80, 91,
115, 138, 147, 201, 207

Е

Ексклюзивні контракти 203
Етнічні меншини 8, 156, 161

Ж

жертва 24, 32, 78, 133, 135-6,
154, 164, 171-6, 178, 185, 209
Журналістська етика 25, 201,
210

З

заборона 6, 30, 75, 91-2, 111,
204
заголовок 8, 68, 71, 81, 84, 93-
5, 97, 111-2, 122, 130, 134,
138-40, 150, 152, 156-8, 162,
164-5, 168, 172, 175-6, 178,
181-2, 186-7, 190-1, 213
Захист місця перебування 209
заява 76, 81, 85-7, 91, 130, 135,
140, 144, 154, 165, 174, 178,
189, 194
Зебніц 39
Земельний закон про пресу 180
злочин 7, 29, 70, 72, 77-8, 80, 86,
134-7, 146, 151, 153, 164-5,
166, 168, 175, 189, 207, 209,
211, 212
злочинець 8, 15, 39, 77, 78, 79,
137, 154, 161, 163, 164, 165,
168, 176, 178, 209, 212

Злочини/злочинці 70-2, 78, 115, 132, 136, 154, 161, 163-4, 209, 211-3, 215-6

I

іноземці 6, 8, 115, 153, 161

інформатор 207

Іронія/іронічний 8, 141-2, 150, 188

K

катастрофа 171-3

Келлі, Девід 80

коментар 20, 104, 139, 141-2, 150, 188

Компенсація моральної шкоди 180

Конфіденційність/конфіденційний 80, 86, 207

крадіжка 165-6, 170

Л

лікарня 5, 63, 67, 69, 76, 209

Людська гідність 8, 143, 151

M

медицина 96

Можливість ідентифікації/ ідентифікувати 86, 135, 137,-8, 147, 168, 188, 191, 206

мусульмани 159, 162

H

Наведення імен 136, 164, 175, 209

наркотики 115, 155, 212

Національність/національний 12, 154

нацисти 8, 34, 141-2, 150

Незалежність/незалежний 13, 119, 127-8, 214

Нейтральність/нейтральний 152

Нещасні випадки 211

O

Обмежені можливості, люди з обмеженими можливостями 8, 150-2, 161

оголошення 7, 117-8, 123, 125, 129-30, 166, 189, 197

Опитування/результати опитування 98, 125, 170

опозиція 11, 20, 43, 210

Основний Закон 35-6, 76, 90, 113, 143, 152, 157, 163, 200

особисті дані 9, 86, 179, 186, 191, 193-4, 200, 206, 210

P

Папа Римський 8, 143, 151

партія 10, 51, 83, 88, 90, 102-3, 114, 123, 135, 139, 142, 149, 203

PR (піар, звязки з громадськістю) 84

Поїздки, подорожі 126-7

подарунки 17, 30, 127-8, 214

Попередні повідомлення 204

Портрет фірми 7, 119, 129

Права особистості/особисті права 31, 132, 135-6, 147, 149, 164-5, 170, 173, 175, 179-81, 186, 191, 193, 201, 206, 208, 209

Пресовий кодекс 4, 9, 28, 31, 66, 72-80, 86-8, 90-2, 97, 100, 102, 109, 111-7, 119-20, 127, 129-31, 133, 136, 142, 146-7, 149-51, 156, 161-4, 168, 171-2, 178-9, 181, 185-6,

- 193-4, 196-7, 200, 207, 209
- Принципи поведінки для преси, радіо, телебачення та поліції 9, 215
- Прихована реклама 122-3, 208
- Публікація, оплачувана 9, 31, 78, 82, 86, 90, 107, 119, 141, 162, 185-7, 193-4, 201, 205, 210-2, 214
- Публікація доган 144-5, 150, 157, 162, 188, 194, 214
- Р**
- реклама 7, 13, 16, 23, 25, 90-1, 117-8, 120-4, 126, 129-31, 205, 208
- Релігійні переконання, почуття 23, 64, 152, 157-9, 162, 201, 211
- ресоціалізація 186, 209
- розслідування 5-6, 16, 66-8, 73-8, 82, 85, 87, 111, 113, 136, 163-4, 166-8, 202, 206, 209, 212-3, 215
- Рома (цигани) 156, 161
- С**
- самогубство 9, 132-4, 146, 174-6, 178, 210
- самоконтроль 35-6, 66, 179
- Свобода преси 89
- Сенсація/сенсаційний 8, 24, 78, 146, 170-3, 177-8, 201-2, 211, 213
- спонсорство 120, 130
- спростовання 189-90, 196
- Спростування 180
- суїцид 134
- Суд/судовий 75, 163, 182, 189, 212
- Т**
- турок 161
- У**
- убивство 154
- Ф**
- Фірма, підприємство 69, 71, 76, 89, 92, 103, 117-9, 126, 176, 207
- Федеральний конституційний суд 35, 75, 89, 157, 173
- Фотографії, світлини 91, 109, 147-9, 154, 158, 164, 173, 175, 177, 200, 203, 210
- фотомонтаж 7, 109-10, 116, 204
- Х**
- Хвороба, захворювання 74, 112, 139, 149, 210
- Ц**
- Центр світової торгівлі/11 вересня 6, 8, 31, 104, 115, 171, 177
- цитата 6, 99, 113
- Ч**
- чутка 87, 91, 129, 181, 200, 203
- Ш**
- шантаж 71, 78
- Ю**
- ювілей 125, 126
- Я**
- якість 4, 12, 28, 30, 34

Етика в редакційному повсякденні

Переклад: *Андрій Баканов*

Наукове редагування: *Валерій Іванов*

Літературне редагування: *Олександр Телемко, Оксана Волошенюк*

Менеджмент видання: *Оксана Волошенюк*

Комп'ютерна верстка: *Ольга Саковська*

Підписано до друку 11.01.2010. Формат 70x100 1/16.
Гарнітура LiteraturnaYaC. Папір офсетний. Друк офсетний.
Умов. друк. арк. . Обл.-вид. арк. , .

Видавництво «К.І.С.»

04080 Київ–80, а/с 1, тел. (44) 462 5269,

<http://books.dovidka.com.ua>

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК, №677 від 19.11.2001 р.