

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказом директора
КП КМР «Телекомпанія «Київ»
від 23.10.2024 № 31

ПОЛІТИКА ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В МЕДІЙНОМУ КОНТЕНТІ

 РЕКОМЕНДОВАНО КОМІСІЄЮ З ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

Над політикою працювала:

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

Рецензент:

Отар Довженко, медіаексперт, голова Незалежної медійної ради.

Видано за підтримки Програми підтримки ОБСЄ для України. У цій публікації висловлено виключно погляди авторів. Вони не обов'язково збігаються з офіційною позицією ОБСЄ.

ВСТУП

Медіа у сучасному суспільстві мають величезний потенціал для соціальних змін. Про це наголошується в Рекомендації CM/REC (2013)¹ Комітету Міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та медіа.

Потенціал медіа для підвищення обізнаності й захисту основоположних прав і свобод жінок та сприяння їхньому просуванню було визнано на міжнародному рівні ще у 1995 році під час Четвертої всесвітньої конференції ООН зі становища жінок в Пекіні.

Медіаорганізації потрібно заохочувати до ухвалення саморегуляторних заходів, внутрішніх кодексів етики та внутрішнього нагляду, розвитку стандартів медійного мовлення, яке сприяє гендерній рівності, для сприяння належній внутрішній політиці та створення умов праці.

В Україні в Законі «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» 2005 року наголошувалося, що медіа можуть ухвалювати кодекси професійної етики та інші корпоративні стандарти з метою запобігання насильству за ознакою статі, у тому числі всім формам насильства стосовно жінок.

Державна стратегія забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2030 року вимагає забезпечення висвітлення медіа інформації у гендерно чутливий спосіб.

Щоби це стало звичною практикою, ми пропонуємо редакціям прийняти політику гендерної рівності в контенті та неухильно її дотримуватися.

Комісія з журналістської етики, як орган саморегуляції журналістів і редакцій в Україні, спільно з ГО «Жінки в медіа» пропонує типову політику ґендерної рівності в медійному контенті. Ця політика може бути прийнята будь-яким типом медіа, незалежно від способу поширення інформації, повністю або інтегрована у вже існуючі документи.

ПОЛІТИКА СКЛАДАЄТЬСЯ З ТАКИХ ЧАСТИН:



I.

ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Ми визнаємо, що демократія означає рівноправну участь жінок і чоловіків у суспільному житті. Ґендерна рівність означає збалансовану присутність, повноваження, відповідальність та участь як жінок, так і чоловіків в усіх сферах, зокрема в медіа.

Досягнення ґендерної рівності є передумовою досягнення суспільної справедливості.

МИ УСВІДОМЛЮЄМО, ЩО В НАШІЙ РОБОТІ ҐЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ІСНУЄ У ДВОХ ПЛОЩИНАХ:

РІВНІСТЬ УСЕРЕДИНІ РЕДАКЦІЙНОГО КОЛЕКТИВУ

Йдеться про рівні можливості та ставлення, рівний доступ до керівних посад, рівну оплату праці за однаковий вид роботи та інше.

РІВНІСТЬ У КОНТЕНТІ, ЯКИЙ СТВОРЮЄМО

коли йдеться про дотримання ґендерного балансу у виборі експертів, подолання ґендерних стереотипів, уникнення сексизму тощо.

Ми стоїмо на захисті прав людини, а тому розуміємо, що як медіа, можемо відігравати позитивну роль у боротьбі з поширенням ґендерних стереотипів.

Для цього наша редакція буде докладати зусиль, щоби розпізнавати, усвідомлювати та долати такі стереотипи.

Ця ґендерна політика редакції є частиною наших зобов'язань перед колективом, партнерами та нашою аудиторією.

II. ЗОБРАЖЕННЯ ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ В НАШОМУ КОНТЕНТІ

Ми прагнемо, щоб у новинах і матеріалах про події рівною мірою було згадано як чоловіків, так і жінок. Це дозволяє краще відобразити різноманітність нашого суспільства та показувати думки та проблеми різних людей.

Ми періодично відстежуємо, скільки чоловіків і жінок було згадано в наших матеріалах й як вони розподілені за різними ознаками, наприклад, належністю до національної громади, наявністю інвалідності, сексуальною орієнтацією і гендерною ідентичністю, місцем проживання та інше.

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

Йдеться також про змістовну участь жінок у матеріалах у ролі експерток. Ми докладаємо зусиль, щоб надавати їм слово, замість того, щоб говорити про жінок непрямою мовою або згадувати лише побіжно.

З визначеною регулярністю ми відстежуємо та оцінюємо відсоток історій у наших медійних матеріалах, які фокусуються на жінках і / або на таких питаннях, як гендерно зумовлене насильство або політична участь жінок.

Ми також підраховуємо відсоток часу або місця на наших сторінках, які припадають на історії, де жінки є джерелами інформації або поглядів. Ми підраховуємо частку жінок відносно чоловіків, зображених як потерпілих або жертв війни, злочинів, катастроф тощо.

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

Ми усвідомлюємо, що принципи ґендерної рівності мають застосовуватися для різних типів редакційного контенту, таких як репортажі, колонки, коментарі, сюжети, документальні фільми, інтерв'ю, токшоу та інші.

Ми будемо дбати про ґендерну рівність у матеріалах щодо всіх сфер, про які пишемо, наприклад, політику, економіку, науку, технології, розвиток сільського господарства, спорт тощо.

Індикаторами виконання цього принципу для нас вважатиметься відсоток історій, присвячених ґендерним питанням, на першій сторінці або під час випусків у прайм-тайм, або на першій сторінці онлайн-видань, а також відсоток історій, які включають дезагреговані дані (*ґендерно дезагреговані дані — дані, які перехресно класифікуються за статтю, надають інформацію окремо про чоловіків та жінок, хлопців та дівчат, і є основою для ефективного ґендерного аналізу*).

Ми уникаємо недоречного коментування зовнішності жінок і чоловіків. Наприклад, не акцентуємо уваги на їхньому одязі, зачісці, макіяжі та не запитуємо, чи є в них час на сім'ю, ведення господарства тощо, коли говоримо про виконання людьми професійних обов'язків.

У наших матеріалах не місце застарілим стереотипним образам жінок на кшталт: *«жінка-берегиня», «жінка-барбі»* або *«жінка — слабка стаття»*. Адже норми поведінки, зовнішній вигляд або професії не залежать від статі.

Ми не поширюємо стереотипних образів фемінності / жіночності та мужності / маскулінності, які нав'язують уявлення про обов'язковість певних

типів поведінки, особистих якостей чи зовнішніх ознак для людини тієї чи іншої статі. Наприклад, не говоримо, що *«рожевий колір для дівчаток, а блакитний для хлопчиків»* чи *«бути водієм вантажівки може тільки чоловік»*, *«роль жінки готувати їжу та доглядати за дітьми»*.

Важливою і повноцінною складовою матеріалів є візуалізація (ілюстрація чи фотографія). Вона може підсилювати написаний текст, а отже, або поширювати принципи рівності, або ретранслювати ґендерні стереотипи. Ми пильно добираємо візуалізації до наших матеріалів, аби вони відповідали нашій ґендерній політиці.

У своїй роботі ми не акцентуємо уваги на статі, релігії, сексуальній орієнтації чи ґендерній ідентичності, національності чи расовій приналежності, інвалідності, соціальному статусі, сімейному стані жінок і чоловіків, якщо це не є важливою, змістовно обумовленою складовою матеріалу.

Там, де це можливо, ми докладаємо зусиль для використання ґендерної статистики, тобто статистики, що дезагрегована за статтю. Вона дає нашій аудиторії інформацію про соціально-демографічні особливості таких груп, як жінки та чоловіки. Наприклад, про рівень оплати праці рівної цінності, про частку чоловіків та жінок на різних посадах державної служби, про рівень освіти і розповсюдженість хвороб, які можуть більше вражати жінок або чоловіків. Про кількісне співвідношення жінок і чоловіків у політичних партіях. Про кількість водіїв і водійок або про тих, хто бере відпустку для догляду за дитиною тощо.

Ми послідовно вживаємо фемінітиви відповідно до українського правопису, вважаючи цю практику важливою для посилення видимості соціального і політичного внеску жінок. Вживання чоловічого роду щодо жінок можливе у прямій мові героїв, якщо вони на цьому наполягають, але не в непрямій та авторській мові наших матеріалів.

III.

ПОДОЛАННЯ СЕКСИЗМУ

ГОТУЮЧИ МАТЕРІАЛИ, МИ УНИКАЄМО НЕ ТІЛЬКИ ВОРОЖОГО СЕКСИЗМУ, АЛЕ Й ДОБРОЗИЧЛИВОГО. Доброзичливий сексизм — це сексизм, який, так само як і ворожий, дискредитує жінок, але в більш завуальованій формі; його навіть можна сплутати з компліментами. Це па-сажі про те, що жінки «слабкі», «тендітні», «красуні». Наприклад: *«тендітна білявка воює в мотопіхотній бригаді»*.

МИ ПЕРЕВІРЯЄМО СВОЇ МАТЕРІАЛИ, ЗАСТОСОВУЮЧИ ПРАВИЛО ІНВЕРСІЇ (так зване «правило дзеркала») або зміни ролі, щоби допомогти проілюструвати значення стереотипу. Чи однаково доречно певне висловлювання виглядало б у матеріалах про жінку чи про чоловіка?

МИ УСВІДОМЛЮЄМО, ЩО ПРИКМЕТНИКИ «КРАСИВА», «ВРОДЛИВА», «СЛАБКА», «СИЛЬНА» І ТОМУ ПОДІБНІ — ЦЕ ОЦІНКА, ЯКА ҐРУНТУЄТЬСЯ НА УЯВЛЕННЯХ НАШИХ АВТОРІВ ПРО КРАСУ І СИЛУ. Натомість ми можемо для нашої аудиторії подавати конкретні деталі: *«у спортзалі піднімає 80 кг»*, *«у неї у вухах сережки, подаровані подругою»*, *«невеликого зросту, з 36 розміром взуття, тому на складі для неї не знайшлося пари, довелося купувати за свої гроші»*.

ЧЕРЕЗ НАШІ МАТЕРІАЛИ МИ ЗАОХОЧУЄМО ЗМІНИ В СОЦІАЛЬНИХ І КУЛЬТУРНИХ МОДЕЛЯХ ПОВЕДІНКИ жінок та чоловіків за-для викорінення упереджень, звичаїв, традицій та всіх інших практик, які Ґрунтуються на ідеї неповноцінності жінок або на стереотипних ролях жінок і чоловіків.

IV. ВИСВІТЛЕННЯ ДОМАШНЬОГО ТА ҐЕНДЕРНО ЗУМОВЛЕНОГО НАСИЛЬСТВА

Ми уникаємо поширення контенту, який сприяє чи може сприяти сексуалізації та / або об'єктивації жінок та чоловіків, тобто процесу поводження з людиною чи представлення людини, як об'єкта, який служить виключно для сексуального задоволення інших.

Під час висвітлення тематики домашнього насильства проявляємо нульову толерантність до насильства в контенті, пам'ятаючи, що відповідальність за насильство покладається лише на кривдника, а не на постраждалу людину.

Враховуючи відповідальність перед нашою аудиторією, ми намагаємося зменшити надмірну сенсаційність при подачі інформації: не використовуємо стереотипні заголовки та не супроводжуємо тексти шокуючими фотографіями чи ілюстраціями. Наприклад, заголовок *“Жила у страху розправи: на Тернопільщині викрили чергового «чоловіка-монстра», який знущався з дружини”*, можна подати як *“На Тернопільщині виявили випадок домашнього насильства: що відомо?”*. Такий заголовок залишається стриманим і повідомляє про сутність події без сенсаційних акцентів.

Ми наголошуємо на факті скоєного злочину, а не на його деталях і емоціях постраждалих, дбаємо про їхню конфіденційність, зважаємо на ризики повторної травматизації.

В матеріалах про насильство обов'язково зазначаємо контакти й адреси допомоги постраждалим, супроводжуємо матеріали фаховими коментарями правозахисних організацій.

Ми усвідомлюємо, що відповідальна журналістика допоможе висвітленню проблеми чи явища, натомість недбале ставлення до висвітлення чутливих тем може погіршити становище та наразити постраждалих на додатковий ризик.

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

Ми розмежуємо сексуальну активність за згодою і злочинні дії.

Зокрема, уникаємо фраз на кшталт *«виконання шлюбних обов'язків»*, *«залицяння»*, *«прояви уваги»*, *«вираз почуттів»*, коли йдеться про сексуальні злочини чи зґвалтування.

У своїх матеріалах ми послуговуємося виключно коректною термінологією. Наприклад, *«потерпіла»* або *«людина, яка пережила травматичний досвід»*, *«людина, яка постраждала від насильства»* замість *«жертва»*, якщо постраждала від насильства людина вижила. Слово *«жертва»* стигматизує.

Ми використовуємо загальну інформацію та статистику для представлення ґендерно зумовленого насильства як соціальної проблеми, а не як індивідуальної, особистої трагедії або частини кримінальної хроніки.

Ми включаємо до матеріалів інформацію з місцевими контактами, зокрема гарячі лінії, кризові кімнати, притулки, які доступні людям, які постраждали від домашнього насильства та насильства за ознакою статі.

V. ВИСВІТЛЕННЯ СЕКСУАЛЬНОГО НАСИЛЬСТВА, ПОВ'ЯЗАНОВОГО З КОНФЛІКТОМ (СНПК)

При висвітленні сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом, ми усвідомлюємо, що це одне з найскладніших завдань у журналістиці та потребує серйозної підготовки.

Ми визнаємо, що сексуальне насильство є воєнним злочином та тягне за собою важкі фізичні, психологічні, соціальні, економічні наслідки для постраждалих, свідків, а також глибоко дестабілізує суспільство.

Працюючи над цією темою, ми керуємося Глобальним кодексом поведінки щодо збору та використання інформації про систематичне сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом (Кодексом Мурад) та протоколом взаємодії з медіа, створеним ГО «Сема Україна» — організацією, що об'єднує жінок в Україні, які пережили СНПК.

При підготовці таких матеріалів ми обов'язково забезпечуємо баланс між своїм правом на публікацію суспільно важливої інформації та відповідальністю за захист постраждалих, а також впливом такої інформації на нашу аудиторію.

Ми уникаємо надмірної сенсаційності. Наприклад, заголовок *“Омбудсман: Військові РФ гвалтували чайною ложкою 6-місячну дівчинку”* — шокуючий, краще подати як *“Омбудсман заявила про «масовий характер» фактів згвалтувань на окупованих військами РФ територіях”*.

Ми вбачаємо в людях, які пережили сексуальне насильство, особистості — це означає, що безпека, здоров'я та гідність людей, які пережили сексуальне насильство, мають для нас найвищий пріоритет порівняно з іншими цілями.

Ми розуміємо, що в результаті контакту з медіа для постраждалих можуть виникнути ризики повторної віктимізації, репресій, стигматизації, інформаційні та інші ризики.

Ми поважаємо право людей, які пережили сексуальне насильство, на контроль і автономність, а тому не звертаємося до них без завчасного попередження. Якщо ми припускаємо, що безпосереднє звернення може травмувати людину, ми використаємо всі доступні нам можливості, аби звернутись до неї через посередника — адвоката, близьку людину тощо, — і лише якщо такі можливості повністю недоступні, будемо розглядати варіант безпосереднього звернення.

Ми відмовимося від безпосереднього інтерв'ю із постраждалою людиною, якщо є побоювання вважати, що це сприятиме повторній травматизації. В такому разі, ми запишемо інтерв'ю з психологами, юристами, соціальними працівниками, які надають постраждалим послуги.

Ми забезпечимо комфорт для постраждалих під час інтерв'ю задля уникнення повторної травматизації. Ознаками повторної травматизації є, наприклад, очевидні ознаки емоційного стресу, плач, неспокій, відстороненість, пасивність, спалахи гніву. При появі таких ознак ми виявимо розуміння, запропонуємо перерву або, якщо необхідно, припинимо розмову, за згодою постраждалих.

Ми заохотимо людей, які пережили СНПК, завжди мати з собою «третю сторону», наприклад, когось із рідних або іншу людину, якій вони можуть довіряти під час інтерв'ю.

Ми гарантуємо, що не будемо чинити тиск на постраждалих, змусивши їх розкрити інформацію про їхній досвід насильства.

Ми чітко дамо зрозуміти, що постраждалі можуть не відповідати на будь-які окремі запитання. Ми поважаємо рішення людей, які пережили сексуальне насильство, припинити взаємодію в будь-який момент.

Ми обов'язково чітко повідомляємо потерпілим, які їх фотографії, аудіо та / або відео будуть поширені нашим медіа та з якою метою.

Перед публікацією інтерв'ю, фотографій або відеоматеріалів ми надаємо нашим героям можливість ознайомитися з матеріалом. Вони можуть побачити, як це виглядатиме, попросити про зміни та ухвалити усвідомлене рішення про публікацію.

Наша політика передбачає, що навіть після отримання згоди від постраждалих ми можемо прибрати матеріали з відкритого доступу онлайн, якщо вважаємо, що це необхідно для захисту їхньої приватності та гідності.

Ми розуміємо, що підготовка таких складних тем вимагає нашого часу та ресурсу, й зняття матеріалу після його публікації або відмова від публікації на етапі його готовності може викликати в нас розчарування через нездійснені очікування. Але ми переконані, що невід'ємна складова нашої відповідальності полягає в тому, щоби не завдати додаткового травмування тим, хто вже пережив насильство. Це є частиною нашої відповідальності перед читачами та громадськістю загалом.

Ми переконаємося, що постраждалі поінформовані про те, що їх імена та / або фотографії можуть бути оприлюднені і видимі у всьому світі протягом необмеженого часу, а також про наслідки такого оприлюднення (зокрема що інформація, яка буде оприлюднена, залишиться у відкритому доступі і її не можна буде приховати). При публікації будь-яких матеріалів із зображенням дітей, які пережили травматичні події, їхні обличчя та / або особисті дані, які можуть їх ідентифікувати, мають бути приховані.

VI. ВТІЛЕННЯ ЦІЄЇ ПОЛІТИКИ

ЦЯ ПОЛІТИКА Є ПИСЬМОВОЮ ТА ОПРИЛЮДНЕНА В ЗАГАЛЬНОМУ ДОСТУПІ. Ми застосовуємо її на практиці у щоденній роботі. Всі працівники і працівниці, штатні або позаштатні, зобов'язані дотримуватись цієї політики на роботі (або в межах співпраці з нашою редакцією) незалежно від власних поглядів.

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР/КА АБО ЙОГО / ЇЇ ЗАСТУПНИК/ЦЯ ВІДПОВІДАЛЬНІ ЗА ВТІЛЕННЯ ЦІЄЇ ПОЛІТИКИ В РОБОТІ РЕДАКЦІЇ.

ВСІ НАШІ ПРАЦІВНИКИ І ПРАЦІВНИЦІ ОБІЗНАНІ ПРО ЦЮ ПОЛІТИКУ. Ми регулярно звітуємо про її реалізацію перед нашою аудиторією, правлінням та / або наглядовою радою.

МИ ДОКЛАДАЄМО ЗУСИЛЬ, ЩОБИ ЗНАЙТИ РЕСУРСИ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ГРУПОВИХ ОСВІТНІХ ЗАХОДІВ, тренінгів, семінарів з ґендерної рівності та недискримінації для нашої редакції, а також заохочуємо індивідуальну участь наших працівників і працівниць у зовнішніх заходах з навчання та підняття обізнаності.

ПЕРІОДИЧНО МИ ПРОВОДИМО ВНУТРІШНІЙ МОНІТОРИНГ МЕДІА-КОНТЕНТУ для вимірювання ефективності та оцінки результатів таких заходів та реалізації цієї політики.

ЦЯ ПОЛІТИКА ПЕРЕГЛЯДАЄТЬСЯ ТА ОНОВЛЮЄТЬСЯ З РЕГУЛЯРНОЮ ПЕРІОДИЧНІСТЮ, щоби відповідати новим викликам часу.

