



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Internews

ДЕТЕКТОР М медіа
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ



ІНСТИТУТ
МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ

Ігор КУЛЯС, Роман ГОЛОВЕНКО, Ірина ЗЕМЛЯНА

за заг. редакцією Н. Лигачової-Чернолуцької та О. Романюк

ЗМІ ТА ВИБОРИ

САМОРЕГУЛЯЦІЯ

БЕЗПЕКА

ЗАКОНИ





ЖУРНАЛІСТИ НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ТА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ

ЗМІ ЗАБОРОНЕНО (НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ)

ЗУ "Про вибори Президента України"

- **Агітувати за або проти** кандидатів, оцінювати їхні передвиборні програми або віддавати їм перевагу в будь-якій формі, окрім матеріалів замовлених у рамках угод із кандидатом/партією (ч.4 ст.64)
- **Включати політичну рекламу** до інформаційних програм (ч.10 ст. 64)
- **Переривати передвиборчі передачі** комерційною рекламою (ч.11 ст. 64)
- **Відмовити у наданні ефіру чи площі** будь-якому з кандидатів, якщо було надано комусь іншому. (ЗМІ має право відмовити усім) (ч. 5, ч.8 ст. 60)
- **Проводити передвиборчу агітацію** в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України (ч.12 ст. 64)
- **Поширювати результати соціопитувань** протягом останніх двох днів перед днем виборів, а в день виборів - оприлюднювати результати екзит-полів до закінчення голосування (ч.13, ч.18 ст. 64)

ЗМІ ЗАБОРОНЕНО (НА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ)

ЗУ "Про вибори народних депутатів"

- **Агітувати за або проти** кандидатів, оцінювати їхні передвиборні програми або віддавати їм перевагу в будь-якій формі, окрім матеріалів замовлених у рамках угод із кандидатом/партією (ч.4 ст.64)
- **Включати політичну рекламу** до інформаційних програм (ч.17 ст. 74)
- **Переривати передвиборчі передачі** комерційною рекламою (ч.18 ст. 74)
- **Відмовити у наданні ефіру чи площі** будь-якому з кандидатів, якщо було надано комусь іншому. (ЗМІ має право відмовити усім) (ч.9 ст. 71)
- **Проводити передвиборчу агітацію** в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України (ч.19 ст. 74)
- **Поширювати результати соціопитувань** протягом останніх двох днів перед днем виборів, а в день виборів - оприлюднювати результати екзит-полів до закінчення голосування (ч. 3, ч. 4 ст 67)



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Internews

ДЕТЕКТОР
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ



ІНСТИТУТ
МАСОВОЇ
ІНФОРМАЦІЇ

Ігор Куляс, Роман Головенко, Ірина Земляна

за заг. редакцією

Н. Лигачової-Чернолуцької та О. Романюк

ЗМІ ТА ВИБОРИ

САМОРЕГУЛЯЦІЯ, БЕЗПЕКА, ЗАКОНИ

Київ — 2018

УДК 324
ББК 66.031 + 66.011.1
К 90

К 90 Куляс І., Головенко Р., Земляна І. ЗМІ та вибори Саморегуляція, безпека, закони / За заг. ред. Н.Лигачової-Чернолуцької, О. Романюк, Київ, 2018. — 100 с. Іл.

Автори цього посібника, спрямованого на журналістів із досвідом роботи та журналістів-початківців, дають відповіді на практичні й специфічні запитання, які ставить перед журналістом передвиборча тематика, з точки зору дотримання стандартів професії. У посібнику містяться поради, на що варто звертати увагу для того, щоб матеріали про вибори залишалися справжньою журналістикою, а не свідомою чи не-свідомою агітацією «за» чи «проти» когось із кандидатів, або маніпуляціями.

УДК 324
ББК 66.031 + 66.011.1

Виготовлення цього посібника стало можливим завдяки підтримці американського народу, що була надана через проект USAID "У-Медіа", що виконується міжнародною організацією "Інтерньюз". Зміст матеріалів є виключно відповідальністю ГО «Детектор медіа» та ГО «Інститут масової інформації» та не обов'язково відображає точку зору USAID, уряду США та "Інтерньюз".

© ГО "Детектор медіа", 2018.
© ГО "Інститут масової інформації", 2018.
© Куляс І., Головенко Р., Земляна І., 2018.

ЗМІСТ

Передмова. Навіщо і для кого цей посібник 4

Частина I.

Стандарти інформаційної журналістики під час виборчих кампаній	6
Ландшафт виборів.....	6
Стандарти в роботі з виборчою тематикою	11
Поточне висвітлення процедурних подій виборчого процесу	14
Висвітлення інших подій, опосередковано пов'язаних із виборами	34
Особливості висвітлення виборів у різних жанрах та форматах.....	
Законодавство про вимоги до роботи медіа у виборчих процесах	38

Частина II.

Статус журналіста й журналістська діяльність (журналістика)	44
Поняття журналіста та журналістської діяльності	44
Документи на підтвердження журналістського статусу.....	45
Права та обов'язки журналістів	46
Загальні обмеження для ЗМІ у виборчому процесі	52

Частина III.

Передвиборча агітація	54
Реклама й політична реклама.....	54
Поняття агітації.....	55

Частина IV.

Безпека журналіста	72
Особиста безпека журналіста.....	72
Правила поведінки в натовпі.....	77
Електронне стеження.....	83

Календар подій 93

НАВІЩО І ДЛЯ КОГО ЦЕЙ ПОСІБНИК

Новітня українська журналістика вже пережила величезну кількість виборів різного рівня й різної «ціни» — президентських, парламентських, мерських, місцевих. Були карколомні й визначальні, як президентські 1991-го, 2004-го чи 2010 років, парламентські 2002-го чи позачергові 2007-го. Були з цілком прогнозованим результатом, як президентські 1999-го чи навіть 2014 років, парламентські 2006-го чи 2012-го.

Будь-які вибори в умовах не до кінця сформованого громадянського суспільства й корумпованого політикуму — це своєрідне сезонне загострення хронічної хвороби під назвою «боротьба за владу». Симптоматика передбачувана: як примітивно політтехнологи розкручуватимуть своїх патронів і «топитимуть» їхніх конкурентів і як за популізм або й узагалі за гречку прості люди віддаватимуть свої голоси за шахраїв у дорогих костюмах. Для журналістів же в такі моменти історії наступають або «жнива», або питання серйозного особистого професійного вибору. Чи брати гроші з рук політиків, чи продовжувати чесно інформувати свою аудиторію.

У цьому посібнику ви не знайдете жодних порад на тему «як заробити на виборах», бо це не про журналістику. Натомість знайдете певну кількість порад, на що варто звертати увагу для того, щоб ваші матеріали про вибори таки залишилися справжньою журналістикою, а не агітацією «за» чи «проти» когось із кандидатів. Цей посібник спрямовано на тих, хто вже у професії, й на тих, хто лише починає в ній робити перші кроки. І навіть на тих, кого непереборні обставини змусили колись професію зрадити, але хто тепер хоче до неї повернутися.

Сенс даного посібника полягає лише в тому, щоби спробувати подивитися на ті суто практичні і специфічні питання, які ставить перед журналістом передвиборча тематика, з точки зору дотримання стандартів професії (попри те, що стандарти є універсальними, незалежно від тематики, що її висвітлює журналіст). Для цього розглянемо всі основні планові події виборчого процесу (як президентського, так і парламентського), а також події непланові, але цілком імовірні.

На нас чекають дві надзвичайно відповідальних кампаній — президентські вибори, які мають відбутися 31 березня 2019 року, й парламентські, які мають відбутися 27 жовтня 2019 року (це, звісно, якщо наші політики найближчим часом не змінять ці терміни). У цьому посібнику ми з вами спиратимемося на чинні на серпень 2018-го редакції законів про вибори Президента і народних депутатів. Хоча, знову-таки, ніхто не може гарантувати, що ці закони не зазнають якихось (малих, великих чи й кардинальних) змін за час, що залишився до цих двох виборчих кампаній.

Частина I.

СТАНДАРТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ПІД ЧАС ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ

Ігор Куляс

■ ЛАНДШАФТ ВИБОРІВ

Характеристика основних гравців та основних медіа

Працюючи з передвиборчою тематикою, варто мати на увазі, що основна обойма вітчизняних політичних сил і окремих політиків перебуває в «гарячій ротації» вже довгі роки. Сьогодні вони при владі або у провладній коаліції, завтра — в опозиції, й так далі. Періодично «під вибори» виникають також суто політтехнологічні проекти у вигляді цілих «партій» або окремих «політиків». Як свідчить уся новітня історія України, майже всі основні (ті, що «на слуху») політичні наші гравці перейняті не певною ідеєю в той чи інший спосіб розвивати країну, а тим, щоби, приходячи до влади, осідлати «потоки» і «схеми». В останнє десятиліття до мотивів боротьби за владу додається ще й цілком природний страх покарання за свої гріхи в разі приходу на зміну тих політичних опонентів, із якими важко буде домовлятися про персональну «амністію». (Хоча знову-таки, як свідчить останній досвід, усе одно вони потім якось домовляються і продовжують робити те саме.)

Висвітлюючи виборчий процес, усе це треба добре пам'ятати й дуже критично ставитися до будь-яких обіцянок, заяв про наміри тощо. Майже всі вони вже мали можливість виконати свої обіцянки про «квітучу Україну», але, отримуючи владу, не показували до того жодної політичної волі. До багатьох із нашого політикуму в минулому також поставали серйозні питання корупційного характеру. У кожної політичної сили і в кожного політика є чимало таких «скелетів у шафі». При тому в українського виборця (і це природно, хоч і на жаль)

«пам'ять коротка». Це і є одним із основних завдань журналістів — цю пам'ять «освіжати». Інакше виборець (який і є вашою аудиторією) дуже легко купується на красиву обгортку й голосує за відвертих популістів.

Звісно, все це ускладнюється тим, що переважна кількість українських мас-медіа належить великим бізнесменам, кожен із яких робить ставку на певну політичну силу й диктує «своїм» журналістам відповідну «редакційну політику». З якою журналістам дуже непросто сперечатися, отримуючи від власників медіа зарплату.

Ну й останнє. Журналісту, який хоче працювати за стандартами й пам'ятає про те, що місією професії є чесне інформування суспільства, дуже важливо вміти відмикати власні емоції й не підігрувати об'єктам власних політичних симпатій. Бо коли навіть немає редакційної цензури, то власні політичні симпатії / антипатії журналіста так само невідворотно ведуть до порушень стандартів професії, а отже й до часткового чи повного спотворення інформації для потенційних виборців.

Застереження щодо інституту «експертів-політологів»

При підготовці матеріалів виборчої тематики журналістам слід пам'ятати, що такої категорії як «політологи» в чистому вигляді (принаймні в нашій країні) не існує або майже не існує. На життя «політологи» заробляють не науковими працями та експертними статтями й коментарями для мас медіа, а працюючи політтехнологами на різні політичні сили. Тож будь-яку «експертну оцінку» політичного, а тим більше виборчого процесу будь-який «політолог» даватиме в руслі інтересів того кандидата чи тієї партії, яких він у цей момент обслуговує.

Із цього погляду включення до журналістського матеріалу цієї категорії експертів теж потребує окремого балансу думок. Наприклад, якщо певні події коментує політтехнолог «Батьківщини», який влітає у свою експертизу негативну

оцінку провладної коаліції, то його має балансувати, наприклад, політтехнолог БПП.

У будь-якому разі, звертаючись по коментар до вже розкрученого медіа «політолога», слід ретельно дослідити його бекграунд. І повідомити про цей бекграунд своїй аудиторії, яка вже й робитиме власні висновки — довіряти чи не довіряти цьому експерту.

В окремих ситуаціях експертну оцінку певних заяв чи дій політиків цілком можуть робити фахові історики, базуючись на історичних аналогіях, фахові економісти, соціологи тощо.

Спостерігачі на виборах

Офіційними спостерігачами, за законом, можуть бути представники партій і кандидатів у депутати на парламентських виборах, кандидатів у президенти й партій, які їх висунули, на президентських. На обох типах виборів спостерігачами можуть також бути представники громадських організацій, іноземних держав та міжнародних організацій. Спостерігачі для мас-медіа є цінним джерелом інформації про різноманітні порушення в ході виборчого процесу. Але не слід також повністю виключати й можливі маніпуляції з боку окремих спостерігачів. Особливих перевірок потребуватимуть заяви спостерігачів від кандидатів і партій (оскільки вони, звісно, діятимуть у їхніх інтересах), особливих перевірок також потребуватимуть будь-які заяви спостерігачів від тих держав, які мають свої інтереси в Україні, насамперед, звісно, від Росії й тих країн, де Росія має потужне політичне лобі (це й частина пострадянських країн, і, на жаль, деякі європейські країни).

Надійнішою може вважатися інформація спостерігачів від тих громадських організацій, які працюють на виборах давно й мають незаплямовану репутацію (як-от Комітет виборців України). Хоча будуть спостерігачі й від псевдогромадських організацій, насправді створених конкретними політиками «під себе». Тому тут вагому роль відіграє дослідження

бекграундів кожної організації, яка називає себе громадською й відправляє на вибори своїх спостерігачів. Так само редакціям слід відсортувати для себе за ступенем надійності ті міжнародні організації, які спостерігатимуть за виборами.

Соціологія, її можливе значення й питання достовірності

Як свідчить практика всіх попередніх виборів, у ролі кандидатів у президенти реєструється значна кількість людей — «важковаговики» або ж реальні претенденти на посаду висувуються партіями, плюс до того, оскільки закон передбачає можливість самовисування, в остаточному списку кандидатів завжди з'являється чимала кількість як маргінальних політиків, так і різного штибу «технічних кандидатів». І все це — не рахуючи ще й «міських божевільних». Так само й на парламентських виборах: крім реальних партій, у бюлетенях буде й велика кількість «прострочених консервів», тобто партій, про які в міжвиборчий період узагалі нічого не чути, й новостворених (у допустимий законодавством термін) або ж «реанімоваих» колишніх відомих брендів. Усі вони фінансуються різними бізнесами й покликані виконувати певну політтехнологічну функцію «відкушування» голосів у когось із реальних гравців.

Більшість цих «політтехнологічних» кандидатів і партій при цьому вимагають від медіа до себе однакової з основними гравцями уваги. Добре, що обидва виборних закони («Про вибори Президента України» і «Про вибори народних депутатів України») принаймні не змушують інформаційні редакції обов'язково висвітлювати події, пов'язані з **усіма** кандидатами на посаду Президента чи в депутати по мажоритарному округу, чи з **усіма** партіями, що йдуть на вибори.

Звісно, редакції самі вибирають, кому приділяти увагу, а кому — ні. Часто, знову-таки, кількість уваги до конкретних кандидатів чи партій, на жаль, диктується журналістам власником мас-медіа (виходячи з його, власника, політичних уподобань та домовленостей із політиками). Якщо ж залишити за

дужками редакційну цензуру, то орієнтиром для планування роботи редакції залишається фактична історія реальних політиків та політсил або ж їхнє попереднє представлення у владі. Але ж навіть новітня наша історія давала чимало прикладів, коли політсила, ще вчора багатолюдна і впливова в парламенті, з тріском «пролітала» на чергових виборах, або кандидат у Президенти, який на попередніх виборах мав усі шанси вступити в реальну боротьбу й небезпідставно сподівався на вихід до другого туру, на наступних виборах отримував жалюгідну кількість голосів, за межею статистичної похибки.

У цих умовах прогноз стає важливішим за історію. Й електоральні соціологічні дослідження стають надійнішим орієнтиром для вибору редакції, кому приділяти більшу увагу, а кого можна взагалі ігнорувати.

І тут є погана новина: далеко не всім соціологічним службам можна довіряти. По-перше, існує чимала кількість псевдосоціологів, яких фінансують ті ж самі політики. І зрозуміло, що ці «соціологічні служби» займаються виключно електоральними «дослідженнями», і зрозуміло ж, завжди на користь своїх патронів (найповніший на сьогодні список цих сумнівних служб можна знайти на сайті texty.org.ua, там є й доволі широко цитовані українськими мас-медіа). По-друге, в умовах гібридної війни навряд чи можна довіряти російським соціологічним службам і їхнім «філіям» в Україні («Фонд общественного мнения», ВЦИОМ, «Левада-центр» тощо). Вони, звісно ж, штучно просуватимуть зручних для Кремля політиків і політсили. По-третє, навіть і в середовищі українських соціологів давно вже «попаслися» ті ж політики. З цього приводу варто мати на увазі історію доведеної фальсифікації результатів екзит-полів фірмами «Социс», «Соціальний моніторинг» та Українським інститутом соціальних досліджень під час другого туру президентських виборів 2004 року. До речі, саме відтоді технологія фальсифікації екзит-полів живе і працює, й зовсім не виключено, що працюватиме вона й на обох виборах 2019 року.

З огляду на все це, якщо ваша редакція або ви особисто не хочете дезінформувати свою аудиторію недостовірною соціологією, обмежтеся лише дослідженнями тих соціологічних служб, які займаються електоральними дослідженнями в Україні давно й попередні результати досліджень яких досі не викликали сумнівів (наприклад, Фонд демократичних ініціатив ім. Ілька Кучеріва, Фонд Разумкова, Київський міжнародний інститут соціології тощо).

Спираючись на такі соціологічні дослідження, редакції можуть цілком обґрунтовано приділяти більшу увагу реальним претендентам на президентську посаду чи партіям, які мають реальні шанси на подолання прохідного 5-відсоткового бар'єру (в обох випадках слід обов'язково враховувати озвучений соціологами розмір статистичної похибки).

■ СТАНДАРТИ У РОБОТІ З ВИБОРЧОЮ ТЕМАТИКОЮ

Спробуймо оцінити, яку роль кожен зі стандартів може відігравати в цій тематиці загалом.

Стандарт оперативності подачі інформації. Загалом тут специфіки немає. Як і в будь-якій іншій тематиці, будь-яку інформацію слід оприлюднювати максимально швидко або ж завжди слід максимально скоротити час між подією й повідомленням про неї. Зазвичай усі планові ординарні події на телебаченні й радіо висвітлюються у звичайному режимі коротких форм у денних випусках новин і повноцінних репортажів у вечірніх підсумкових. На інтернет-платформах інформація про такі події викладається в міру готовності, наприклад: одномоментно — трансляції на Ютубі, швидко — короткими повідомленнями у Твіттері, докладніше і з фото чи відео — у Фейсбуку. При цьому ще слід враховувати рух основної аудиторії конкретної платформи (тому подеколи немає сенсу поспішати з дописами, наприклад, у тому ж Фейсбуку).

Але стандарт оперативності набирає надзвичайної ваги в день голосування і при подальшому підрахунку голосів ви-

борчками всіх рівнів аж до офіційного оголошення результатів виборів Центрвиборчкомом.

Стандарт точності подачі інформації. Це ключовий стандарт загалом для журналістики. Під час будь-якого виборчого процесу надзвичайно зростає кількість фейкової інформації, що її продукують політтехнологи різних політсил. Це не лише неправдиві факти, це й вигідні для когось інтерпретації реальних фактів (тобто суб'єктивні думки, замасковані під факти).

Не менше маніпуляцій слід очікувати і з цитуванням суб'єктивних думок політиків.

Стандарт достовірності подачі інформації. Будь-який факт, що його повідомляє журналіст, повинен мати чітке джерело походження. В добу інтернету недостовірні інформація «копіпейстом» множитья в геометричній прогресії й наче-то стає частиною реальності. У період виборчих кампаній кількість фейкової інформації про кандидатів буде надзвичайно великою. Тут має працювати професійний запобіжник: що скандальнішою виглядає певна інформація — то ретельнішою має бути її перевірка в першоджерелах. І саме в першоджерелах.

Крім того, слід звернути увагу на те, що велика кількість інформації протягом кампанії оприлюднюється Центрвиборчкомом на його офіційній веб-сторінці. Вітчизняні журналісти давно вже звикли брати до своїх матеріалів інформацію з інтернету без перевірки, що часто призводить до оприлюднення хибних фактів чи перекручених думок. В умовах гібридної війни, що її Росія веде проти України й насамперед на інформаційному фронті, слід бути готовими до численних хакерських атак на сайт ЦВК. Досить нагадати хоча би історію, коли наступного дня після голосування на президентських виборах 2014 року російський пропагандистський телеканал ОРТ оприлюднив у випуску «новин» нібито скриншот веб-сторінки українського ЦВК з даними попереднього підрахунку голосів, де начебто впевнено перемагав кандидат Ярош. СБУ

тоді вдалося запобігти зламу сайту ЦВК, а от російські пропагандисти поспішили й упіймали облизня, оприлюднивши ефесбешну заготовку в ефірі. Але не факт, що на прийдешніх виборах нашої спецслужбі вдасться так же успішно запобігати всім спробам агресора впливати на наші вибори. Тож будь-яку інформацію, оприлюднену на сайті ЦВК, слід обов'язково перевіряти в першоджерелах, перш ніж пускати її в ефір чи публікувати в інтернеті.

Стандарт повноти подачі інформації. Крім повноти подачі фактів і думок, саме в виборчій тематиці надзвичайної ваги набуває якість бекграундів. Тому що всі основні «гравці» мають довшу чи коротшу політичну історію, про яку саме журналісти мають нагадувати виборцям.

Стандарт балансу думок. Політики й політтехнологи пострадянських країн надзвичайно схильні будувати передвиборчі кампанії на медійному знищенні репутації своїх основних політичних конкурентів. Україна в цьому не є винятком. Тому на наступних президентських і парламентських виборах у медіа буде «вкидатися» величезна кількість компромату. Звісно, певна його частина буде правдивими бекграундами (бо майже про кожну вітчизняну політсилу й майже про кожного з багаторічних гравців політичної сцени є що пригадати), але інша частина буде або довільною інтерпретацією певних фактів чи заяв із минулого, або ж відвертими фейками. Тому, висвітлюючи різні передвиборчі події, слід дуже ретельно дбати про стандарт балансу думок. І щоразу, коли з вуст політиків звучать звинувачення чи критика на адресу своїх конкурентів, слід обов'язково давати цим конкурентам чесну можливість для слова у відповідь.

Стандарт відокремлення фактів від думок. Тут, як і в будь-якій суспільно-політичній тематиці, журналісти мають пам'ятати, що в новинах вони взагалі не мають права на власні висновки, оцінки чи узагальнення. На оцінки в новинах мають право лише ньюзмейкери та експерти. В авторських же публіцистичних форматах їхні суб'єктивні думки мають базу-

ватися на надійному масиві фактів і чітко маркуватися саме як авторські.

Стандарт доступності подачі інформації. Найбільше цей стандарт стосується пояснення складних процедурних питань, від дотримання яких учасниками виборного процесу значною мірою залежить якість проведення виборів на всіх рівнях — від окремих виборчих дільниць до Центрвиборчкому.

■ **ПОТОЧНЕ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОЦЕДУРНИХ ПОДІЙ ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ**

Законодавство доволі чітко і в більшості випадків із конкретними термінами описує весь перебіг виборчого процесу — від оголошення його початку Центрвиборчкомом до остаточного оголошення результатів виборів. Спробуймо подивитися, на дотримання яких стандартів слід звертати більшу увагу при висвітленні всього цього ланцюжка обов'язкових подій, пов'язаних із виборчим процесом.

Президентські й парламентські вибори за плановими подіями багато в чому схожі, хіба що розрізняються строками, тому однакові за змістом події далі ми розглядатимемо разом. Якщо певні події мають істотні відмінності у президентських та парламентських виборах — розглядатимемо їх окремо. Всі події подаємо приблизно в тій хронології, яку передбачає законодавство, лише згруповані по основних «сюжетних лініях» (висування кандидатів, формування комісій, рух бюлетенів, списки виборців тощо). Посилання на конкретні статті законів: коли йдеться про вибори Президента — це Закон «Про вибори Президента України» (**скорочено — ЗВП**), коли йдеться про парламентські вибори — Закон «Про вибори народних депутатів України» (**ЗВД**).

Загалом, вирушаючи робити репортаж про будь-яку з цих подій, завжди є сенс перечитати опис процедур конкретної події у відповідному законі. Це буде й хорошою підказкою, на

що журналісту слід звертати увагу, працюючи на місці події, й убезпечить від грубих помилок у майбутньому матеріалі.

Президентські вибори: ЦВК може переглянути межі територіальних виборчих округів

Строки: не пізніше як за 200 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 19, ч. 3).

Президентські вибори: Оприлюднення ЦВК переліку територіальних виборчих округів

Строки: не пізніше як за 100 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 19, ч. 3).

Парламентські вибори: Оприлюднення ЦВК переліку одномандатних округів та адрес виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 175 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 18, ч. 4).

Може бути темою для матеріалу лише в разі істотних змін меж округів. У такому випадку доречною буде аналітика, — наприклад, опитування експертів, насамперед соціологів, на користь якого з кандидатів могли бути зроблені такі зміни. Для загальнонаціональних мас-медіа з погляду повноти інформації достатньо буде говорити про найвагоміші зміни. Для регіональних ЗМІ потрібна буде достатня деталізація змінених меж округів на території свого регіону. Дуже доречними і з погляду стандарту повноти, і з погляду стандарту доступності інформації, будуть карти меж округів та інфографіка стосовно електорального складу.

Президентські вибори: ЦВК оприлюднює перелік виборчих дільниць

Строки: не пізніше як за 100 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 20, ч. 5).

Парламентські вибори: Оприлюднення ЦВК списку виборчих дільниць із зазначенням одномандатних округів, до яких ці дільниці відносяться

Строки: не пізніше як за 175 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 23, ч. 1).

Ця подія заслуговує більше на увагу регіональних медіа. Для повноти інформації також бажаною є інфографіка.

Президентські вибори: Початок виборчого процесу

Строки: за 90 днів до дня голосування, ЦВК оголошує про нього не пізніше як за 91 день до дня голосування (ЗВП, ст. 17, ч. 3).

Парламентські вибори: Початок виборчого процесу

Строки: за 90 днів до дня голосування, ЦВК оголошує про нього не пізніше як за 91 день до дня голосування (ЗВД, ст. 16, ч. 2).

Формальна процедура, про яку досить буде простих інформаційних повідомлень.

Президентські вибори: Перерахування бюджетних грошей Центрвиборчкому на підготовку і проведення виборів

Строки: у триденний строк від дня початку виборчого процесу (ЗВП, ст. 38, ч. 4).

Парламентські вибори: Перерахування бюджетних грошей Центрвиборчкому на підготовку і проведення виборів

Строки: у триденний строк від дня початку виборчого процесу (ЗВД, ст. 46, ч. 4).

Загальнонаціональним медіа має сенс відстежувати, чи дотримано строки цього перерахування й чи відповідає законодавчим нормам перерахована сума. У разі порушень має сенс розслідувати причини і взяти з цього приводу коментарі відповідальних посадовців.

Президентські вибори: Висування кандидатів від партій (на з'їздах, зборах чи конференціях) та самовисування кандидатів

Строки: з першого дня виборчого процесу (ЗВП, ст. 44, п. 1).

Парламентські вибори: Висування кандидатів у депутати — партійний список і кандидати по одномандатних округах — партіями на з'їздах (зборах чи конференціях)

Строки: починається за 90 і закінчується за 79 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 52, ч. 1).

Враховуючи велику кількість партій, які висуватимуть своїх кандидатів на обох виборах, — це й велика кількість подій, які заслуговують на значну увагу медіа для якісного інформування виборців.

Висвітлюючи партійні з'їзди, збори чи конференції, на яких партійці визначатимуться зі своїми кандидатами, журналістам важливо максимально уникати тих елементів, які міститимуть у собі агітаційну складову (прямі чи приховані заклики голосувати за партійні списки чи за кандидатів від партії). Це можуть бути й заяви з трибуни, і фрагменти інтерв'ю з учасниками партійної події. Слід також обережно працювати з картинкою (і фото, й відео), особливо ж із загальними планами, де в кадр можуть потрапляти елементи візуального оформлення події, що містять агітаційну складову.

Цитуючи фрагменти промов і синхрони учасників процесу, варто звертати особливу увагу на те, чи не звучить у них критика або звинувачення на адресу політичних опонентів чи державних інститутів. Якщо така критика або звинувачення є і якщо без їх цитування звіт про подію не буде повним, слід подбати про баланс думок і надати критикованим чи звинуваченим слово у відповідь. Його не обов'язково вставляти в сам репортаж про подію, щоб не порушувати драматургію, можна подавати його окремо наступним за версткою.

Крім репортажів висування партіями кандидатів (як до партійних списків, так і по одномандатних — мажоритарних — округах) заслуговує на аналітику. Як мінімум це повин-

ні бути якісні бекграунди принаймні по найбільш відомих та / або одіозних особах. Як максимум це може бути експертна оцінка якісного складу кандидатів від кожної партії.

І знову-таки редакційного ресурсу більшості ньюзрумів точно не вистачить на те, щоб висвітлювати з'їзди всіх партій, які братимуть участь у виборах (тим більше, що з початком передвиборчої кампанії життя не зупиняється і продовжують відбуватися різні інші події, які до виборів не мають ніякого стосунку, але з яких складається інформаційна картина кожного дня і які редакціям також треба висвітлювати). Редакції самі вибирають, за ким стежити. Але навряд чи стандарт повноти інформації буде дотримано загалом, якщо редакція висвітлюватиме партійні з'їзди маргінальних сил, а при тому ігноруватиме когось із основних претендентів на перемогу у виборах. Орієнтиром для якісного відбору об'єктів уваги журналістів може бути лише достовірна соціологія.

Президентські вибори: Подання документів до ЦВК для реєстрації кандидатів у Президенти

Строки: закінчується за 55 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 51, ч. 5).

Парламентські вибори: Подання документів до ЦВК для реєстрації кандидатів у народні депутати

Строки: закінчується за 75 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 58, ч. 2 і ст. 59, ч. 2).

Теж велика кількість подій, які зазвичай партійні політехнологи намагаються організувати яскраво, перетворюючи формальну процедуру на певне шоу. Тут також діють застереження стосовно великої кількості агітаційних елементів і застереження стосовно критики чи звинувачень на адресу політичних опонентів.

Для аналітичних матеріалів із цього типу подій доцільним є експертний аналіз якості й реалістичності передвиборчих програм кандидатів і партій. Крім того, є сенс аналізувати декларації кандидатів про доходи та майновий стан. І про-

грами, й декларації кандидати подають для реєстрації до Центрвиборчому, а Центрвиборчком оприлюднює їх на своїй веб-сторінці. Але для дотримання стандарту достовірності слід отримувати підтвердження в самого кандидата чи його довірених осіб тих фактів із декларацій або тих положень передвиборчих програм, про які журналіст збирається говорити у своєму матеріалі.

Президентські вибори: Рішення ЦВК про реєстрацію кандидата чи відмову в реєстрації

Строки: протягом п'яти днів із дня подання документів (ЗВП, ст. 51, ч. 9).

Парламентські вибори: Рішення ЦВК про реєстрацію кандидатів чи відмову в реєстрації

Строки: протягом п'яти днів із дня подання ними документів (ЗВД, ст. 58, ч. 6 і ст. 59, ч. 6).

Рішення по кожній кандидатурі ухвалюється Центрвиборчкомом за переліком формальних ознак, чітко описаних у законодавстві (ЗВП, ст. 51 і 52; ЗВД, ст. 54, 55, 58, 59 і 60). З огляду на величезну кількість запропонованих кандидатів, затвердження кандидатур комісією триває багато днів. Відстежувати його повністю немає сенсу. Досить щодня подавати коротку інформацію про зареєстрованих. На більшу увагу редакцій заслуговують лише випадки відмови в реєстрації. Наприклад, якщо таку відмову отримала відома особа або якщо підстави для відмови (їх ЦВК викладає у відповідному протоколі) є неоднозначними й дискусійними. Для загальнонаціональних мас-медіа об'єктами уваги є відмови публічним людям, яких знає вся країна. Для регіональних — публічні особи, добре відомі в регіоні.

В окремих випадках особи, які отримали від ЦВК відмову в реєстрації кандидатом, можуть позиватися до суду. Висвітлення всіх цих подій потребує чіткого дотримання стандарту балансу думок (коментарі представника ЦВК й «відмовника» чи представників партії, яка висувала його в кандидати). Крім

того, з погляду стандарту повноти інформації в матеріалі слід чітко подавати бекґраунд, у якому описується сама законодавча процедура й суть підстав для відмови в реєстрації кандидатам.

Президентські вибори: Закінчення реєстрації кандидатів Центрвиборчкомом

Строки: не пізніше як за 50 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 51, ч. 10).

Парламентські вибори: Закінчення реєстрації кандидатів Центрвиборчкомом

Строки: не пізніше як за 70 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 58, ч. 6 і ст. 59, ч. 6).

Формальний термін. Час, коли редакціям є сенс зайнятися аналітикою вже повного списку кандидатів, зокрема оцінкою їхніх можливих шансів на виборах тощо. Темою для аналітичних матеріалів на цьому етапі також може бути аналіз зареєстрованих кандидатів на «справжність» чи, навпаки, «технічність».

Президентські вибори: Передвиборча агітація кандидатів

Строки: з наступного дня від реєстрації кандидата Центрвиборчкомом (ЗВП, ст. 57, ч. 1).

Парламентські вибори: Агітаційна кампанія партій та кандидатів-мажоритарників

Строки: з наступного дня після реєстрації списку чи кандидата (ЗВД, ст. 70, ч. 1).

За законодавством передвиборча агітація має бути відділеною від інформаційних матеріалів і чітко маркуватися як політична реклама. Але при цьому частина форм передвиборчої агітації є умовно подієвою, хоча, звісно, ці події мають доволі штучний характер. Це проведення кандидатами зборів та зустрічей із виборцями, проведення мітингів, походів,

демонстрацій і пікетів, організація публічних дебатів та дискусій, круглих столів та прес-конференцій на передвиборчу тематику, проведення концертів, вистав, спортивних змагань тощо.

Звісно, це вибір кожної редакції — чи розглядати такі заходи як суспільно важливі події, але роблячи репортажі про них у випусках новин, слід уникати саме агітаційних меседжів (і в синхронах, і в картинках). І знову пам'ятати про баланс думок. Як у межах окремих матеріалів про окремі події, так і загалом у висвітленні агітаційних заходів різних партій та кандидатів.

У рамках новин може використовуватися спосіб такого собі «огляду передвиборчих подій», де коротко й без журналістських коментарів можна подавати в щоденному режимі повідомлення про всі ті агітаційні заходи різних кандидатів і різних партій, які були або масштабними, або супроводжувалися ексцесами. При цьому слід приділяти приблизно однакову увагу всім «основним гравцям», не випинаючи штучно агітаційну кампанію одних та не ігноруючи інших.

Президентські вибори: Відкриття кандидатами рахунків виборчих фондів

Строки законом не регламентуються.

Парламентські вибори: Відкриття рахунків виборчого фонду партій та кандидатів

Строки: не пізніше як на 10-й день зі дня реєстрації Центрвиборчкомом (ЗВД, ст. 48, ч. 1).

Редакції можуть протягом передвиборчої кампанії ретельно відстежувати прозорість наповнення цих фондів і фінансування партіями / кандидатами своїх агітаційних заходів, які за законом мають фінансуватися виключно з офіційних виборчих фондів і з бюджетних коштів, що їх рівномірно надає кандидатам ЦВК. Це хороше джерело тем для журналістських розслідувань.

Президентські вибори: Подання кандидатами на посаду Президента кандидатур до складу окружкомів

Строки: не пізніше як за 45 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 23, ч. 3).

Президентські вибори: Утворення Центрвиборчкомом окружкомів

Строки: не пізніше як за 40 днів до дня виборів (ЗВП, ст. 23, ч. 2).

Президентські вибори: Оприлюднення рішення про утворення окружкомів та їхнього складу на веб-сторінці ЦВК

Строк: не пізніше наступного дня від ухвалення рішення (ЗВП, ст. 23, ч. 11).

Парламентські вибори: Подання партіями кандидатур до складу окружкомів

Строки: не пізніше як за 67 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 27, ч. 4).

Парламентські вибори: Проведення Центрвиборчкомом жеребкування й утворення окружкомів

Строки: не пізніше як за 62 дні до дня голосування (ЗВД, ст. 27, ч. 1).

Парламентські вибори: Оприлюднення рішення про утворення окружкомів та їхнього складу на веб-сторінці ЦВК

Строк: не пізніше наступного дня від ухвалення рішення (ЗВД, ст. 27, ч. 11).

Персональний склад окружних виборчих комісій є предметом для серйозного дослідження журналістами, бо від цих людей залежатиме дотримання прописаної законом процедури на всіх етапах виборчого процесу, а відтак — чесності проведення виборів у межах цілих великих округів. Тому не-

абиякої ваги набирають бекґраунди членів окружкомів, особливо ж тих, хто раніше працював у виборчих комісіях різного рівня. Одне з найважливіших питань: чи не були такі члени окружкомів раніше помічені в діях, пов'язаних зі спробами фальсифікувати результати голосування.

Президентські вибори: Складання окружками й затвердження Центрвиборчкомом кошторису видатків окружкомів

Строки: в 10-денний строк зі дня створення окружкомів (ЗВП, ст. 38, ч. 6).

Парламентські вибори: Складання окружками й затвердження Центрвиборчкомом кошторису видатків окружкомів

Строки: в 10-денний строк зі дня створення окружкомів (ЗВД, ст. 46, ч. 6).

Президентські вибори: Подання райдержадміністраціями до окружкомів щодо створення спеціальних виборчих дільниць

Строки: не пізніше як за 35 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 20, ч. 2).

Президентські вибори: Утворення спеціальних виборчих дільниць окружками

Строки: не пізніше як за 30 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 20, ч. 10).

Парламентські вибори: Подання райдержадміністраціями до окружкомів щодо створення спеціальних виборчих дільниць

Строки: не пізніше як за 48 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 21, ч. 5).

Парламентські вибори: Утворення спеціальних виборчих дільниць окружками

Строки: не пізніше як за 45 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 21, ч. 3).

Спеціальні виборчі дільниці, за законом, на території країни утворюються в лікарнях, у пенітенціарних установах і слідчих ізоляторах. Законодавство також додає до цього списку «та інших місцях тимчасового перебування виборців з обмеженими можливостями пересування» (ЗВП, ст. 20, ч. 2, ЗВД, ст. 21, ч. 1). Крім того на президентських виборах законом передбачено утворення Центрвиборчкомом таких дільниць на території військових частин, щоправда з приміткою «у винятковому випадку». Цю «винятковість» закон не пояснює.

У більшості випадків спеціальні виборчі дільниці створюються в тих самих установах, де вони були на попередніх виборах. Є сенс розповідати про «новинки».

Президентські вибори: Подання кандидатами у Президенти до окружкомів кандидатур до складу дільничних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 23 дні до дня голосування (ЗВП, ст. 24, ч. 2).

Президентські вибори: Утворення окружками дільничних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 18 днів до дня голосування (ЗВП, ст. 24, ч. 1).

Президентські вибори: Оприлюднення окружками рішення про створення дільничних виборчих комісій та про їхній склад

Строки: не пізніше як на третій день після прийняття рішення (ЗВП, ст. 24, п. 14).

Парламентські вибори: Подання партіями та кандидатами в одномандатному окрузі до окружкомів кандидатур до складу дільничних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 39 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 28, ч. 6).

Парламентські вибори: Утворення окружкамими дільничних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 31 день до дня голосування (ЗВД, ст. 28, ч. 1).

Парламентські вибори: Оприлюднення окружками рішення про створення дільничних виборчих комісій та про їхній склад

Строки: не пізніше як на п'ятий день після прийняття рішення (ЗВД, ст. 28, ч. 15).

Це ширше поле для регіональних медіа. Так само, як і з персональним складом окружкомів, варто аналізувати бек-граунди членів дільничних виборчих комісій та партійний склад виборчкомів.

Президентські вибори: Затвердження Центрвиборчкомом форми, кольору й тексту виборчого бюлетеня

Строки: не пізніше як за 22 дні до дня голосування (ЗВП, ст. 71, ч. 1).

Парламентські вибори: Затвердження Центрвиборчкомом форми, кольору й тексту виборчих бюлетенів

Строки: не пізніше як за 53 дні до дня голосування (ЗВД, ст. 80, ч. 1).

Зазвичай основним об'єктом уваги мас-медіа в цій процедурі є порядок розташування кандидатів у бюлетені.

Президентські вибори: Нацполіція починає забезпечувати цілодобову охорону окружкомів

Строк: не пізніше як за вісім днів до дня голосування (ЗВП, ст. 39, ч. 1).

Парламентські вибори: такої норми закону немає.

Редакціям є сенс перевірити дотримання цієї норми закону під час президентської передвиборчої кампанії і з'ясувати причини в разі недотримання.

Президентські вибори: Виготовлення виборчих бюлетенів

Строки: не пізніше як за сім днів до дня голосування (ЗВП, ст. 72, ч. 1).

Парламентські вибори: Виготовлення виборчих бюлетенів

Строки: не пізніше як за сім днів до дня голосування (ЗВД, ст. 81, ч. 1).

При висвітленні цієї теми особливу увагу слід приділити питанню контролю за кількістю виготовлених бюлетенів і ступенями їхнього захисту, бо на численних попередніх виборах дуже часто працювала маніпулятивна технологія «вкидання» надлишкових або й фальшивих бюлетенів пачками, що, звісно, спотворювало результати виборів. За нинішніми ж нормами законодавства, за якими кількість бюлетенів доволі чітко враховується, в такий спосіб може досягатися визнання результатів виборів недійсними на окремих дільницях (що може бути вигідно окремим партіям і кандидатам у тих регіонах, де соціологія показує їхню низьку популярність серед виборців).

Президентські вибори: Передача виборчих бюлетенів Центрвиборчкомом округам

Строки: не раніше як за сім днів до дня голосування (ЗВП, ст. 73, ч. 1).

Парламентські вибори: Передача виборчих бюлетенів Центрвиборчкомом округам

Строки: не раніше як за сім днів до дня голосування (ЗВД, ст. 82, ч. 1).

Президентські вибори: Передача виборчих бюлетенів округами на дільниці

Строки: не раніше як за три дні, але не пізніше як за 24 години до дня голосування (ЗВП, ст. 73, ч. 3).

Парламентські вибори: Передача виборчих бюлетенів округами дільничним виборчим комісіям

Строки: не раніше як за три дні й не пізніше як за 24 години до дня голосування (ЗВД, ст. 82, ч. 3).

Рух бюлетенів від ЦВК до виборчих дільниць також слід відстежувати з погляду унеможливлення різного роду маніпуляцій.

Президентські вибори: Передача органами Держреєстру попередніх списків виборців дільничним виборчим комісіям

Строки: не пізніше як за вісім днів до дня голосування (ЗВП, ст. 31, ч. 6).

Президентські вибори: Надання дільничними виборчими комісіями списків виборців до ознайомлення

Строки: наступного дня після його отримання, тобто не пізніше як за сім днів до дня голосування (ЗВП, ст. 32, ч. 1).

Президентські вибори: Надсилання дільничними виборчими комісіями повідомлень кожному виборцю

Строки: не пізніше як за п'ять днів до дня голосування (ЗВП, ст. 32, ч. 2).

Президентські вибори: Останній термін для уточнення своїх даних у списку виборців

Строк: за п'ять днів до дня голосування (ЗВП, ст. 32, ч. 4).

Парламентські вибори: Передача органами Держреєстру попередніх списків виборців дільничним виборчим комісіям

Строки: не пізніше як за 20 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 39, ч. 5).

Парламентські вибори: Надання дільничними виборчими комісіями списків виборців до ознайомлення

Строки: наступного дня після його отримання, тобто не пізніше як за 19 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 40, ч. 1).

Парламентські вибори: Надсилання дільничними виборчими комісіями повідомлень кожному виборцю

Строки: не пізніше як за 15 днів до дня голосування (ЗВД, ст. 40, ч. 2).

Парламентські вибори: Останній термін для уточнення своїх даних у списку виборців

Строк: за п'ять днів до дня голосування (ЗВД, ст. 40, ч. 5).

На президентських виборах це дуже слизький момент, оскільки в разі, якщо органи Держреєстру й дільничні комісії не поспішатимуть і робитимуть усе у крайні, дозволені законом строки, то у виборців буде лише два дні на перевірку коректності своїх даних у списку. Причому це їм треба буде зробити ще до отримання іменного запрошення на вибори, бо після його отримання часу на внесення уточнень у них уже не буде. Цей момент заслуговує на окреме висвітлення заздалегідь, щоб люди були поінформовані про можливість здійснити своє законне право на перевірку. Хоча за законом технічні і дрібні неточності теоретично можна буде виправити на виборчій дільниці в день голосування, але це в кожному випадку залежатиме від доброї волі членів виборчкому.

Президентські вибори: Закінчення передвиборчої агітації кандидатів

Строк: 24-та година останньої п'ятниці перед днем голосування (ЗВП, ст. 57, ч. 2).

Парламентські вибори: Кінець передвиборчої агітації

Строк: 24-та година останньої п'ятниці перед днем голосування (ЗВД, ст. 70, ч. 2).

У «добу тиші» слід відстежувати випадки незаконного продовження агітації кандидатами та партіями. Хорошим помічни-

ком для журналістів у цій ситуації будуть офіційні спостерігачі, особливо ж від громадських і міжнародних організацій.

Крім того редакціям слід пам'ятати про заборону оприлюднення в цей час будь-яких даних електоральних соціологічних опитувань.

Президентські вибори: Голосування

Строки: 31.03.2019 з 8:00 до 20:00 (ЗВП, ст. 17, ч. 1).

Президентські вибори: Підрахунок голосів на дільницях

Строки: із 20-ї години дня голосування до встановлення результатів, без перерв, кінцевого строку законом не передбачено (ЗВП, ст. 78, ч. 2).

Парламентські вибори: Голосування

Строки: 27.10.2019 з 8:00 до 20:00 (ЗВД, ст. 16, ч. 1 і ст. 85, ч. 1).

Парламентські вибори: Підрахунок голосів на дільницях

Строки: із 20-ї години дня голосування до встановлення результатів, без перерв, кінцевого строку законом не передбачено (ЗВД, ст. 94, ч. 1).

Голосування й наступний підрахунок голосів на виборчих дільницях — це величезна кількість різних — і планових, і надзвичайних — подій, які відбуваються одночасно в багатьох місцях. Охопити їх усі, зрозуміло, нереально навіть для ньюзрумів із найпотужнішим людським і технічним ресурсом. Але ж завдання редакцій у підсумку змалювати для своєї аудиторії повноцінну картину цих подій: для загальнонаціональних мас-медіа — картину по всій країні (а це 225 виборчих округів), для регіональних — картину по своєму регіону (часто це кілька десятків округів). Тому в цей ключовий момент дуже багато залежить від якості редакційного планування. Завжди є сенс робити це як спеціальний проект,

бо якщо редакція працюватиме в ці день і ніч у звичайному поточному режимі, то на повноту інформаційної картини годі сподіватися. З погляду подачі новин це може бути, наприклад, режим щогодинних спецвипусків. Або й безперервний ефір, де до інформаційних випусків додаються гостьові студії й бекграундові сюжети. Але під час таких гостьових студій ведучим важливо контролювати, щоби гості в ефірі не агітували за певну партію чи кандидата.

При плануванні локацій, на які відправляти репортерів, варто обирати, наприклад, ті дільниці, де в одномандатному (мажоритарному) окрузі передвиборча боротьба між кандидатами-фаворитами є найгострішою (про що свідчитимуть як різні події під час самої передвиборчої кампанії, так і електоральні опитування соціологів). Не слід забувати і про спеціальні виборчі дільниці, особливо ж там, де виборці позбавлені волі. Для якісного висвітлення процесу голосування й підрахунку голосів журналісту слід добре розібратися в усіх процедурних моментах. Ведучи репортаж з виборчої дільниці, слід звертати головну увагу на такі моменти. По-перше, активність виборців (хоч із законодавства свого часу прибрали «порогову явку», без якої раніше можна було вважати, що вибори не відбулися) — часто створення «піків» разом із не найкращою організацією процесу дають надзвичайні черги виборців. По-друге, слід фіксувати грубі порушення процедури, які можуть впливати на підсумкові результати в межах виборчої дільниці або цілого виборчого округу (особливо ж на парламентських виборах, бо мажоритарка завжди є великою спокусою для окремих кандидатів «поліпшити» свій результат за допомогою різного роду порушень).

Із погляду стандарту балансу думок у репортажах про хід голосування слід надавати слово й пересічним виборцям, і спостерігачам, і членам виборчої комісії. Важливо при цьому також балансувати думки, оскільки виборці мають різні політичні симпатії, спостерігачі також можуть бути політично заангажовані (див. вище), а членами виборчкому є представники від різних партій та кандидатів.

В усіх матеріалах, які редакція видає в ефір чи викладає на інтернет-платформах до закриття дільниць, важливо уникнути будь-яких агітаційних елементів.

З огляду на стандарт оперативності дуже важливо організувати подачу результатів екзит-полів, щойно це стає дозволеним, тобто одразу ж після моменту закриття виборчих дільниць. Для цього слід заздалегідь домовлятися із соціологічними службами, які зазвичай уже мають остаточні результати за півгодини-годину до завершення голосування.

Президентські вибори: Передача документів дільничними виборчими комісіями округам

Строків закон не встановлює.

Президентські вибори: Підрахунок голосів і встановлення результатів по округах округами

Строків закон не встановлює.

Парламентські вибори: Передача документів дільничними виборчими комісіями округам

Строків закон не встановлює.

Парламентські вибори: Підрахунок голосів і встановлення результатів округами по загальнодержавному округу в межах свого округу і по одномандатному округу

Строків закон не встановлює.

Тут особливу увагу з погляду стандарту точності слід приділяти дотриманню всіх процедурних норм членами округам. А з погляду стандарту балансу думок важливо надавати слово представникам різних політичних сил.

Президентські вибори: Прийняття Центрвиборчком документів від округомів

Строків закон не встановлює.

Президентські вибори: Встановлення Центрвиборчкомом результатів виборів

Строки: протягом десяти днів після дня голосування, але не пізніше як на третій день після отримання всіх протоколів окружкомів (ЗВП, ст. 84, ч. 1).

Президентські вибори: Офіційне оприлюднення результатів виборів АБО рішення ЦВК про проведення повторного голосування (другого туру)

Строки: невідкладно після підписання протоколу (ЗВП, ст. 84, ч. 2 і ч. 5).

Парламентські вибори: Прийняття Центрвиборчкомом документів від окружкомів

Строків закон не встановлює.

Парламентські вибори: Встановлення Центрвиборчкомом результатів виборів по загальнодержавному округу й по одномандатних округах

Строки: не пізніше як на 15-й день після дня голосування (ЗВД, ст. 98, ч. 1, ст. 99, ч. 1).

Парламентські вибори: Офіційне оприлюднення результатів виборів

Строки: не пізніше як на п'ятий день зі дня встановлення результатів (ЗВД, ст. 100, ч. 1).

Так само, найбільша увага — дотриманню процедури.

Наступні події стосуються повторного голосування (або другого туру) на президентських виборах, яке призначається, якщо жоден із кандидатів у Президенти не набрав більше половини голосів виборців, які брали участь у голосуванні (ЗВП, ст. 84, ч. 5). У цьому випадку до виборчого бюлетеня включають двох кандидатів, які набрали найбільше голосів виборців (ЗВП, ст. 85, ч. 2). Відповідно, саме вони дали і пропонують кандидатури до окружкомів і дільничних виборчкомів. До всіх подальших планових подій другого туру — ті ж зауваги, що й до аналогічних подій, описаних вище. Із тією лише відмінністю, що полегшується дотримання стандарту балансу

думок, оскільки сторін виборчої боротьби з великого списку залишається лише дві — два кандидата і їхні представники в комісіях різних рівнів.

Президентські вибори: Останній термін для зняття кандидатом своєї кандидатури з повторного голосування

Строки: не пізніше як за 12 днів до дня повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 3).

Президентські вибори: Подання кандидатами Центрвиборчкому кандидатур до складу окружних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за 12 днів до дня повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 6).

Президентські вибори: Формування Центрвиборчкомом нових окружних комісій

Строки: не пізніше як за десять днів до дня повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 5).

Президентські вибори: Затвердження тексту виборчого бюлетеня для повторного голосування

Строк: не пізніше як за десять днів до дня повторного голосування (ЗВП, ст. 71, ч. 1).

Президентські вибори: Подання кандидатами окружкомам кандидатур до складу дільничних виборчих комісій

Строки: не пізніше як за вісім днів до повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 9).

Президентські вибори: Формування окружними дільничними виборчими комісіями

Строки: не пізніше як за п'ять днів до повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 8).

Президентські вибори: Повторне голосування (другий тур)

Строки: 21.04.2019 (третя неділя після дня виборів) із 8:00 до 20:00 (ЗВП, ст. 85, ч. 1).

Президентські вибори: Підрахунок голосів на дільницях

Строки: з 20-ї години дня повторного голосування до встановлення результатів, без перерв (ЗВП, ст. 78, ч. 2).

Президентські вибори: Передача документів дільничними виборчими комісіями округам

Строків закон не встановлює.

Президентські вибори: Підрахунок голосів і встановлення результатів по округах округами

Строків закон не встановлює.

Президентські вибори: Прийняття Центрвиборчком документів від округів

Строків закон не встановлює.

Президентські вибори: Встановлення Центрвиборчком результатів виборів і їх оголошення

Строки: не пізніше як на десятий день після дня повторного голосування (ЗВП, ст. 85, ч. 16).

■ Висвітлення інших подій, опосередковано пов'язаних із виборами

Надзвичайні пригоди, пов'язані з виборчим процесом

Найпоширенішою є ситуація, коли фігурантом надзвичайної пригоди (кримінал, аварія, нещасний випадок, передчасна смерть тощо) стають кандидати у Президенти або кандидати в народні депутати. Загалом подібні події висвітлюються стандартно, як і подібні ж не пов'язані з виборами. Просто вони часто потрапляють до поля зору редакцій саме

тому, що пов'язані з учасниками виборчого процесу, про що досить згадати на початку матеріалу.

Але доволі часто ці пригоди стають приводом для політичних заяв із боку однопартійців чи прихильників кандидата про зв'язок надзвичайної пригоди з виборами. Для балансу думок і повноти інформації дуже важливо в таких ситуаціях подавати версії, озвучені правоохоронцями. І важливо максимально повно подавати всі факти, які можуть підтверджувати чи, навпаки, заперечувати певні версії.

Часто однопартійці чи прихильники кандидата в подібній ситуації звинувачують у пригоді своїх політичних опонентів: опозиціонери — чинну владу, влада — опозицію. В таких ситуаціях заяви зі звинуваченнями слід балансувати, надаючи обов'язково слово у відповідь обвинуваченій стороні.

Поточна робота держслужбовців, які є кандидатами на виборах

Загалом навіть і не в період виборів українські мас-медіа «грішать» висвітленням буденної поточної роботи чиновників будь-якого рангу — від Президента країни до голів райдержадміністрацій. Звичний усім «паркет» постійно з'являється у стрічках новин, в ефірі телеканалів та на радіо. В ідеалі, звісно ж, сама по собі рутинна поточна робота чиновників ніяк не може бути темою журналістських матеріалів. У період передвиборчої кампанії — тим більше, бо кожна поява чиновника-кандидата в позитивному контексті стає для нього додатковою передвиборчою рекламою. «Провів засідання», «скликав нараду», «взяв на особистий контроль», «доручив створити робочу групу» й тому подібне — це, звісно, не новини. І тут лише від редакцій і журналістів залежить, чи дають вони кандидатам-держслужбовцям можливість додатково піаритися, просто виконуючи свою поточну роботу. Тим більше, що в Законі «Про вибори Президента України» для кандидатів-держслужбовців спеціально «простелена соломка»: *«До передвиборної агітації не відносяться офіційні*

повідомлення в період виборчого процесу (без коментарів, які можуть мати агітаційний характер, а також відео-, аудіо-записів, кінозйомок, фотоілюстрацій) про дії кандидатів на пост Президента України, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією України або законами України» (ст. 58, ч. 3).

Але ще раз — просте «виконання ними посадових (службових) повноважень» не може бути темою для повідомлень, статей, сюжетів тощо.

Новиною можуть бути конкретна дія чи, навпаки, бездіяльність або ж конкретне рішення посадовця чи держаного органу, але таке рішення має висвітлюватися з обов'язковим балансом думок, який включає в себе думку з цього приводу тих людей, яких це рішення стосується напряму. Якщо ці дія чи рішення мають будь-яку політичну складову, — обов'язковою стає оцінка з боку політичних опонентів влади. Якщо ця дія чи рішення пов'язані зі складними речами (наприклад, з економікою) або ж їхні наслідки виглядають неочевидними, — обов'язковою з погляду стандарту балансу думок стає фахова експертна оцінка.

При висвітленні подій, пов'язаних із будь-якою роботою держслужбовців, журналістам слід бути дуже уважними, щоб у своїх матеріалах не ретранслювати жодних заяв цих держслужбовців, які мають агітаційний характер (тобто прямо чи опосередковано закликають голосувати за певну політсилу чи певного кандидата або, навпаки, проти певної політсили чи певного кандидата). Тим більше, що законодавство забороняє брати участь у передвиборчій агітації *«органам виконавчої влади, органам влади Автономної Республіки Крим та органам місцевого самоврядування, правоохоронним органам і судам, їх посадовим і службовим особам у робочий час (крім випадків, коли відповідна особа є кандидатом на пост Президента України)»* (ЗВП, ст. 64, ч. 1). Остання обмовка є дуже симптоматичною, оскільки дає держслужбовцям-кандидатам на посаду Президента дивну «індульгенцію». Чим ці

кандидати активно й користуються. І знову-таки вже виключно на совісті журналістів — ретрансляція таких агітаційних заяв цих кандидатів.

Нарешті, ще один вимір роботи держслужбовців високих рангів — це різноманітне перерізання стрічок, покладання квітів, закладання капсул, «весільне генеральство» на різноманітних урочистостях тощо. Ось це вже точно не має бути предметом уваги новин. Бо всі ці дії посадовців не мають ніякого стосунку до виконання ними основної своєї роботи на благо суспільства. Натомість із наближенням виборів кількість таких заходів у виконанні посадовців-кандидатів значно зростає. Як варіант: такі заходи можуть ставати об'єктом уваги журналістів, але в цих випадках слід висвітлювати подібні події максимально повно, а не подавати лаковану політтехнологіями картинку. Журналіст має потрапити за лаштунки урочистого «паркету» й показати: як це все готувалося, скільки довелося чекати людям, скільки бюджетних грошей на цей «паркет» було витрачено тощо.

Політичні заяви кандидатів

Передвиборча кампанія — це час великої кількості заяв політиків із найрізноманітніших приводів. Причому будьде — на мітингу, з трибуни на сесії, на святі й на місці трагедії, на прес-конференції тощо. Зрозуміло, що далеко не кожна з цих заяв заслуговує на увагу медіа. Але є й такі, що потребують уваги через свою небуденність.

- Умовно можна розбити заяви, які мають агітаційну мету, на такі групи:
- обіцянки (що зробить кандидат, якщо він чи його політсила прийдуть до влади);
- обвинувачення чи критика на адресу політичних конкурентів;
- нагадування про свої чи своєї політсили звитяги в минулому.

Будь-які обіцянки кандидатів журналісти мають перевіряти на реалістичність у два обов'язкових кроки. По-перше, слід одразу ж запитувати в політика про те, як він бачить механізми реалізації своєї обіцянки. Часто буває так, що політикам нічого на це сказати, бо їхні політтехнологи вкладають їм у уста певну красиву обіцянку, лише спираючись на реальні соціологічні дані щодо очікувань певних електоральних груп. (Було би, звісно, добре, якби журналісти взагалі брали всі ці обіцянки на «довгостроковий контроль» і запитували про причини їх невиконання пізніше, коли той, хто обіцяв, уже при владі. Але, на жаль, українська журналістика здебільшого цим не займається.) По-друге, реалістичність обіцянок найчастіше потребує й експертної оцінки — якісного фахівця в тій галузі, якої ця обіцянка стосується (економіста, соціолога, правознавця та інших). Без такої оцінки ретрансляція голої обіцянки кандидата чи партії жодним чином не може вважатися збалансованою.

Будь-яка критика й будь-які звинувачення кандидатів на адресу політичних конкурентів, безумовно, потребують надання цим конкурентам слова у відповідь.

Будь-які нагадування кандидатів про колишні свої заслуги потребують якісного бекграунду. Бо ці «заслуги» в передвиборчий період часто перебільшуються, висмикуються з контексту відповідного часу, а буває й таке, що політики приписують собі чужі заслуги.

■ **ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ВИБОРІВ У РІЗНИХ ЖАНРАХ ТА ФОРМАТАХ**

Новини (в будь-якому вигляді й на будь-яких носіях)

Тут будь-яка тематика виборчого процесу нічим не відрізняється від будь-якої іншої тематики. Хіба що тим, що будь-яке грубе порушення стандартів (з огляду на швидкоплин-

ність передвиборчої кампанії) гарантовано вплине на вибір конкретних людей. Як приклад — розтиражована у травні 2014-го теза, що Україна програє війну, якщо не обере Президента в першому турі, стала однією з основ впевненої перемоги нинішнього Президента. Маю думку, що ця теза, виграшна для пана Порошенка, була згенерована політтехнологами його штабу й підхоплена багатьма мас-медіа

Публіцистика (авторські програми, статті, блоги)

Однією з поганих традицій української авторської журналістики є хронічне часткове чи й повне нехтування стандартами професії. Часто це навіть формулюється в думку «я, себто автор, так бачу світ і маю на це повне право у своїй / своєму програмі / статті / блогу». Тому тут хочеться нагадати цим «авторам»: якщо ви все ж таки вважаєте себе журналістами, а не пропагандистами-агітаторами залюбих вам політсилу чи кандидата, то в авторських матеріалах основних стандартів теж слід дотримуватися. І застосовуються вони таким чином.

По-перше, на будь-яку тему подається повний масив фактів, а не їх тенденційна вибірка. Подаються як «зручні» для автора чи його героїв, так і «незручні» факти. Подаються також усі необхідні бекграунди — так само і «зручні», й «незручні».

По-друге, всі факти повинні бути як слід перевірені в надійних джерелах і підтверджені чіткими посиланнями на них. Ніяких «начебто» й «нібито», ніяких посилань на «копійейсти» з інтернету й ніяких «люди вважають» без надійної соціології.

По-третє, на рівні подачі суб'єктивних думок має дотримуватися їхній баланс. Слово має бути надано всім сторонам конфлікту, який лежить в основі теми матеріалу. В тому числі тим сторонам, чия думка буде «незручною» для самого автора, бо не підтверджуватиме або й спростовуватиме власні авторські висновки.

По-четверте, все це має бути чітко «розкладено по полицях»: факти відокремлено від думок, а думка від думки. Скрізь має бути чітко зрозуміло, чия це думка, де її початок, а де кінець.

І, нарешті, по-п'яте, будь-яка суб'єктивна авторська думка (висновок, оцінка, узагальнення тощо) також має бути чітко відокремлена від фактів і від думок інших людей. І будь-яка власна думка не висловлюється автором як «істина в останній інстанції», а чітко маркується журналістом за допомогою таких простих слів, як «я вважаю», «на мою думку» тощо.

Суспільно-політичні ток-шоу і студійні спецпроекти до виборів

У будь-яких «великих» студійних форматах, де передбачено участь певної кількості гостей-політиків, найбільшій ваги набирає дотримання стандарту балансу думок. Причому в різні способи.

По-перше, в рамках однієї програми мають брати участь політичні опоненти однакової «ваги». Незбалансованим буде шоу, на якому «важковаговики» з одного умовного політичного табору (союзники) будуть спілкуватися з маргіналами, які або погоджуватимуться з «основними гравцями», або, навпаки, «вигідно їх відтінятимуть» власною недолугістю та неадекватністю (так творці маніпулятивних ток-шоу створюють імітацію конфлікту й балансу думок у студії, щоби показати своїх симпатиків у кращому вигляді; так працює, зокрема, російська пропаганда).

По-друге, ведучі шоу мають надати чесну можливість усім гостям висловити власну позицію й аргументи з усіх питань, які розглядаються на ток-шоу. Йдеться, звісно, не про математичний розподіл часу (це чітко регламентується лише у форматі передвиборчих теле- чи радіодебатів), бо значною мірою залежить від того, наскільки компактно кожен гість уміє формулювати свою думку. Але великою мірою залежить і від професіоналізму та доброї волі ведучих.

По-третє, баланс думок має також бути дотримано й «на довгій дистанції», тобто в рамках усього циклу програм. У підсумку всі основні «гравці» або всі основні політсили, які обґрунтовано претендують на виграш у виборному марафоні, мають бути представлені приблизно порівну. А не так, як це відбувається нині на суспільно-політичних шоу великих російських і великих українських телеканалів, де є «хронічні гості», які ходять туди як на роботу. А їхніх опонентів туди чомусь не запрошують.

Коли йдеться про президентські вибори, у студії слід зводити перших осіб — самих кандидатів. Коли йдеться про парламентські вибори, партії зазвичай самі делегують спікерів, але в силах авторів ток-шоу вести з партіями переговори про конкретні персоналії гостей, про «перших осіб» політичних сил.

Постає законне питання: а що робити, коли певний кандидат чи певна партія «першого ешелону» навідріз відмовляються від участі в ток-шоу? По-перше, вести переговори, переконувати. По-друге, якщо це так і не дало результату, обов'язково повідомляти у студії про відмову із зазначенням озвучених «відмовниками» причин (навіть якщо ці причини звучать не дуже добре, наприклад, «ми нічого спільного не хочемо мати з вашим телеканалом»). І по-третє, не «ображатися» на «відмовників», а працювати на самому ток-шоу їхніми «представниками», тобто добре підготувати і озвучувати в ефірі всі бекґраунди по запланованих до обговорення темах (тобто на кожну тему цитувати позиції та аргументи «відмовників», публічно озвучені ними раніше). Лише в такому випадку буде дотримано стандарт балансу думок.

Камерні інтерв'ю з кандидатами у студії (як окремий формат чи як частина програм інших форматів)

Для того, щоби повноцінно дотримати стандартів під час прямоефірного інтерв'ю, дуже важливо підготуватися до нього. Насамперед важливим є пошук усіх необхідних бекґраундів стосовно як героя інтерв'ю, так і його основних опонентів.

Стандарт повноти інформації буде забезпечено лише в тому разі, коли журналіст-ведучий добре орієнтуватиметься у фактах стосовно кожної теми, що запланував обговорювати з гостем.

Стандарту балансу думок можна досягати у три способи. Перший вимагає якісної командної роботи: коли гість каже щось, що потребує слова його політичного опонента у відповідь, редакція оперативно зв'язується з цим опонентом телефоном чи Скайпом. У підсумку з'являється можливість прямо в ефірі перетворити монолог гостя на діалог із його опонентом. Звісно, це вищий пілотаж. Другий спосіб простіший: він передбачає знову-таки якісну підготовку до інтерв'ю, коли ведучий наводить думки опонентів гостя з кожної теми, висловлені ними раніше. Третій спосіб — це обіцянка ведучого аудиторії дати думку опонента з приводу сказаного гостем у наступних випусках програми (і, зрозуміло, таку обіцянку журналістам належить виконувати).

■ Законодавчо про вимоги до роботи медіа у виборчих процесах

Докладно і фахово юридичні моменти роботи мас-медіа під час виборчих кампаній розглянуто у частині II «Статус журналіста і журналістська діяльність (журналістика)». У цьому розділі — лише один момент, напряму пов'язаний із застосуванням стандартів професії при висвітленні виборчої тематики.

Обидва виборчих закони зобов'язують журналістів висвітлювати хід підготовки і проведення виборів «об'єктивно» (ЗВД ст. 13, п. 4, ЗВП, ст. 13, п. 4). Крім того, обидва закони вимагають від журналістів поширювати повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані з виборами, знову-таки базуючись, зокрема, «на об'єктивності інформації» (ЗВД, ст. 66, п. 2, ЗВП, ст. 56, п. 2). Що означає це «об'єктивно» чи «об'єктивність інформації», закони не пояснюють. Очевид-

но, що законодавці, які виписували в законах цю норму й голосували за неї, не замислювалися над тим, що сама по собі «об'єктивність» будь-якої інформації є величиною абсолютно невимірюваною. Отже дає можливість будь-якому учаснику виборчого процесу будь-який журналістський матеріал назвати «необ'єктивним». Лише тому, що «об'єктивність» може бути чисто суб'єктивною оцінкою. Або ж просто абстрактною філософською категорією. Так само й із вимогою про «неупередженість».

Щоправда, в обох законах, крім сумнівної об'єктивності, вибірково згадуються деякі зі стандартів журналістики, зокрема достовірність, точність, повнота і збалансованість (ЗВД, ст. 66, п. 2 і 3, ЗВП, ст. 56, п. 2 і 3). Якщо додати до цього стандарти оперативності, відокремлення фактів від думок і доступності подачі інформації, отримуємо повний список законів професії, за якими має працювати будь-який журналіст і будь-яка редакція. І висвітлення передвиборчих кампаній і виборів не є якимось тематичним винятком. Навпаки — це тематика, де нехтування журналістами професійними стандартами може дуже дорого коштувати суспільству.

Частина II.

СТАТУС ЖУРНАЛІСТА І ЖУРНАЛІСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ (ЖУРНАЛІСТИКА)

РОМАН ГОЛОВЕНКО

■ ПОНЯТТЯ ЖУРНАЛІСТА І ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Поняття «журналіст» і «журналістика» зараз зазнають трансформації своєї сутності з огляду на розвиток і доступність Інтернету та соціальних мереж, що дає змогу вести діяльність, подібну до журналістської, набагато більшої кількості людей, аніж є, власне, журналістів. Вододілом між реальною журналістикою та звичайним створенням і поширенням інформації для необмеженого кола осіб може стати дотримання професійних стандартів, але в контексті виборчого процесу до уваги передусім братиметься формальний журналістський статус і те, яке визначення терміна «журналіст» наявне в законодавстві.

Найсвіжішим є визначення, дане 2006 року в новій редакції Закону України «Про телебачення і радіомовлення»: *«телерадіожурналіст — штатний або позаштатний творчий працівник телерадіоорганізації, який професійно збирає, одержує, створює і готує інформацію для розповсюдження»* (ст. 1). Такі ознаки, як збір, створення й підготування інформації до поширення в ЗМІ, перебування журналіста в трудових (у штаті) чи інших договірних відносинах зі ЗМІ, притаманні й визначенням терміна «журналіст» в інших законах (ЗУ «Про пресу» — ст. 25, ЗУ «Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів» — ст. 1).

Законодавство також містить визначення професійної діяльності журналіста (примітка до ст. 345-1), яке кілька років тому було додано до Кримінального кодексу (далі — КК), під нею треба розуміти *«систематичну діяльність особи, пов'я-*

зану із збиранням, одержанням, створенням, поширенням, зберіганням або іншим використанням інформації з метою її поширення на невизначене коло осіб через друковані засоби масової інформації, телерадіоорганізації, інформаційні агентства, мережу Інтернет». Варто звернути увагу на те, що в цьому визначенні до класичних ЗМІ прирівняно мережу Інтернет. Щоправда, у практичній діяльності правоохоронних органів із таким прирівнянням виникають проблеми.

У виборчому процесі журналіст вступає у відносини з іншими суб'єктами, в основному на етапі збору/отримання інформації, коли питання дотримання професійних стандартів зазвичай не є настільки критичним (порівняно з етапом створення та поширення інформації), тому всі, хто має документи, які підтверджують журналістський статус, і працює над збором інформації, однозначно можуть вважатися журналістами. Хоча такий статус особи може не отримати в подальшому підтвердження, якщо з'ясується, наприклад, що збір інформації здійснювався не для ЗМІ, а для штабу певної політсили, хоча особа і мала журналістське посвідчення.

■ ДОКУМЕНТИ НА ПІДТВЕРДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СТАТУСУ

Загальною нормою законодавства, яка охоплює журналістів усіх видів ЗМІ, є вже згадувана примітка до ст. 345-1 КК, яка передбачає: *«Статус журналіста або його належність до засобу масової інформації підтверджується редакційним або службовим посвідченням чи іншим документом, виданим засобом масової інформації, його редакцією або професійною чи творчою спілкою журналістів»*. Подібні положення містяться і в ст. 25 Закону України «Про пресу».

Документами, які підтверджують статус журналіста, можуть бути:

- редакційне посвідчення певного ЗМІ;
- прес-карта / членський квиток, видані Національною спілкою журналістів України (НСЖУ);

- ❑ прес-карта / членський квиток, видані Незалежною медіа-профспілкою України (НМПУ);
- ❑ прес-карта інших журналістських організацій.

Законодавчих вимог щодо форми і змісту таких документів немає, але бажано, щоб у них були наявні: найменування ЗМІ / журналістського об'єднання, підпис їхнього керівника, фото власника документа.

Для присутності на засіданні виборчої комісії найкраще підходить перший варіант документа (редакційне посвідчення ЗМІ), оскільки виборча комісія може обмежувати присутність представників ЗМІ на дільниці до двох осіб від одного ЗМІ (ч. 9 ст. 28 ЗУ «Про вибори Президента», п. 5 ч. 3 ст. 34 ЗУ «Про вибори народних депутатів»), а за наявності в журналіста прес-карти журналістського об'єднання може бути незрозуміло, яке саме ЗМІ він представляє (хіба що в ній було би вказано назву ЗМІ). Тому, крім прес-карти, ідучи на засідання виборчому в конкретному ЗМІ, варто все ж отримати певний документ, який підтверджує співпрацю журналіста з ним, наприклад редакційне завдання. Що стосується самозайнятих журналістів, які на етапі збору/отримання інформації не співпрацюють із конкретним засобом масової інформації, а продають ЗМІ вже повністю чи частково готовий матеріал, то в цьому випадку в законі наявна прогалина, але, зважаючи на норми ч. 2 ст. 19 Конституції України, присутність таких журналістів на засіданні не мала би обмежуватися.

■ ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ЖУРНАЛІСТІВ

3.1. Загалом у законодавстві права журналістів прописані значно конкретніше, ніж їхні обов'язки. Що стосується прав, то найбільший їхній перелік закріплений у ст. 25 Закону України «Про інформацію» (в редакції 2011 року). Цей перелік поєднує в собі як суто професійні (притаманні лише журналістам), так і загальногромадянські (притаманні будь-якому громадянину) права.

Загальногромадянські права:

- ❑ Право на здійснення записів (письмових, аудіо-, відео-), за винятком випадків, передбачених законом (ч. 1 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»). З реалізацією цього права також тісно пов'язана норма ст. 307 Цивільного кодексу, яка передбачає, що під час зйомки на заходах публічного характеру немає обов'язку просити дозволу на її проведення в кожного з присутніх, адже часто це суто технічно нереально (але в кожного присутнього залишається право вимагати, щоби його не знімали, якщо зйомка почалася. Таке право не є абсолютним, і його можна заперечити, якщо відповідна особа вчиняє правопорушення).
- ❑ Право поширювати свої матеріали під власним авторством або псевдонімом (ч. 5 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»).
- ❑ Право на відвідування приміщень суб'єктів владних повноважень (органів державної влади, місцевого самоврядування та ін.), їхніх відкритих заходів, а також право на особисте приймання їхніми посадовцями (ч. 2 ст. 25 того ж закону).

Професійні права журналіста:

- ❑ Право на журналістську таємницю (ч. 3 ст. 25 того ж закону, п. 6 ч. 2 ст. 65 Кримінального процесуального кодексу України) — не розкривати джерело інформації (або інформацію, яка дозволяє його ідентифікувати), якщо вона надана на умовах нерозголошення джерела, крім випадків, коли журналіста зобов'язав його розкрити суд.
- ❑ Право доступу в місця надзвичайних подій (аварій, стихійних лих, масових безладів, воєнних дій) — після пред'явлення документа, що підтверджує професійну належність, і за винятком передбачених законом випадків (ч. 4 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»).
- ❑ Право відмовитися від авторства на матеріал, який після редакційної правки суперечить переконанням журналіста (ч. 6 ст. 25 того ж закону).

- ❑ Право на отримання акредитації при суб'єктові владних повноважень (ст. 26 того ж закону). Акредитація полягає в забезпеченні режиму сприяння для ЗМІ/журналістів з боку відповідного суб'єкта (ч. 4 вказаної статті), а не просто в їхньому допуску на заходи / в приміщення (для цього акредитація не потрібна — абзац 2 ч. 1 ст. 26).
- ❑ Права і гарантії щодо соціального забезпечення (ст. 18 ЗУ «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів») — зокрема, право на отримання за рахунок держбюджету грошової допомоги до 50 прожиткових мінімумів у разі поранення, яке журналіст дістав під час виконання професійних обов'язків (або допомоги в розмірі 100 прожиткових мінімумів для сім'ї журналіста в разі його загибелі за таких обставин).

Окрім того, представники засобів масової інформації наділені законодавством окремими правами у виборчому процесі (хоча його суб'єктами вони не є):

- ❑ право бути присутніми без дозволу чи запрошення виборчої комісії на її засіданнях, у тому числі під час підрахунку голосів та встановлення результатів голосування, на виборчій ділянці в день виборів чи в день повторного голосування в приміщенні, де проводиться голосування, — не більше двох осіб від одного ЗМІ (абзац 1 ч. 9 ст. 28 ЗУ «Про вибори Президента», п. 5 ч. 3 ст. 34 ЗУ «Про вибори народних депутатів»). Виборча комісія може мотивованим рішенням позбавити права присутності на своєму засіданні представника ЗМІ, якщо він неправомірно перешкоджає його проведенню (рішення ухвалюється 2/3 голосів — ч. 11 ст. 28, ч. 5 ст. 34 вказаних законів);
- ❑ право на акредитацію на з'їзді, де відбуватиметься висунення кандидата в президенти (ч. 8 ст. 47 ЗУ «Про вибори Президента») стосується тільки цього виду виборів;

- ❑ право оглянути скриньки для голосування перед його початком (ч. 10 ст. 75 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 4 ст. 84 ЗУ «Про вибори народних депутатів»).

3.2. Законодавче закріплення обов'язків журналістів є більш розрізненим. Частина 1 статті 60 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» містить перелік обов'язків для творчих працівників телерадіоорганізацій (аудіовізуальних ЗМІ):

- ❑ перевіряти достовірність одержаної інформації (тут під достовірністю розуміється правдивість);
- ❑ не допускати випадків поширення в телерадіопрограмах відомостей, які порушують права і законні інтереси громадян, принижують їхню честь і гідність (виконання цього обов'язку необхідно збалансовувати з інтересами суспільства: якщо інформація є суспільно важливою, то суспільство має право на її отримання, хоча поширенням такої інформації і здійснюється втручання в права, інтереси, честь або гідність громадян);
- ❑ не допускати поширення інформації, забороненої ч. 2 ст. 6 цього закону (держтаємниця, ксенофобські висловлювання, посягання на конституційний лад, пропаганда війни, наркотиків, порнографії, вплив на підсвідомість через ТБ та ін.);
- ❑ інші обов'язки (зокрема, перед роботодавцем — дотримання його статуту, трудового договору).

Опосередковано на журналіста поширюються також і обов'язки телерадіоорганізації (ст. 59 згаданого закону).

Закон України «Про пресу» також передбачає певний набір журналістських обов'язків для працівників друкованих ЗМІ у ч. 3 ст. 26:

- ❑ подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію;
- ❑ задовольняти прохання осіб, які надають інформацію, щодо їхнього авторства або збереження таємниці авторства;

- ❑ відмовлятися від доручення редактора чи редакції, якщо воно не може бути виконано без порушення закону;
- ❑ представлятися та пред'являти редакційне посвідчення чи інший документ, що підтверджує професійну належність або повноваження;
- ❑ утримуватися від поширення з комерційною метою інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника продукції чи послуг (поширення прихованої реклами / джинси);
- ❑ інші обов'язки (зокрема, перед роботодавцем — дотримання його статуту, програми діяльності).

Крім того, до обов'язків журналіста фактично належить і дотримання ним професійної етики. Це впливає з того, що Європейський суд з прав людини наголошує на наданні гарантій щодо права на свободу слова за умови дотримання журналістом етичних стандартів (пар. 58 ріш. Суду в справі «Бедат проти Швейцарії», пар. 54 ріш. Суду в справі «Фрессоз і Руар проти Франції» та ін.). З огляду на те, що практика Європейського суду з прав людини (не тільки в справах проти України, а й будь-яких інших країн) в Україні законодавчо прирівняна до джерела права, можна стверджувати, що дотримання стандартів професійної етики є для журналіста юридично зобов'язувальним.

Окремо існує набір обов'язків самого ЗМІ (а опосередковано й журналіста) у виборчому процесі. *«Інформаційні агентства та засоби масової інформації поширюють повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані з виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання»* (ч. 2 ст. 56-5 Закону «Про вибори Президента»). А також: *ЗМІ й інформ агентства «зобов'язані дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти і точності інформації» «при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією»*

(ч. 3 ст. 63 закону про парламентські вибори). Спільними для обидвох законів обов'язками ЗМІ є:

- ❑ об'єктивність (у західній журналістській традиції це поняття дуже широке, в Україні об'єктивність можна трактувати принаймні як антонім до суб'єктивності, упередженості, яка може виявлятися в просуванні якогось конкретного погляду, що може призводити до порушення інших обов'язків — повноти, збалансованості);
- ❑ достовірність (вказування джерел інформації та перевірка їх);
- ❑ повнота (інформування про всі вагомні аспекти висвітлюваного питання);
- ❑ точність (адекватне відтворення кожного з указаних аспектів у матеріалі ЗМІ);
- ❑ неупередженість (ненадання переваги (або навпаки) якомусь із героїв сюжету).

Збалансованість згадується лише в законі про парламентські вибори, але її треба розуміти як обов'язок подати в достатній мірі точки зору всіх зацікавлених сторін у матеріалах, які стосуються конфлікту або взаємосуперечливих поглядів на якесь питання.

Крім того, ЗМІ мають збалансовано висвітлювати коментарі всіх партій та кандидатів щодо подій, пов'язаних із виборами (ч. 3 ст. 56-6 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 3 ст. 66 ЗУ «Про вибори народних депутатів»). Зважаючи на часто дуже велику кількість кандидатів, які змагаються за один мандат, партій на парламентських виборах, очевидно, що під збалансованістю висвітлення коментарів розуміється не арифметична рівність часу / друкованої площі для кожного з них, а корелювання обсягу уваги ЗМІ до кандидата/партії з рівнем його/її електоральної підтримки. Тобто чим вищий наразі рейтинг, тим більше уваги ЗМІ варто приділити цій партії чи кандидату (водночас не позбавляючи певної уваги тих, у кого рейтинг нижче статистичної похибки). Оцінювати рейтинг

варто за результатами усереднених даних соціологічних компаній з надійною репутацією.

Спеціальний обов'язок ЗМІ стосується також поширення інформації про результати соціологічних опитувань (рейтинги партій/кандидатів): під час їх поширення необхідно зазначати час проведення, території охоплення опитуванням, розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних, метод опитування, точне формулювання питань, можливу статистичну похибку, повну назву соціологічної компанії, замовників опитування (ч.ч. 1—2 ст. 67 ЗУ про парламентські вибори, ч.ч. 1—2 ст. 56-б ЗУ «Про вибори Президента»).

■ **ЗАГАЛЬНІ ОБМЕЖЕННЯ ДЛЯ ЗМІ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ**

Закон щодо кожного виду виборів типово містить перелік обмежень для ЗМІ, дія всупереч яким вважатиметься порушенням виборчого законодавства. У Законі «Про вибори Президента України» це норми ст. 64, у Законі «Про вибори народних депутатів» — ст. 74. Зокрема, вони передбачають такі загальні заборони (про заборони щодо агітації/політреклами йтиметься в одному з наступних розділів):

- заборону на поширення в будь-якій формі матеріалів, що містять заклики до ліквідації незалежності України (теоретично як такі можуть розглядатися і непрямі заклики, наприклад заяви, що українська ідентичність «вигадана австрійським генштабом»), зміни конституційного ладу насильницьким шляхом (акцент на насильницькому способі зміни), порушення суверенітету і територіальної цілісності держави (можуть підпадати заяви про «легітимність кримського референдуму», «референдумів» у т.зв «ДНР-ЛНР»), підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади (теоретично можуть підпадати й заяви про незаконність «київської хунти» і т.п.), пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової,

релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;

- ❑ заборону переривати передачі передвиборчих програм рекламою товарів, робіт, послуг та іншими повідомленнями, розміщувати політичну рекламу в одному блоці з комерційною чи соціальною рекламою, використовувати в комерційній та соціальній рекламі прізвища (портрети) кандидатів, назви чи символіку партій;
- ❑ заборону поширювати завідомо неправдиві, недостовірні чи наклепницькі відомості про кандидата, партію (неправдивість відомостей має бути очевидною або встановленою судом);
- ❑ заборону місцевим/регіональним комунальним теле- і радіоканалам перекривати своїми передачами передвиборчі програми, агітацію кандидатів і партій, які транслюються на загальнонаціональних каналах;
- ❑ заборону поширювати інформацію про результати соціологічних опитувань упродовж останніх двох днів перед днем виборів та днем повторного голосування (для парламентських виборів — передбачено в ч. 3 ст. 67 відповідного закону);
- ❑ заборону оприлюднювати в день виборів результати екзит-полів до закінчення голосування (для парламентських виборів — норма ч. 4 ст. 67 відповідного закону);
- ❑ заборону впродовж 10 хвилин (на президентських виборах — 20 хвилин) до і після теле-, радіотрансляції передвиборчої агітаційної теле-, радіопрограми партії, кандидата в будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборчої агітаційної програми, дії партії, кандидатів у депутати, давати будь-яку інформацію щодо кандидата в президенти на тому ж каналі мовлення (ч. 9 ст. 72 ЗУ про парламентські вибори, ч. 5 ст. 61 ЗУ «Про вибори Президента»).

РЕКЛАМА І ПОЛІТИЧНА РЕКЛАМА

За Законом «Про рекламу» (ст. 1) реклама визначається як *«інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформуванню або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару»*. Рекламована особа може бути як фізичною, так і юридичною (наприклад, політпартією). Не будь-яка інформація стосовно особи є її рекламою, оскільки із законодавчого визначення випливає, що призначенням інформації є формування чи підтримання інтересу (а не інформування про поточні новини, наприклад). Це суб'єктивний момент, але за наявності в інформації певної сукупності ознак її рекламний характер можна довести (фокусування на позитивних чи негативних характеристиках, відсутність суспільно важливого інформприводу, обсяг інформаційного повідомлення та ін.). Оплата за розміщення не є юридичною ознакою реклами, тому під час доведення рекламного характеру інформації вона не має братися до уваги, адже реклама часто поширюється на інших, «дружніх» умовах (наприклад, рекламування близьких до поширювача реклами структур).

У журналістському середовищі часто вживається термін «джинса», який позначає, по суті, приховану рекламу, тобто рекламу, не ідентифіковану як таку (будь-яка реклама в засобах масової інформації має бути ідентифікована). Її розміщення є порушенням закону й обманом ЗМІ власної аудиторії, яка сприйматиме таку інформацію як більш об'єктивну й відсторонену, ніж воно є насправді, — тобто намагання цій аудиторії щось «продати».

Політичною рекламою, відповідно до ч. 3 ст. 68 Закону «Про вибори народних депутатів», є «розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації за допомогою рекламних засобів». Тобто це агітація, якщо вона проводиться рекламними засобами. Фактично політична реклама є різновидом агітації, а чим, власне, є агітація — описано в наступному розділі.

■ ПОНЯТТЯ АГІТАЦІЇ

Закон про парламентські вибори визначає передвиборчу агітацію так: «це здійснення будь-якої діяльності з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного кандидата у депутати або партію — суб'єкта виборчого процесу» (ч. 1 ст. 68). Ідентичне визначення подається і в Законі «Про вибори Президента» (за винятком згадки про партії — ч. 1 ст. 58). Агітація відрізняється від більшості видів реклами тим, що агітувати можна як за, так і проти партії/кандидата (хоча ця друга категорія агітації зустрічається зрідка).

Але агітація є також значно більш багатогранним поняттям порівняно з рекламою в ЗМІ. Виборчі закони визначають і форми агітації (абз. 2 ч. 1 ст. 58 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 2 ст. 68 ЗУ «Про вибори народних депутатів»), з яких далеко не всі проводяться за допомогою ЗМІ:

1. Проведення зборів, інших зустрічей з виборцями.
2. Проведення мітингів, походів, демонстрацій і т.п.
3. Проведення публічних дебатів, дискусій, круглих столів, прес-конференцій стосовно положень передвиборчих програм та політичної діяльності партій чи кандидатів (може здійснюватися за допомогою ЗМІ, але є агітацією лише тоді, коли наявна мета спонукати голосувати за/проти певного кандидата/партію, тобто інформація на такому заході подається незбалансовано. Водночас ЗМІ чи ГО може організувати публічне обговорення програм і діяльності партій/кандидатів з метою добросовісного інформування виборців про них,

і за умови дотримання балансу (як позитиви, так і негативи), залучення незалежних експертів такий захід не буде агітацією, хоч і схожий на неї за формою.

4. Оприлюднення в друкованих та аудіовізуальних (електронних) засобах масової інформації політичної реклами, виступів, інтерв'ю, нарисів, відеофільмів, аудіо- та відеокліпів, інших публікацій і повідомлень (здійснюється за допомогою ЗМІ; є агітацією, якщо наявна мета спонукати голосувати за/проти певного суб'єкта, інформація незбалансована (адже не кожен фільм чи публікація являє собою агітацію).

5. Розповсюдження виборчих листівок, плакатів та інших друкованих агітаційних матеріалів чи друкованих видань, у яких розміщено матеріали передвиборчої агітації (ЗМІ стосується лише розповсюдження друкованих видань з агітацією, але власне для ЗМІ це самостійною формою агітації не є).

6. Розміщення друкованих агітаційних матеріалів чи політичної реклами на носіях зовнішньої реклами.

7. Проведення концертів, вистав, спортивних змагань, демонстрації фільмів і телепередач чи інших публічних заходів за підтримки партії чи кандидата, а також оприлюднення інформації про таку підтримку (може проводитися за допомогою ЗМІ й завжди має агітаційний характер).

8. Публічні заклики голосувати за чи не голосувати за кандидата/партію або публічні оцінки діяльності кандидата/партії (можуть здійснюватися через ЗМІ).

9. Встановлення агітаційних наметів.

10. В інших формах, що не суперечать законам України.

Обмеження щодо агітації в ЗМІ

Поряд із загальними обмеженнями для ЗМІ виборчим законодавством встановлено певні заборони безпосередньо щодо агітації:

- ❑ заборону на участь в агітації для негромадян України (наприклад, у ролі ведучого агітаційної телепередачі), проведення передвиборчої агітації в зарубіжних ЗМІ (п. 1 ч. 1 та ч. 12 ст. 64 ЗУ «Про вибори Президента», п. 1 ч. 1 та ч. 19 ст. 74 ЗУ про парламентські вибори);
- ❑ заборону агітувати в матеріалах і передачах, не обумовлених угодами, укладеними з уповноваженими особами кандидатів, партій (агітувати не за рахунок виборчих фондів), а також оцінювати передвиборчі програми або віддавати перевагу кандидатам, партіям у будь-якій формі в таких необумовлених матеріалах і передачах (ч. 4 ст. 64 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 7 ст. 74 ЗУ про парламентські вибори);
- ❑ заборону включати до інформаційних теле-, радіопрограм передвиборчі агітаційні матеріали кандидатів, партій або політичну рекламу (ч. 10 ст. 64 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 17 ст. 74 ЗУ про парламентські вибори);
- ❑ заборону публікувати агітаційні матеріали, поширювати політичну рекламу з часу припинення передвиборчої агітації (день тиші, день виборів; ч. 17 ст. 64 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 24 ст. 74 ЗУ про парламентські вибори).

Частина 20 статті 74 Закону «Про вибори народних депутатів» містить норму, яка передбачає, що ЗМІ не відповідають за зміст передвиборчої агітації, яка була розміщена відповідно до угод із замовниками, крім випадків, коли ЗМІ було точно відомо про наявність рішення суду щодо визнання поширюваної ним інформації недостовірною, або поширення в будь-якій формі матеріалів, що містять заклики до ліквідації незалежності України, зміни конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, національної, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я

населення (вказана норма містить технічну помилку і насправді відсилає до ч.ч. 6 і 10 ст. 74). Закон «Про вибори Президента» подібної норми про звільнення від відповідальності не містить, але це не заважає посилатися на загальну норму Закону «Про рекламу» (абзац 5 п. 1 ч. 2 ст. 27), за якою відповідальність за її зміст несе рекламодавець, а не поширювач.

Юридична відповідальність ЗМІ й журналістів за порушення у виборчому процесі

Виборчі закони типово передбачають санкції для засобу масової інформації за окремі порушення їхніх норм у формі тимчасового призупинення виходу ЗМІ.

На президентських виборах це передбачено ч. 4 ст. 64 Закону «Про вибори Президента» для державних і комунальних ЗМІ в разі порушення ними, їхніми посадовими та службовими особами і творчими працівниками заборони оцінювати передвиборчі програми або віддавати якомусь із кандидатів перевагу в будь-якій формі, агітувати в матеріалах і передачах, не обумовлених угодами, укладеними з розпорядниками виборчих фондів кандидатів. Указана санкція накладається рішенням адміністративного суду.

Ще жорсткішу норму містить ч. 11 ст. 74 Закону «Про вибори народних депутатів»: *«У разі встановлення судом при розгляді виборчого спору повторного або одноразового грубого порушення засобом масової інформації вимог цього Закону суд приймає рішення про тимчасове (до закінчення виборчого процесу) зупинення дії ліцензії або про тимчасову заборону (до закінчення виборчого процесу) випуску друкованого видання»*. Жорсткість полягає в тому, що в цій нормі йдеться вже про будь-які порушення з боку ЗМІ, якщо вони грубі або повторюються. Але прецедентів застосування подібних норм в Україні наразі було небагато.

У випадку як президентських, так і парламентських виборів йдеться про ухвалення відповідного рішення адміністра-

тивним судом, оскільки саме ці суди розглядають виборчі спори.

Іншою формою відповідальності ЗМІ можна вважати обов'язок оприлюднити відповідь/спростування кандидата, партії (хоча за зміст інформації, на яку надається відповідь, ЗМІ може й не відповідати). Відповідь/спростування ЗМІ має оприлюднити, якщо до них звернулися кандидат чи партія з вимогою щодо інформації, яку вони **вважають** недостовірною (явно недостовірною — на президентських виборах). Тобто встановлення певним чином недостовірності інформації не вимагається, достатньо лише звернення відповідного суб'єкта виборчого процесу. Інформація, до якої можуть виникнути відповідні претензії, може бути поширена і як журналістський (редакційний матеріал), і як матеріал за замовленням іншого кандидата чи партії. Оскільки оприлюднення відповіді відбувається за рахунок самого ЗМІ (тобто йому в збиток), то це є передбаченим законом негативним наслідком його діяльності й по своїй суті є близьким до юридичної відповідальності редакції ЗМІ. Норми про обов'язок із надання відповіді закріплені в ч. 13 ст. 74 Закону «Про вибори народних депутатів» і в ч. 5 ст. 64 Закону «Про вибори Президента України» — обов'язок оприлюднити спростування. Відповідь/спростування оприлюднюються без додатків, коментарів та скорочень. (Див. також нижче щодо ст. 212-11 Кодексу про адміністративні правопорушення.)

Що стосується юридичної відповідальності журналістів, то вони її несуть як громадяни (і як посадові особи) на загальних засадах відповідно до Кодексу про адміністративні правопорушення (далі — КпАП). Відповідальність передбачена такими статтями Кодексу:

Стаття 212-9 («Порушення порядку ведення передвиборної агітації, агітації під час підготовки і проведення референдуму з використанням засобів масової інформації та порядку участі в інформаційному забезпеченні виборів») включає в себе:

- ❑ відповідальність за порушення передбаченого законом порядку ведення передвиборчої агітації з використанням ЗМІ або надання переваги в інформаційних телерадіопередачах чи друкованих ЗМІ, у продукції інформагентства будь-якому кандидату, політичній партії, їхнім передвиборчим програмам власниками, посадовими чи службовими особами, творчими працівниками ЗМІ, інформагентств, — призводять до накладення штрафу від 10 до 50 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (далі — н.м.д.г.);
- ❑ за порушення заборони протягом визначеного законом часу в будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборчої агітаційної теле-, радіопрोगрами відповідного кандидата, політичної партії, давати будь-яку інформацію щодо цього кандидата, цієї політичної партії власниками, посадовими чи службовими особами, творчими працівниками ЗМІ, інформагентств, — призводить до накладення штрафу від 40 до 70 н.м.д.г.;
- ❑ за супроводження офіційних повідомлень у період виборчого процесу коментарями, що мають агітаційний характер, а також відео-, аудіозаписами, кінозйомками, фотоілюстраціями про дії посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування як кандидатів у депутати та на посади сільських, селищних, міських голів, — призводить до накладення штрафу від 50 до 100 н.м.д.г.

Стаття 212-10 («Порушення обмежень щодо ведення передвиборчої агітації»): здійснення передвиборчої агітації «особою, участь якої в передвиборчій агітації заборонена законом, проведення передвиборчої агітації поза строками, встановленими законом, здійснення передвиборчої агітації у формах і засобах, що суперечать Конституції або законам України, або інше порушення встановлених законом обмежень щодо ведення передвиборчої агітації, крім випадків, передбачених статтями 212-9, 212-13 та 212-14 цього Кодек-

су» призводить до накладення штрафу на громадян від 30 до 50 н.м.д.г. і на посадових осіб — від 50 до 80 н.м.д.г.

Стаття 212-11 («Ненадання можливості оприлюднити відповідь щодо інформації, поширеної стосовно суб'єкта виборчого процесу»): ненадання відповідному суб'єкту виборчого процесу, щодо якого оприлюднено інформацію, яку він вважає недостовірною, на його вимогу можливості у визначеному законом порядку оприлюднити відповідь щодо такої інформації призводить до накладення штрафу на посадових осіб від 100 до 150 н.м.д.г. (Див. вище про обов'язок оприлюднення відповіді/спростування.)

Винятком поряд із відповідальністю на підставі КпАП можна вважати позбавлення представника ЗМІ права присутності на засіданні виборчої комісії, якщо він неправомірно перешкоджає його проведенню, про що вже йшлося раніше (ч. 11 ст. 28 Закону «Про вибори Президента», ч. 5 ст. 34 закону про парламентські вибори).

Перелік законодавчих актів, норми яких регулюють діяльність ЗМІ у виборчому процесі

1. Закон України «Про вибори Президента України» від 05.03.99 № 474-XIV (в ред. 2004 р., ост. зміни від 23.12.15).
2. Закон України «Про вибори народних депутатів України» від 17.11.11 № 4061-VI (ост. зміни від 16.02.16).
3. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 № 270/96-ВР (в ред. 2003 р., ост. зміни від 03.07.18).
4. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.84 № 8073-X (ост. зміни від 12.07.18).
5. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92 № 2657-XII (в ред. 2011 р., ост. зміни від 06.12.16).
6. Цивільний кодекс України від 16.01.03 — № 435-IV (ост. зміни від 12.07.18).

Поняття журналіста і журналістської діяльності

Поняття «журналіст» і «журналістика» зараз зазнають трансформації своєї сутності з огляду на розвиток і доступність Інтернету та соціальних мереж, що дає змогу вести діяльність, подібну до журналістської, набагато більшій кількості людей, аніж є, власне, журналістів. Вододілом між реальною журналістикою та звичайним створенням і поширенням інформації для необмеженого кола осіб може стати дотримання професійних стандартів, але в контексті виборчого процесу до уваги передусім братиметься формальний журналістський статус і те, яке визначення терміна «журналіст» наявне в законодавстві.

Найсвіжішим є визначення, дане 2006 року в новій редакції Закону України «Про телебачення і радіомовлення»: *«телерадіожурналіст — штатний або позаштатний творчий працівник телерадіоорганізації, який професійно збирає, одержує, створює і готує інформацію для розповсюдження»* (ст. 1). Такі ознаки, як збір, створення й підготування інформації до поширення в ЗМІ, перебування журналіста в трудових (у штаті) чи інших договірних відносинах зі ЗМІ, притаманні й визначенням терміна «журналіст» в інших законах (ЗУ «Про пресу» — ст. 25, ЗУ «Про державну підтримку ЗМІ та соціальний захист журналістів» — ст. 1).

Законодавство також містить визначення професійної діяльності журналіста (примітка до ст. 345-1), яке кілька років тому було додано до Кримінального кодексу (далі — КК), під нею треба розуміти *«систематичну діяльність особи, пов'язану із збиранням, одержанням, створенням, поширенням, зберіганням або іншим використанням інформації з метою її поширення на невизначене коло осіб через друковані засоби масової інформації, телерадіоорганізації, інформаційні агентства, мережу Інтернет»*. Варто звернути увагу на те, що в цьому визначенні до класичних ЗМІ прирівняно мережу Інтернет. Щоправда, у практичній діяльності правоохоронних органів із таким прирівнянням виникають проблеми.

У виборчому процесі журналіст вступає у відносини з іншими суб'єктами, в основному на етапі збору/отримання інформації, коли питання дотримання професійних стандартів зазвичай не є настільки критичним (порівняно з етапом створення та поширення інформації), тому всі, хто має документи, які підтверджують журналістський статус, і працює над збором інформації, однозначно можуть вважатися журналістами. Хоча такий статус особи може не отримати в подальшому підтвердження, якщо з'ясується, наприклад, що збір інформації здійснювався не для ЗМІ, а для штабу певної політсили, хоча особа і мала журналістське посвідчення.

Документи на підтвердження журналістського статусу

Загальною нормою законодавства, яка охоплює журналістів усіх видів ЗМІ, є вже згадувана примітка до ст. 345-1 КК, яка передбачає: *«Статус журналіста або його належність до засобу масової інформації підтверджується редакційним або службовим посвідченням чи іншим документом, виданим засобом масової інформації, його редакцією або професійною чи творчою спілкою журналістів»*. Подібні положення містяться і в ст. 25 Закону України «Про пресу».

Документами, які підтверджують статус журналіста, можуть бути:

- редакційне посвідчення певного ЗМІ;
- прес-карта / членський квиток, видані Національною спілкою журналістів України (НСЖУ);
- прес-карта / членський квиток, видані Незалежною медіа-профспілкою України (НМПУ);
- прес-карта інших журналістських організацій.

Законодавчих вимог щодо форми і змісту таких документів немає, але бажано, щоб у них були наявні: найменування ЗМІ / журналістського об'єднання, підпис їхнього керівника, фото власника документа.

Для присутності на засіданні виборчої комісії найкраще підходить перший варіант документа (редакційне посвідчення ЗМІ), оскільки виборча комісія може обмежувати присутність представників ЗМІ на дільниці до двох осіб від одного ЗМІ (ч. 9 ст. 28 ЗУ «Про вибори Президента», п. 5 ч. 3 ст. 34 ЗУ «Про вибори народних депутатів»), а за наявності в журналіста прес-карти журналістського об'єднання може бути незрозуміло, яке саме ЗМІ він представляє (хіба що в ній було би вказано назву ЗМІ). Тому, крім прес-карти, ідучи на засідання виборчому в конкретному ЗМІ, варто все ж отримати певний документ, який підтверджує співпрацю журналіста з ним, наприклад редакційне завдання. Що стосується самозайнятих журналістів, які на етапі збору/отримання інформації не співпрацюють із конкретним засобом масової інформації, а продають ЗМІ вже повністю чи частково готовий матеріал, то в цьому випадку в законі наявна прогалина, але, зважаючи на норми ч. 2 ст. 19 Конституції України, присутність таких журналістів на засіданні не мала би обмежуватися.

Права та обов'язки журналістів

3.1. Загалом у законодавстві права журналістів прописані значно конкретніше, ніж їхні обов'язки. Що стосується прав, то найбільший їхній перелік закріплений у ст. 25 Закону України «Про інформацію» (в редакції 2011 року). Цей перелік поєднує в собі як суто професійні (притаманні лише журналістам), так і загальногромадянські (притаманні будь-якому громадянину) права.

Загальногромадянські права:

- Право на здійснення записів (письмових, аудіо-, відео-), за винятком випадків, передбачених законом (ч. 1 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»). З реалізацією цього права також тісно пов'язана норма ст. 307 Цивільного кодексу, яка передбачає, що під час зйомки на заходах публічного характеру немає обов'язку просити дозволу на її проведення в кожного з присутніх, адже

часто це суто технічно нереально (але в кожного присутнього залишається право вимагати, щоби його не знімали, якщо зйомка почалася. Таке право не є абсолютним, і його можна заперечити, якщо відповідна особа вчиняє правопорушення).

- ❑ Право поширювати свої матеріали під власним авторством або псевдонімом (ч. 5 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»).
- ❑ Право на відвідування приміщень суб'єктів владних повноважень (органів державної влади, місцевого самоврядування та ін.), їхніх відкритих заходів, а також право на особисте приймання їхніми посадовцями (ч. 2 ст. 25 того ж закону).

Професійні права журналіста:

- ❑ Право на журналістську таємницю (ч. 3 ст. 25 того ж закону, п. 6 ч. 2 ст. 65 Кримінального процесуального кодексу України) — не розкривати джерело інформації (або інформацію, яка дозволяє його ідентифікувати), якщо вона надана на умовах нерозголошення джерела, крім випадків, коли журналіста зобов'язав його розкрити суд.
- ❑ Право доступу в місця надзвичайних подій (аварій, стихійних лих, масових безладів, воєнних дій) — після пред'явлення документа, що підтверджує професійну належність, і за винятком передбачених законом випадків (ч. 4 ст. 25 ЗУ «Про інформацію»).
- ❑ Право відмовитися від авторства на матеріал, який після редакційної правки суперечить переконанням журналіста (ч. 6 ст. 25 того ж закону).
- ❑ Право на отримання акредитації при суб'єктові владних повноважень (ст. 26 того ж закону). Акредитація полягає в забезпеченні режиму сприяння для ЗМІ/журналістів з боку відповідного суб'єкта (ч. 4 вказаної статті), а не просто в їхньому допуску на заходи / в приміщення (для цього акредитація не потрібна — абзац 2 ч. 1 ст. 26).

- ❑ Права і гарантії щодо соціального забезпечення (ст. 18 ЗУ «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів») — зокрема, право на отримання за рахунок держбюджету грошової допомоги до 50 прожиткових мінімумів у разі поранення, яке журналіст дістав під час виконання професійних обов'язків (або допомоги в розмірі 100 прожиткових мінімумів для сім'ї журналіста в разі його загибелі за таких обставин).

Окрім того, представники засобів масової інформації наділені законодавством окремими правами у виборчому процесі (хоча його суб'єктами вони не є):

- ❑ право бути присутніми без дозволу чи запрошення виборчої комісії на її засіданнях, у тому числі під час підрахунку голосів та встановлення результатів голосування, на виборчій дільниці в день виборів чи в день повторного голосування в приміщенні, де проводиться голосування, — не більше двох осіб від одного ЗМІ (абзац 1 ч. 9 ст. 28 ЗУ «Про вибори Президента», п. 5 ч. 3 ст. 34 ЗУ «Про вибори народних депутатів»). Виборча комісія може мотивованим рішенням позбавити права присутності на своєму засіданні представника ЗМІ, якщо він неправомірно перешкоджає його проведенню (рішення ухвалюється 2/3 голосів — ч. 11 ст. 28, ч. 5 ст. 34 вказаних законів);
- ❑ право на акредитацію на з'їзді, де відбуватиметься висунення кандидата в президенти (ч. 8 ст. 47 ЗУ «Про вибори Президента») стосується тільки цього виду виборів;
- ❑ право оглянути скриньки для голосування перед його початком (ч. 10 ст. 75 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 4 ст. 84 ЗУ «Про вибори народних депутатів»).

3.2. Законодавче закріплення обов'язків журналістів є більш розрізненим. Частина 1 статті 60 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» містить перелік обов'язків для творчих працівників телерадіоорганізацій (аудіовізуальних ЗМІ):

- ❑ перевіряти достовірність одержаної інформації (тут під достовірністю розуміється правдивість);
- ❑ не допускати випадків поширення в телерадіопрограмах відомостей, які порушують права і законні інтереси громадян, принижують їхню честь і гідність (виконання цього обов'язку необхідно збалансовувати з інтересами суспільства: якщо інформація є суспільно важливою, то суспільство має право на її отримання, хоча поширенням такої інформації і здійснюється втручання в права, інтереси, честь або гідність громадян);
- ❑ не допускати поширення інформації, забороненої ч. 2 ст. 6 цього закону (держтаємниця, ксенофобські висловлювання, посягання на конституційний лад, пропаганда війни, наркотиків, порнографії, вплив на підсвідомість через ТБ та ін.);
- ❑ інші обов'язки (зокрема, перед роботодавцем — дотримання його статуту, трудового договору).

Опосередковано на журналіста поширюються також і обов'язки телерадіоорганізації (ст. 59 згаданого закону).

Закон України «Про пресу» також передбачає певний набір журналістських обов'язків для працівників друкованих ЗМІ у ч. 3 ст. 26:

- ❑ подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію;
- ❑ задовольняти прохання осіб, які надають інформацію, щодо їхнього авторства або збереження таємниці авторства;
- ❑ відмовлятися від доручення редактора чи редакції, якщо воно не може бути виконано без порушення закону;
- ❑ представлятися та пред'являти редакційне посвідчення чи інший документ, що підтверджує професійну належність або повноваження;

- ❑ утримуватися від поширення з комерційною метою інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника продукції чи послуг (поширення прихованої реклами / джинси);
- ❑ інші обов'язки (зокрема, перед роботодавцем — дотримання його статуту, програми діяльності).

Крім того, до обов'язків журналіста фактично належить і дотримання ним професійної етики. Це впливає з того, що Європейський суд з прав людини наголошує на наданні гарантій щодо права на свободу слова за умови дотримання журналістом етичних стандартів (пар. 58 ріш. Суду в справі «Бедат проти Швейцарії», пар. 54 ріш. Суду в справі «Фрессоз і Руар проти Франції» та ін.). З огляду на те, що практика Європейського суду з прав людини (не тільки в справах проти України, а й будь-яких інших країн) в Україні законодавчо прирівняна до джерела права, можна стверджувати, що дотримання стандартів професійної етики є для журналіста юридично зобов'язувальним.

Окремо існує набір обов'язків самого ЗМІ (а опосередковано й журналіста) у виборчому процесі. *«Інформаційні агентства та засоби масової інформації поширюють повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані з виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти і точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання»* (ч. 2 ст. 56-5 Закону «Про вибори Президента»). А також: ЗМІ й інформагентства *«зобов'язані дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти і точності інформації» «при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією»* (ч. 3 ст. 63 закону про парламентські вибори). Спільними для обидвох законів обов'язками ЗМІ є:

- ❑ об'єктивність (у західній журналістській традиції це поняття дуже широке, в Україні об'єктивність можна трактувати принаймні як антонім до суб'єктивності, упередженості, яка може виявлятися в просуванні

якогось конкретного погляду, що може призводити до порушення інших обов'язків — повноти, збалансованості);

- достовірність (вказування джерел інформації та перевірка їх);
- повнота (інформування про всі вагомні аспекти висвітлюваного питання);
- точність (адекватне відтворення кожного з указаних аспектів у матеріалі ЗМІ);
- неупередженість (ненадання переваги (або навпаки) якомусь із героїв сюжету).

Збалансованість згадується лише в законі про парламентські вибори, але її треба розуміти як обов'язок подати в достатній мірі точки зору всіх зацікавлених сторін у матеріалах, які стосуються конфлікту або взаємосуперечливих поглядів на якесь питання.

Крім того, ЗМІ мають збалансовано висвітлювати коментарі всіх партій та кандидатів щодо подій, пов'язаних із виборами (ч. 3 ст. 56-6 ЗУ «Про вибори Президента», ч. 3 ст. 66 ЗУ «Про вибори народних депутатів»). Зважаючи на часто дуже велику кількість кандидатів, які змагаються за один мандат, партій на парламентських виборах, очевидно, що під збалансованістю висвітлення коментарів розуміється не арифметична рівність часу / друкованої площі для кожного з них, а корелювання обсягу уваги ЗМІ до кандидата/партії з рівнем його/її електоральної підтримки. Тобто чим вищий наразі рейтинг, тим більше уваги ЗМІ варто приділити цій партії чи кандидату (водночас не позбавляючи певної уваги тих, у кого рейтинг нижче статистичної похибки). Оцінювати рейтинг варто за результатами усереднених даних соціологічних компаній з надійною репутацією.

Спеціальний обов'язок ЗМІ стосується також поширення інформації про результати соціологічних опитувань (рейтинги партій/кандидатів): під час їх поширення необхідно зазначати час проведення, території охоплення опитуванням,

розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних, метод опитування, точне формулювання питань, можливу статистичну похибку, повну назву соціологічної компанії, замовників опитування (ч.ч. 1—2 ст. 67 ЗУ про парламентські вибори, ч.ч. 1—2 ст. 56-6 ЗУ «Про вибори Президента»).

Загальні обмеження для ЗМІ у виборчому процесі

Закон щодо кожного виду виборів типово містить перелік обмежень для ЗМІ, дія всупереч яким вважатиметься порушенням виборчого законодавства. У Законі «Про вибори Президента України» це норми ст. 64, у Законі «Про вибори народних депутатів» — ст. 74. Зокрема, вони передбачають такі загальні заборони (про заборони щодо агітації/політреклами йтиметься в одному з наступних розділів):

- ❑ заборону на поширення в будь-якій формі матеріалів, що містять заклики до ліквідації незалежності України (теоретично як такі можуть розглядатися і непрямі заклики, наприклад заяви, що українська ідентичність «вигадала австрійським генштабом»), зміни конституційного ладу насильницьким шляхом (акцент на насильницькому способі зміни), порушення суверенітету і територіальної цілісності держави (можуть підпадати заяви про «легітимність кримського референдуму», «референдумів» у т.зв «ДНР-ЛНР»), підриву її безпеки, незаконного захоплення державної влади (теоретично можуть підпадати й заяви про незаконність «київської хунти» і т.п.), пропаганду війни, насильства та розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;
- ❑ заборону переривати передачі передвиборчих програм рекламою товарів, робіт, послуг та іншими повідомленнями, розміщувати політичну рекламу в одному блоці з комерційною чи соціальною рекламою, використовувати в комерційній та соціальній рекламі

прізвища (портрети) кандидатів, назви чи символіку партій;

- ❑ заборону поширювати завідомо неправдиві, недостовірні чи наклепницькі відомості про кандидата, партію (неправдивість відомостей має бути очевидною або встановленою судом);
- ❑ заборону місцевим/регіональним комунальним теле- і радіоканалам перекривати своїми передачами передвиборчі програми, агітацію кандидатів і партій, які транслюються на загальнонаціональних каналах;
- ❑ заборону поширювати інформацію про результати соціологічних опитувань упродовж останніх двох днів перед днем виборів та днем повторного голосування (для парламентських виборів — передбачено в ч. 3 ст. 67 відповідного закону);
- ❑ заборону оприлюднювати в день виборів результати екзит-полів до закінчення голосування (для парламентських виборів — норма ч. 4 ст. 67 відповідного закону);
- ❑ заборону впродовж 10 хвилин (на президентських виборах — 20 хвилин) до і після теле-, радіотрансляції передвиборчої агітаційної теле-, радіопрограми партії, кандидата в будь-якій формі коментувати чи оцінювати зміст передвиборчої агітаційної програми, дії партії, кандидатів у депутати, давати будь-яку інформацію щодо кандидата в президенти на тому ж каналі мовлення (ч. 9 ст. 72 ЗУ про парламентські вибори, ч. 5 ст. 61 ЗУ «Про вибори Президента»).

ОСОБИСТА БЕЗПЕКА ЖУРНАЛІСТА

Особиста безпека журналіста — це постійний і дуже кропіткий процес. Не можна нехтувати засобами безпеки в повсякденному житті і стати особливо безпечними перед якимось завданням чи відрядженням. Журналіст має постійно пильнувати та вживати заходів безпеки повсякчас у своїй діяльності.

Найперше і найголовніше, медійники мають чітко усвідомлювати, з якими ризиками вони стикаються, які виклики та небезпеки перед ними стоять та як їх попередити чи мінімізувати. Тому кожному новому завданню має передувати оцінка ризиків.

Оцінку ризиків не можна зробити раз і використовувати для наступних завдань, адже ситуація змінюється, а ризики можуть бути пов'язані як з політичними уподобаннями електорату, так і з культурними особливостями.

Перед тим як перейти безпосередньо до планування, потрібно записати коротку інформацію про завдання: дати, місце, де плануєте побувати. Також зазначити інформацію про колег, що будуть з вами або неподалік. Окремо треба зібрати корисні контакти, наприклад медичних закладів, громадських організацій та інші контакти, що стануть у нагоді в разі екстреної ситуації.

Плануючи ризики, спочатку треба розглянути всі можливі, які можуть статися під час виконання певного завдання, а далі перейти до їхньої оцінки. Для найбільш ймовірних ризиків або ризиків, що можуть завдати шкоди життю чи здоров'ю

або завадити виконанню завдання, потрібно розробити заходи, які унеможливлять чи мінімізують їх.

Зразок форми для оцінки ризиків за в додатках.

Кілька порад щодо особистої безпеки від експертки ІМІ Ірини Земляної:

- Розраховуйте тільки на власні сили.
- Не йдіть на ризик, якщо завдання здається надто складним чи нездійсненним, — жодна робота не варта вашого життя та здоров'я.
- Прислухайтесь до власної інтуїції: якщо відчуваєте тривожність чи недобрі передчуття, не змушуйте себе ризикувати.
- Стан здоров'я також є важливою підставою, щоб відкласти завдання чи відмовитися від нього.
- Плануйте найменші дрібниці, адже вони найчастіше бувають найбільш важливими.
- Колективна безпека так само важлива, як і особиста, оскільки нехтування правилами безпеки кимось одним може поставити під загрозу всіх інших.

Подбайте про те, що вам може знадобитися, щоб довести, що ви журналіст, якщо втратите свої документи.

Рекомендуємо завантажити свої документи (скани паспортів, прес-карту, акредитацію, редакційне завдання, медичну картку) на Google Drive, Dropbox чи інший хмарний сервіс, створити коротке посилання на них через скорочувач лінків (наприклад, bit.ly/docs_lvanov) і запам'ятати це посилання. Тоді у вас завжди в разі потреби будуть скани всього необхідного.

Важливі документи (також зробіть ксерокопії всіх документів та носіть із собою):

- Дійсний український паспорт (потурбуйтеся, щоб була вклеєна фотографія й дотримані всі інші формально-

сті, невиконання яких може завдати багато неприємностей).

- Медична картка, де вказані всі необхідні дані про вас (група крові, алергії тощо).
- Паперові дорожні карти місцевості та міські мапи вулиць.
- Список екстрених контактів (лікарні, організації, що можуть допомогти, консульські установи).
- Не лінуйтеся записати всю необхідну інформацію на папір у кілька копій. Зрозуміло, що зручніше мати це у своєму смартфоні чи комп'ютері, але може статися так, що техніка підведе в останню хвилину.

Радимо переписати номери та марки всієї техніки, що є з вами під час виконання завдання. Такий перелік допоможе довести, що це ваша техніка в разі, якщо вона буде вилучена для перевірки, викрадена, загублена тощо.

У місці проживання дотримуйтеся наступних правил:

- знайте всі можливі виходи і перевірте, чи відчинені вони;
- завжди замикайте двері на замок та залишайте в ньому ключ за можливості;
- як тільки стемніє, закривайте штори та вікна;
- перед тим як відчинити двері для когось, запитайте, хто прийшов, і якщо ви не знаєте цієї людини або не впевнені, що це що знаєте її, — не відчиняйте.

У разі якщо ви застали невідомих осіб у місці вашого проживання:

- пам'ятайте, що ваші життя і здоров'я цінніші, ніж будь-які матеріальні цінності, тому не намагайтеся протистояти не незнайомцям самотужки;

- відразу залиште приміщення та зачиніть двері, ключ залиште в замку;
- терміново викликайте поліцію, повідомляйте сусідів і просіть допомоги.

Безпека в під'їзді

Часто напади стаються саме в під'їзді, адже туди найлегше потрапити і водночас це місце, яке прив'язане до вашої адреси, що підвищує вірогідність вас там застати. Тому слід бути особливо обережними, повертаючись додому чи виходячи з під'їзду.

- Перед входом у під'їзд зателефонуйте комусь із знайомих та попросіть залишатися з вами на зв'язку. Якщо ви живете не самі, повідомте домофоном чи телефоном, що ви вже піднімається. У випадку підвищеної небезпеки попросіть вас зустріти.
- Намагайтеся не заходити в під'їзд із незнайомими підозрілими людьми.
- Не виходьте з квартири до під'їзду в пізній час. Усі проблеми можна вирішити вранці. Досить часто зловмисники вимикають електрику у квартирі чи створюють дивні звуки, щоб виманити вас із помешкання.

У разі загрози нападу кричіть, привертайте увагу сусідів, намагайтеся якнайшвидше вибігти на вулицю.

Безпека в ліфті

- Заходьте в ліфт, тільки переконавшись, що на майданчику немає сторонніх підозрілих осіб. Не заходьте туди з незнайомими людьми.
- Якщо це все-таки сталося попри вашу волю, натисніть кнопку не свого, а найближчого поверху.

- ❑ Під час руху стійте обличчям до свого супутника і спиною до панелі з кнопками.
- ❑ Якщо на вас напали, забудьте про страх і нерішучість. Гучна, різка й агресивна відсіч може зупинити нападника.
- ❑ У випадку бійки використовуйте всі можливі прийоми та підручні засоби (парасольку, ціпок, туфлі на підборах, олівець, зв'язку ключів, сипучі речовини).
- ❑ Якщо вас схопили за руки і притиснули спиною до стінки, різко і сильно завдайте удару головою в обличчя противника з одночасним ударом коліном у пах.
- ❑ Якщо на вас напали ззаду, спробуйте завдати удару головою назад, в обличчя нападнику, а ногою — по гомілці чи пальцях ступні.
- ❑ Опинившись у безпеці, негайно зателефонуйте до поліції і повідомте, що з вами сталося, точну адресу, вкажіть прикмети нападника і напрямок, куди він пішов.

Безпека під час пересування

- ❑ Вивчіть кілька маршрутів додому.
- ❑ Не скорочуйте шлях через глухі двори, безлюдні та малоосвітлені місця.
- ❑ Орієнтуйтеся на маршруті, зрозумійте, де знаходяться цілодобові кафе, відділ поліції чи люди, до яких можна звернутися по допомогу.
- ❑ Завжди повідомляйте знайомим/родичам, що ви вирушили певним маршрутом.
- ❑ Перейдіть на інший бік вулиці, якщо побачили підозрілих чи потенційно небезпечних осіб. Те саме слід зробити, якщо неподалік вас починає повільно рухатися автівка.
- ❑ Не говоріть із незнайомцями, зробіть вигляд, що поспішаєте, і йдіть у напрямку освітленого чи багатолюдного місця.

- У темний час доби віддавайте перевагу таксі перед громадським транспортом, особливо якщо доводиться їхати в малознайомі райони.
- Призначайте зустрічі в людних та добре освітлених місцях.
- Носіть зручний одяг і взуття.

Правила поведінки в натовпі

Одна з головних загроз для журналіста під час роботи на акціях протесту — це бути затисненим у натовпі. Журналісту завжди варто триматися скраю і особливо уникати ситуацій, коли можна опинитися між протестувальниками й поліцією — це найбільш небезпечне положення.

Якщо ж так сталося, що вас затисли в натовпі, — не піддавайтеся загальній паніці, намагайтеся вимкнути емоції і покладайтеся на розум, проаналізуйте ситуацію, щоб прийняти самостійне рішення, а не підкорятися думці натовпу. Головне — не висловлюйте і не виявляйте своєї незгоди з діями та думками натовпу. Не висловлюйте, не захищайте свою думку, не вступайте в дискусію. Ви журналіст і просто висвітлюєте події, це ваша робота.

У місцях масового скупчення людей:

- Найбільш небезпечні місця в натовпі — це голова колони, трибуни або місця для виступів, у гущі мітингувальників та в місцях зосередження правоохоронців, тому уникайте їх. Краще триматися краю натовпу: це допоможе легко і вчасно піти в разі початку заворушень.
- Якщо ви зрозумієте характер і напрямок наступних людських потоків та окремих векторів рухів, це дасть можливість легше рятуватися.
- Якщо ви разом з друзями чи колегами, спробуйте чи-

нити спільний опір загальному психозу і вийти неушкодженими.

Чого не потрібно робити:

- Із центру натовпу найважче вийти в разі заворушень, тому намагайтеся не потрапляти туди.
- Не стійте біля стін, огорож та будинків. У русі натовп завжди стає щільнішим, і є ймовірність стиснення та отримання травми.
- Не кладіть у кишені важкі, гострі, випуклі предмети, які можуть вас поранити в тисняві.
- Не вдягайте довгого, вільного одягу з поясами, гапличками, мотузками, ланцюжками тощо: вони можуть заплутатися та завдати травмування. Також не радимо використовувати взуття зі шнурками.

Як рухатися в натовпі:

- Не переганяйте та не розштовхуйте інших. Рухайтесь повільно, разом з основним потоком.
- Тримайте руки зігнутими в ліктях перед грудьми і притиснутими до тіла, щоб захистити себе від перелому ребер.
- Нервових сусідів і панікерів пропускайте вперед.
- Не йдіть проти течії. Рухайтесь за діагоналлю.
- Не дивіться в очі сусідам, щоб не спровокувати конфлікт. Не опускайте очі, це також сприймається негативно. Спрямуйте погляд на підборіддя або шиї інших.
- Зніміть усе із шиї — камеру, посвідчення журналіста, біжутерію, сумку, шарф і все, що може зачепитися чи здавлювати шию.

Якщо ви впали:

- Забудьте про збереження одягу чи речей.
- Захищайте голову руками.
- Зігніть ноги та підтягніть їх до живота.
- Підіймайтеся швидко. Під час піднімання впирайтеся на ноги, — якщо є можливість, за допомогою однієї руки. Це повинен бути ривок, а не повільний упор на руки.
- Піднімайтеся від землі в напрямку руху натовпу.

Основи безпеки журналістів на акціях протесту

- 1. Плануйте заздалегідь.** Домовтесь іти на подію разом з групою інших журналістів. Краще прийти на місце події раніше, визначити місця, звідки знімати або куди можна буде сховатись у разі масових заворушень. Як варіант, можна подивитись розташування на карті перед виходом на завдання.
- 2. Завжди повідомляйте свою редакцію та колег, куди ви йдете.** Якщо ви прибули на подію самі, зверніть увагу, де знаходяться інші журналісти, і намагайтеся триматися біля них. Переконайтеся, що редактор знає, як зв'язатися з вашою сім'єю в разі, якщо вас заарештують чи поранять.
- 3. Переконайтеся, що вас легко ідентифікувати як журналіста,** а також, що ви взяли своє журналістське посвідчення чи профспілкову карту. На акціях протесту краще мати додаткову ідентифікацію: жилети з написами «PRESS», «TV», відповідні наліпки, пов'язки на руку, бейдж тощо.
- 4. Одягніть комфортний одяг,** у якому легко пересуватись і можна швидко бігати. Особливо важливо мати комфортне взуття, джинси завжди краще, ніж синтетика. Одягайте одяг, що може захистити вас від ударів

кийками чи гумових куль, наприклад куртку для катання на мотоциклі.

5. **Для захисту від сльозогінного газу** візьміть із собою окуляри для плавання та пляшку мінералки без газу. Мінералкою можна промити очі, а окуляри, які щільно прилягають до шкіри, захистять очі від подразнення. Якщо є ймовірність застосування газу, краще замінити контактні лінзи на окуляри.
6. **Обов'язково намагайтеся триматися скраю** і не бути стиснутими між поліцією та учасниками акції протесту.
7. **Завжди майте із собою мінімальну аптечку** — це джгут-турнікет, перев'язувальний пакет і рукавички.
8. **Завжди будьте ввічливими й уникайте протистояння.** Не панікуйте і будьте впевнені в собі.
9. **Не позначайте себе символікою протесту**, символікою політичних сил тощо. У жодному разі не можна позначати себе чимось, що може свідчити про вашу підтримку чи належність до тієї чи іншої сторони протесту.
10. **Спостерігайте за поліцією та спецпризначенцями:** якщо вони одягнули шоломи, то значить саме час і вам одягнути своє захисне обладнання.

Ніколи не носіть із собою зброї або чогось протизаконного під час виконання професійних обов'язків!

Дії під час ураження сльозогінним газом

Часто на масових заходах, особливо таких, які можуть перейти в акції із застосуванням насильства, можливе використання сльозогінного газу. Насправді для захисту від ураження газом підійде звичайний респіратор «Пелюстка», який можна купити в будівельному супермаркеті, і будь-які окуляри — будівельні, лижні або окуляри для плавання. Краще

обирати такі, що якомога щільніше прилягають до обличчя. Підійдуть також тактичні чи балістичні окуляри для стрільби, основна вимога — щільне прилягання за периметром і непряма вентиляція (бажано, щоб в окулярах були дірочки з боків). Окрім того, для захисту шкіри обличчя чудово підійде шапка-маска (балаклава), шарф або хустина з натуральної тканини.

Не варто недооцінювати негативних наслідків сльозогінного газу. Перше правило, якщо ви потрапили в зону ураження газом, — витріпати одяг, струсити волосся ДО того, як зняти засоби захисту, і НЕ голими руками.

Увага! Не використовуйте контактні лінзи, вирушаючи на акції протестів, де є ймовірність застосування сльозогінного газу. Якщо у вас порушення зору, найкращим варіантом будуть окуляри.

Допомога в разі ураження сльозогінним газом (поради від журналістки, експертки з безпеки Ольги Худецької)

- ❑ Допомога або самопомога в разі ураження відбувається за чіткою схемою: перше — одягнути засіб захисту, друге — покинути зону дії подразнювальних речовин.
- ❑ Усі подальші дії мають відбуватися на свіжому повітрі в безпечному місці.
- ❑ До зняття засобів захисту — витрушування або зміна верхнього одягу, змивання содовим розчином шкіри обличчя та рук.
- ❑ Після — рясне промивання очей та ротової порожнини розчином соди. У разі потрапляння подразнювальних речовин у шлунок необхідно викликати блювання.
- ❑ Якщо болять очі, їх можна закапати 1-відсотковим дикаїном. Це не тільки позбавить болю, але й за вчасного використання може зупинити подальший розвиток

рефлекторної дуги й відповідних реакцій організму, які вона викликає.

- ❑ Не можна терти очі руками, оскільки є ризик дуже глибоко втерти в них подразнювальну речовину, що викличе ускладнення.
- ❑ Залежно від ступеня ураження симптоми можуть минути вже через 20 хвилин або тривати до доби. У будь-якому випадку після ураження необхідно звернутися до лікарів, особливо офтальмолога, навіть якщо ви добре себе почуваєте.
- ❑ У великих концентраціях подразнювальні речовини можуть викликати уповільнення ритму серця, а також почастишання дихання зі збільшенням його поверхневості. У таких випадках потрібно відразу викликати швидку або шукати медбригаду на місці.
- ❑ Якщо симптоми минулися швидко, категорично не можна повертатися в епіцентр дії подразнювальних речовин, де великий ризик повторного ураження. Повторне ураження веде до накопичувального ефекту, який може призвести до набряку легень, що є дуже серйозним ускладненням і потребує негайної госпіталізації.
- ❑ Також ні в якому разі не можна дозволяти палити людині, яка мала навіть найменші симптоми ураження дихальних шляхів.
- ❑ Холодна погода має свої особливості. Так, подразнювальні речовини, які за холодної погоди осідають на одязі чи шкірі, під час входу в тепле приміщення починають діяти сильніше і можуть призвести до повторного ураження.
- ❑ Тому, якщо ви були в зоні дії сльозогінного газу, необхідно дуже ретельно витріпати верхній одяг перед входом у тепле приміщення, а краще змінити його, якщо є така можливість.

■ ЕЛЕКТРОННЕ СТЕЖЕННЯ

Журналісти, що працюють над специфічними темами часто стикаються з електронним стеженням за собою. Все частіше такі стеження набувають масового характеру та не мають конкретної мети. Найчастіше масове стеження проводять для того, щоб зрозуміти загалом, чим займається журналіст, над якими темами працює тощо.

Буває важко або й узагалі неможливо довести, що електронне стеження насправді відбувається, — як через технічні перешкоди, так і через його прихованість. Проте, навіть коли факт стеження за особою неможливо довести, експерти ІМІ надають деякі поради, як його можна розпізнати та попередити.

Зберігайте пильність

Електронне стеження — не просто спосіб зібрати інформацію про роботу журналіста і його джерела. Ця інформація може використовуватися під час підготування більш серйозних атак, якщо, наприклад, інші форми залякування не змогли зупинити журналістське розслідування. У разі підозри щодо електронного стеження слід повідомити про це правоохоронні органи та прокуратуру, попросити про підтримку колег і медіа чи правозахисні організації, такі як [Інститут масової інформації](#), [Reporters Without Borders](#), [Rory Peck Trust](#), [Freedom House](#), [Article 19](#) та інші.

Захистіть пристрої, які ви використовуєте

Усі ці пристрої: комп'ютери, мобільні телефони, планшети — повинні бути захищені антивірусними програмами, шифруванням жорсткого диска і надійними паролями. Потрібно також стежити, щоб усі програми та програмне забезпечення ваших пристроїв постійно оновлювалися.

Дотримуйтеся правил безпеки

Найпоширеніший спосіб організації електронного стеження з боку приватних компаній, державних структур і кримінальних груп — зараження за допомогою спрямованих фі-

шингових атак. Небезпеку можуть становити заражені листи, що надходять на вашу електронну пошту, а також текстові та миттєві повідомлення, які пропонують відкрити лінк або файл, що містять програми для стеження. Ніколи не відкривайте підозрілі посилання або файли: аналізуйте кожне повідомлення, навіть якщо ви довіряєте людині, яка його надіслала.

Слідкуйте за витрачанням даних

Якщо підозрюєте, що ваш пристрій заражено, перевірте, чи не підвищився раптово рівень використання даних. Програми для стеження виснажують ваш тарифний план, перекачуючи фотографії, повідомлення, інформацію про контакти, відео та метадані.

Слідкуйте за витрачанням батареї

Якщо батарея раптово почала швидко сідати, це може бути показником того, що на вашому пристрої запущена шкідлива програма, яка виснажує її. Перевірте, чи не витрачає батарея вашого пристрою енергії більше, ніж зазвичай.

Зверніть увагу на температуру вашого пристрою

Якщо він залишається теплим, навіть коли ви його не використовуєте, це може бути ще однією ознакою того, що на ньому працює шкідлива програма.

Переінсталюйте програми

Один із способів профілактики електронного стеження — повне перевстановлення програм на пристрої. Якщо ви підозрюєте, що ваш мобільний телефон заражений, забезпечте резервне копіювання даних і поверніть пристрій до заводських налаштувань.

Шифруйте своє спілкування

Якщо вам потрібно зателефонувати або надіслати повідомлення, що містить конфіденційну інформацію, намагайтеся використовувати шифрування. Напишіть, що можна для цього використовувати.

Не забувайте про інші способи спостереження.

**Список мінімальних налаштувань,
які варто зробити (поради експертки
з цифрової безпеки Ірини Чулівської):**

Для ноутбука:

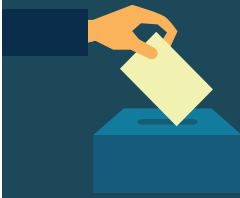
- увімкнене повнодискове шифрування (Bitlocker або FileVault) з хорошим паролем;
- хороший пароль на вхід у систему;
- операційна система оновлена й увімкнене автоматичне оновлення;
- основний обліковий запис — без прав адміністратора;
- вимкнений автозапуск;
- увімкнений фаєрвол;
- працює і оновлює бази антивірус;
- від старих файлів очищено все, не зайняте місце на дисках.

Для смартфона чи планшета:

- увімкнене шифрування з хорошим паролем;
- пароль на розблокування екрану;
- вимкнена можливість встановлювати програми з невідомих джерел;
- усі програми, а також, якщо можна, операційна система оновлені до останніх версій;
- увімкнений антивірус.

Для флешок і зовнішніх накопичувачів:

- усі попередні дані надійно видалено (спеціальними утилітами, запропонованими розробником або через повне шифрування + форматування);
- увімкнене шифрування (Bitlocker або FileVault) (крім флешок, які ви використовуватимете в камерах).



ЖУРНАЛІСТИ НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ТА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ

ЗМІ ЗАБОРОНЕНО (НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ)

ЗУ "Про вибори Президента України"

- **Агітувати за або проти** кандидатів, оцінювати їхні передвиборні програми або віддавати їм перевагу в будь-якій формі, окрім матеріалів замовлених в рамках угод з кандидатом/партією (ч.4 ст. 64)
- **Включати політичну рекламу** до інформаційних програм (ч.10 ст. 64)
- **Переривати передвиборчі передачі** комерційною рекламою (ч.11 ст. 64)
- **Відмовити у наданні ефіру чи площі** будь-якому з кандидатів, якщо було надано комусь іншому. (ЗМІ має право відмовити усім) (ч. 5, ч.8 ст. 60)
- **Проводити передвиборчу агітацію** в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України (ч.12 ст. 64)
- **Поширювати результати соціопитувань** протягом останніх двох днів перед днем виборів, а в день виборів - оприлюднювати результати екзит-полів до закінчення голосування (ч.13, ч.18 ст. 64)

ЗМІ ЗАБОРОНЕНО (НА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ)

ЗУ "Про вибори народних депутатів"

- **Агітувати за або проти** кандидатів, оцінювати їхні передвиборні програми або віддавати їм перевагу в будь-якій формі, окрім матеріалів замовлених в рамках угод з кандидатом/партією (ч.7 ст. 74)
- **Включати політичну рекламу** до інформаційних програм (ч.17 ст. 74)
- **Переривати передвиборчі передачі** комерційною рекламою (ч.18 ст. 74)
- **Відмовити у наданні ефіру чи площі** будь-якому з кандидатів, якщо було надано комусь іншому. (ЗМІ має право відмовити усім) (ч.9 ст. 71)
- **Проводити передвиборчу агітацію** в зарубіжних засобах масової інформації, що діють на території України (ч.19 ст. 74)
- **Поширювати результати соціопитувань** протягом останніх двох днів перед днем виборів, а в день виборів - оприлюднювати результати екзит-полів до закінчення голосування (ч. 3, ч. 4 ст 67)



ЖУРНАЛІСТИ НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ТА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ

ЖУРНАЛІСТ МАЄ ПРАВО



Записувати текст, фото та відео під час професійної діяльності

ЗУ «Про інформацію» (ст. 25), ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (ст. 26), ЗУ «Про телебачення та радіомовлення» (ст. 38), Цивільний кодекс України (ст. 307)



Безперешкодний доступ на всі публічні заходи, пов'язані з виборами

- ч. 28 ст. 9 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори народних депутатів»



Вимагати кримінальної відповідальності за умисне перешкодження своїй діяльності, напади, погрози насильством, знищення майна і т.д.

- ст. 171, 345-1, 347-1, 348-1 Кримінального Кодексу України



Отримувати інформацію щодо виборів від ЦВК та органів виконавчої влади

- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори народних депутатів»



Оглядати всі скриньки на засіданні перед голосуванням

- ч. 10 ст. 75 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 84 ЗУ «Про вибори народних депутатів»

ЯКЩО ВАШЕ ПРАВО ПОРУШИЛИ



Попросіть присутніх офіційних спостерігачів здійснити за вас фото- чи відео зйомку



Повідомте у ЗМІ та профільні ГО про факт порушення ваших прав



Напишіть скаргу та зверніться до суду



10

практичних порад для журналістів щодо поведінки на акціях протесту

1



ПЛАНУЙТЕ ЗАЗДЕЛЕГДЬ

домовтесь іти на подію разом з групою інших журналістів

6



ЗАВЖДИ ПОВІДОМЛЯЙТЕ

свою редакцію та колег, куди ви йдете

2



ЖУРНАЛІСТСЬКЕ ПОСВІДЧЕННЯ

переконайтесь, що вас легко ідентифікувати як журналіста

7



ОДЯГНІТЬ КОМФОРТНИЙ ОДЯГ

у якому легко пересуватись і можна швидко бігати

3



НЕГАЗОВАНА ВОДА

та окуляри для плавання захистять очі від сльозогінного газу

8



ТРИМАЙТЕСЯ З КРАЮ

щоб не бути притиснутим між поліцією та учасниками акції протесту

4



МАЙТЕ АПТЕЧКУ

мінімальний набір: джгут-турнікет, перев'язочний пакет та рукавички

9



НЕ ПОЗНАЧАЙТЕ СЕБЕ СИМВОЛІКОЮ

не позначате символікою потесту, політичних сил

5



СПОСТЕРІГАЙТЕ ЗА ПОЛІЦІЄЮ

якщо вони одягнули шоломи, значить варто теж вдягнути захисне обладнання

10



БУДЬТЕ ВВІЧЛИВИ

уникайте протистояння, не панікуйте, будьте влєвнені в собі



Інститут масової
інформації

БЛАНК ОЦІНКИ РИЗИКІВ І ПЛАНУВАННЯ ЗАВДАННЯ

■ ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Планування завдання: Деталі, дати та логістика завдання .

Оцінка ризиків: ризики та загрози слід зважити та оцінити, щоб визначити, до яких застережних засобів та заходів контролю слід вдатися.

Схема зв'язку (окремий документ): план того, як підтримувати зв'язок із ключовими контактними особами з питань безпеки.

Особовий бланк критичної інформації (окремий документ): Цей бланк слід заповнити і передати принаймні одному колезі, а також комусь із членів сім'ї. Його не обов'язково заповнювати перед кожною окремою поїздкою, але інформація в ньому має завжди відповідати поточному стану справ.

ПЛАНУВАННЯ ЗАВДАННЯ

Назва проекту	
План проекту	
Дати	

КОРИСНІ КОНТАКТИ

--	--

Медичні	
Запланований маршрут	
Інформація про колектив	
	Контактний номер телефону: Адреса електронної пошти: Номер паспорту: Виданий: Строк дії спливає: Віза: Акредитація представника преси:
	Контактний номер телефону: Адреса електронної пошти: Номер паспорту: Виданий: Строк дії спливає: Віза: Акредитація представника преси:

Проживання	

ОЦІНКА РИЗИКІВ

Небезпека	Серйоз-ність	Ймовір-ність	Заходи за-побігання та пом'якшення наслідків
Викрадення			
Арешт чи затримання			
Злочини з застосуванням сили та організована злочинність			
Утиски від органів державної безпеки			
Корупція та хабарництво			
Бунти та демонстрації			
Збройний конфлікт			
Придорожні та саморобні вибухові пристрої, пастки з застосуванням вибухівки, міни, бойові снаряди, які не розірвалися			
Терористична атака			
Культурна ворожість			
Особиста безпека / заворушення в натовпі			

В'ялотекуча війна, партизанська війна			
Дрібні злочини, крадіжки, угон авто			
Дорожні пригоди та аварії інших засобів пересування			
Перетин кордонів та блок-постів			
Політична нестабільність, спалах збройного протистояння			
"Ескадрони смерті", ополчення, банди			
Природні катастрофи (повені, землетруси, і т.ін.), погодні катаклізми			
Екологічні небезпеки, отруйні речовини			
Фізичне стеження			
Електронне стеження			
Інфекційні хвороби			
Інституції та люди з країни, у якій ви працюєте.			
Інституції та люди з країни, в якій ви живете (якщо працюєте в іншому місці).			
Інституції та люди з вашої країни походження.			
План евакуації / план на випадок непередбачуваних обставин			
ПІСЛЯ ЗАПОВНЕННЯ БЛАНКУ ЗАЛИШТЕ КОПІЮ ЯК МІНІМУМ ОДНОМУ/ОДНІЙ КОЛЕЗІ ТА ОДНОМУ ЧЛЕНОВІ СІМ'І			

■ ПРЕЗИДЕНТСЬКІ ВИБОРИ

Примітка: всі посилання в 4-й колонці – на Закон України «Про вибори Президента України» (1999 року зі змінами і доповненнями)

Подія/процедура	Строки, визначені законом	Дати	Стаття закону
ЦВК може переглянути межі територіальних виборчих округів	не пізніше як за 200 днів до дня голосування	11 вересня 2018 р.	ст.19, ч.3я
Публікація переліку територіальних виборчих округів ЦВК	не пізніше як за 100 днів до дня голосування	20 грудня 2018 р.	ст.19, ч.3
ЦВК оприлюднює перелік виборчих дільниць	не пізніше як за 100 днів до дня голосування	20 грудня 2018 р.	ст.20, ч.5
Початок виборчого процесу	за 90 днів до дня голосування, ЦВК оголошує про нього не пізніше, як за 91 день до дня голосування	31 грудня 2018 р., 30 грудня 2018 р.	ст.17, ч.3
Перерахування бюджетних грошей на підготовку і проведення виборів Центрвиборчкому	у 3-денний строк від дня початку виборчого процесу	3 січня 2019 р.	ст.38, ч.4
Висування кандидатів від партій (на з'їздах, зборах чи конференціях) та самовисування кандидатів	з першого дня виборчого процесу	31 грудня 2018 р.	ст. 44, п.1
Подання документів до ЦВК для реєстрації кандидатів	закінчується за 55 днів до дня голосування	4 лютого 2019 р.	ст.51, ч.5
Рішення ЦВК про реєстрацію кандидата чи відмову в реєстрації	протягом 5 днів зі дня подання документів		ст.51, ч.9
Закінчення реєстрації кандидатів Центрвиборчкомом	не пізніше як за 50 днів до дня виборів	9 лютого 2019 р.	ст.51, ч.10

Передвиборна агітація кандидатів	з наступного дня від реєстрації кандидата Центрвиборчкомом		ст.57, ч.1
Подання кандидатами на посаду президента кандидатур до складу окружкомів	не пізніше як за 45 днів до дня голосування	14 лютого 2019 р.	ст.23, ч.3
Утворення ЦВК окружкомів	не пізніше, ніж за 40 днів до дня виборів	19 лютого 2019 р.	ст.23, ч.2
Оприлюднення ЦВК рішення про утворення окружкомів та їх склад	не пізніше наступного дня від ухвалення рішення		ст.23, ч.11
Складення і затвердження Центрвиборчкомом кошторису видатків окружкомів	у 10 денний строк зі дня створення окружкомів		ст.38, ч.6
Подання райдержадміністраціями до окружкомів щодо створення спеціальних виборчих дільниць	не пізніше як за 35 днів до дня голосування	24 лютого 2019 р.	ст.20, ч.2
Утворення спеціальних тимчасових виборчих дільниць	не пізніше як за 30 днів до дня голосування	1 березня 2019 р.	ст.20, ч.10
Подання кандидатами в президенти до окружкомів щодо кандидатур до складу дільничних виборчих комісій	не пізніше як за 23 дні до дня голосування	8 березня 2019 р.	ст.24, ч.2
Затвердження Центрвиборчкомом форми, кольору і тексту виборчого бюлетеня	не пізніше як за 22 дні до дня голосування	9 березня 2019 р.	ст.71, ч.1
Утворення дільничних виборчих комісій окружкомами	не пізніше як за 18 днів до дня голосування	13 березня 2019 р.	ст.24, ч.1
Оприлюднення рішення про створення дільничних виборчих комісій та про їх склад	не пізніше як на 3 день після прийняття рішення		ст.24, п.14
Нацполіція забезпечує цілодобову охорону окружкомів	не пізніше як за 8 днів до дня голосування	23 березня 2019 р.	ст.39, ч.1
Виготовлення виборчих бюлетенів	не пізніше як за 7 днів до дня голосування	24 березня 2019 р.	ст.72, ч.1

Передача виборчих бюлетенів Центрвиборчкомом округам	не раніше ніж за 7 днів до дня голосування	24 березня 2019 р.	ст.73, ч.1
Передача виборчих бюлетенів округками на дільниці	не раніше як за 3 дні, але не пізніше як за 24 години до дня голосування	28-29 березня 2019 р.	ст.73, ч.3
Передача органами Держреєстру попередніх списків виборців дільничним виборчим комісіям	не пізніше, ніж за 8 днів до дня голосування	23 березня 2019 р.	ст.31, ч.6
Надання дільничними виборчими комісіями списків виборців до ознайомлення	наступного дня після його отримання, тобто не пізніше, ніж за 7 днів до дня голосування	24 березня 2019 р.	ст.32, ч.1
Надсилання дільничними виборчими комісіями повідомлень кожному виборцю	не пізніше, ніж за 5 днів до дня голосування	26 березня 2019 р.	ст.32, ч.2
Останній термін для виборців для уточнення своїх даних у списку виборців	за 5 днів до дня голосування	26 березня 2019 р.	ст.32, ч.5
Закінчення передвиборної агітації кандидатів	24 година останньої п'ятниці перед днем голосування	29 березня 2019 р.	ст.57, ч.2
Голосування	з 8.00 до 20.00	31.03.2019	ст.17, ч.1
Підрахунок голосів на дільницях	з 20 години дня голосування до встановлення результатів, без перерв		ст.78, ч.2
Передача документів дільничними виборчими комісіями округкому	час закон не встановлює		
Підрахунок голосів і встановлення результатів по округу округкомом	час закон не встановлює		
Прийняття ЦВК документів від округкомів	час закон не встановлює		
Встановлення ЦВК результатів виборів	протягом 10 днів після дня голосування, але не пізніше ніж на 3 день після отримання всіх протоколів округкомів	10 квітня 2019 р.	ст.84, ч.1

Офіційне оприлюднення результатів виборів на веб-сторінці ЦВК	невідкладно після підписання протоколу		ст.84, ч.2
АБО Рішення ЦВК про проведення повторного голосування (другого туру)			ст.84, ч.5
Останній термін для зняття кандидатом своєї кандидатури з повторного голосування	не пізніше ніж за 12 днів до дня повторного голосування	9 квітня 2019 р.	ст.85, ч.3
Подання кандидатами Центрвиборчкому кандидатур до складу окружних виборчих комісій	не пізніше ніж за 12 днів до повторного голосування	9 квітня 2019 р.	ст.85, ч.6
Формування Центрвиборчкомом нових окружних комісій	не пізніше, як за 10 днів до повторного голосування	11 квітня 2019 р.	ст.85, ч.5
Затвердження тексту виборчого бюлетеня для повторного голосування	не пізніше як за 10 днів до голосування	11 квітня 2019 р.	ст.71, ч.1
Подання кандидатами округам кандидатур до складу дільничних виборчих комісій	не пізніше ніж за 8 днів до повторного голосування	13 квітня 2019 р.	ст.85, ч.9
Формування округками дільничних виборчкомів	не пізніше ніж за 5 днів до повторного голосування	16 квітня 2019 р.	ст.85, ч.8
Повторне голосування (другий тур)	третя неділя після дня виборів з 8.00 до 20.00	21.04.2019	ст.85, ч.1
Підрахунок голосів на дільницях	з 20 години дня голосування до встановлення результатів, без перерв		ст.78, ч.2
Передача документів дільничними виборчими комісіями округкам	час закон не встановлює		
Підрахунок голосів і встановлення результатів по округу округками	час закон не встановлює		
Прийняття ЦВК документів від округкомів	час закон не встановлює		

Встановлення ЦВК результатів виборів і їх оголошення	не пізніше як на 10 день після повторного голосування	1 травня 2019 р.	ст.85, ч.16
Набуття повноважень і вступ на посаду новообраного президента	не пізніше як через 30 днів зі дня офіційного оголошення результатів виборів		ст.87, ч.1

■ ПАРЛАМЕНТСЬКІ ВИБОРИ

Примітка: всі посилання в 4-й колонці – на Закон України «Про вибори народних депутатів України» (2012 року зі змінами і доповненнями)

Подія/процедура	Строки, визначені законом	Дати	Стаття закону
Оприлюднення ЦВК переліку одномандатних округів і адреси виборчих комісій на сайті	не пізніше, ніж за 175 днів до дня голосування	5 травня 2019 р.	ст.18, ч.4
Оприлюднення ЦВК списку виборчих дільниць із зазначенням одномандатних округів, до яких ці дільниці відносяться	не пізніше, ніж за 175 днів до дня голосування	5 травня 2019 р.	ст.23, ч.1
Початок виборчого процесу	за 90 днів до дня голосування, ЦВК оголошує про нього не пізніше, як за 91 день до дня голосування	29 липня 2019 р., 28 липня 2019 р.	ст.16, ч.2
Висування кандидатів у депутати – партійний список і кандидати у одномандатних округах - партіями на з'їздах (зборах чи конференціях)	починається за 90 і закінчується за 79 днів до дня голосування	29 липня 2019 р., 9 серпня 2019 р.	ст.52, ч.1
Закінчення прийому документів для реєстрації кандидатів ЦВК	за 75 днів до дня голосування	13 серпня 2019 р.	ст.59, ч.2

Агітаційна кампанія партій та кандидатів-мажоритарників	з наступного дня після реєстрації списку чи кандидата		ст.70, ч.1
Відкриття рахунків виборчого фонду партій та кандидатів	не пізніше, ніж на 10 день зі дня реєстрації ЦВК		ст.48, ч.1
Утворення ЦВК окружних виборчих комісій	не пізніше, ніж за 62 дні до дня виборів	26 серпня 2019 р.	ст.27, ч.1
Утворення окружками дільничних виборчих комісій	не пізніше, ніж за 31 день до дня голосування	26 вересня 2019 р.	ст.28, ч.1
Передача органами Держреєстру попередніх списків виборців дільничним виборчим комісіям	не пізніше, ніж за 20 днів до дня голосування	7 жовтня 2019 р.	ст.39, ч.5
Надання дільничними виборчими комісіями списків виборців до ознайомлення	наступного дня після його отримання, тобто не пізніше, ніж за 19 днів до дня голосування	8 жовтня 2019 р.	ст.40, ч.1
Надсилання дільничними виборчими комісіями повідомлень кожному виборцю	не пізніше, ніж за 15 днів до дня голосування	12 жовтня 2019 р.	ст.40, ч.2
Виготовлення виборчих бюлетенів	не пізніше, як за 7 днів до дня голосування	20 жовтня 2019 р.	ст.81, ч.1
Передача ЦВК виборчих бюлетенів окружним комісіям	не раніше, ніж за 7 днів до дня голосування	20 жовтня 2019 р.	ст.82, ч.1
Передача виборчих бюлетенів окружками дільничним виборчим комісіям	не раніше, ніж за 3 дні, і не пізніше, ніж за 24 години до дня голосування	24-25 жовтня 2019 р.	ст.82, ч.3
Останній термін для виборців для уточнення даних у списку виборців	за 5 днів до дня голосування	22 жовтня 2019 р.	ст.40, ч.5
Кінець передвиборної агітації	24-та година останньої п'ятниці перед днем голосування	25 жовтня 2019 р.	ст.70, ч.2
Голосування		27.10.2019 з 8 до 20 години	ст.16, ч.1 і ст.85, ч.1

Підрахунок голосів на дільницях	з 20 години дня голосування до встановлення результатів, без перерв		ст.94, ч.1
Передача документів дільничними виборчими комісіями окружкому	час закон не встановлює		
Підрахунок голосів і встановлення результатів по округу окружкомом	час закон не встановлює		
Прийняття ЦВК документів від окружкомів	час закон не встановлює		
Встановлення ЦВК результатів виборів по загальнодержавному округу	не пізніше, ніж на 15 день після дня голосування	11 листопада 2019 р.	ст.98, ч.1, ст.99, ч.1
Офіційне оприлюднення ЦВК результатів виборів	не пізніше, ніж на 5 день зі дня встановлення результатів		ст.100, ч.1

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Ігор Куляс, Роман Головенко, Ірина Земляна

ЗМІ та вибори

Саморегуляція, безпека, закони

за загальною редакцією
Наталії Лигачової-Чернолуцької та Оксани Романюк

Літературний редактор: Катріна Хаддад-Розкладай

Дизайн: Яна Машкова

Верстка: Петро Клим

Підписано до друку: 17.09.2018 р. Тираж 800 прим.



ЖУРНАЛІСТИ НА ПРЕЗИДЕНТСЬКИХ ТА ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРАХ

ЖУРНАЛІСТ МАЄ ПРАВО



Записувати текст, фото та відео під час професійної діяльності

ЗУ «Про інформацію» (ст. 25), ЗУ «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (ст. 26), ЗУ «Про телебачення та радіомовлення» (ст. 38), Цивільний кодекс України (ст. 307)



Безперешкодний доступ на всі публічні заходи, пов'язані з виборами

- ч. 28 ст. 9 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори народних депутатів»



Вимагати кримінальної відповідальності за умисне перешкоджання своїй діяльності, напади, погрози насильством, знищення майна і т.д.

- ст. 171, 345-1, 347-1, 348-1 Кримінального Кодексу України



Отримувати інформацію щодо виборів від ЦВК та органів виконавчої влади

- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 13 ЗУ «Про вибори народних депутатів»



Оглядати всі скриньки на засіданні перед голосуванням

- ч. 10 ст. 75 ЗУ «Про вибори Президента України»
- ч. 4 ст. 84 ЗУ «Про вибори народних депутатів»

ЯКЩО ВАШЕ ПРАВО ПОРУШИЛИ



Попросіть присутніх офіційних спостерігачів здійснити за вас фото- чи відео зйомку



Повідомте у ЗМІ та профільні ГО про факт порушення ваших прав



Напишіть скаргу та зверніться до суду

Виготовлення цього посібника стало можливим завдяки підтримці американського народу, що була надана через проект USAID «У-Медіа», що виконується міжнародною організацією Інтерньюз. Зміст матеріалів є виключно відповідальністю ГО "Детектор медіа" та ГО "Інститут масової інформації" та необов'язково відображає точку зору USAID, уряду США та Інтерньюз.