

НЕЗАЛЕЖНА МЕДІЙНА РАДА

Висновок № 12

щодо змісту розважальних передач та їх анонсів на телеканалі СТБ («Один за всіх», «Битва екстрасенсів», «Хата на тата», «МастерШеф»)

м. Київ

«14» січня 2017 р.

I. Обставини справи

1. 21 грудня 2016 року до Незалежної медійної ради надійшло звернення від Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (лист № 17/3758 від 21.12.2016) із проханням висловити думку щодо наявності в передачах «Один за всіх», «Битва екстрасенсів» та «Хата на тата», а також анонсах передач «МастерШеф» та «Один за всіх», які транслювалися ПрАТ «Міжнародний медіа центр — СТБ» впродовж 5–9 жовтня та 7–13 листопада 2016 року в час, доступний для перегляду дитячою аудиторією, сюжетів, що можуть завдати шкоди духовному, моральному і психологічному здоров'ю глядачів, зокрема дітей.

2. 22 грудня 2016 року Незалежна медійна рада, відповідно до пункту 12 Положення про Незалежну медійну раду, визнала звернення в цій справі прийнятним з огляду на суспільну важливість у потребі в захисті неповнолітніх від шкідливого контенту, а також необхідність розрізнення його з освітнім контентом.

3. В анонсі передачі «МастерШеф», що транслювався 5 жовтня 2016 року о 12:41, зображено низку конфліктних сцен, що, очевидно, виникли між учасниками передачі під час її зйомки. При цьому значну частину використаних слів заглушено звуковим сигналом, що є індикатором їхньої нецензурності. Один із учасників передачі показує середнього пальця в камеру. Звучить фраза від одного з учасників: *«Достали, на**й, глотки поперегрызаю»*.

4. В анонсі передачі «Один за всіх», що транслювався 9 жовтня 2016 року об 11:29, зображено героїню передачі, яку, за її переконанням, намагаються вбити власні доньки. Далі в ролик звучать уже звинувачення доньок на адресу матері стосовно того, що вона труїла їх газом. Кульмінацією анонсу виявляється розкриття того факту, що батько намагався звалтувати одну з доньок, при тому що матір про це знала (після запитання ведучого: *«И Вы об*

этом знали?» показують кивок матері; після чого показують фразу іншої доньки: *«Це так було, правда»*).

5. В анонсі передачі «Один за всіх», що транслювався 14 жовтня 2016 року о 21:26, зображено головну героїню передачі, яка намагається врятувати свого 70-річного батька від коханки. Так, ведучий ставить низку запитань (*«Она вынуждает 70-летнего отца заниматься с ней сексом?»*, *«Это правда, что вы пытались заснять их половой акт на мобильный телефон?»*); також з'ясовується, що донька зламала батькові палець і душила його.

6. У передачі «Один за всіх», що транслювалася 9 жовтня 2016 року та про анонс якої йдеться в пункті 4 описової частини цього висновку, зображено історію матері та її доньок, які її ненавидять. О 21:59:29 під час діалогу в студії з боку матері лунає фраза до її чоловіка: *«Ти вообще молчи, насильник! Вообще молчи!»* — після чого з'ясовується, що він свого часу, коли донька Ольга вчилася в сьомому класі, намагався зґвалтувати її (див. 22:00:55; 22:01:36); у цей момент вона вийшла зі студії та почала плакати за кадром. О 22:01:14 на запитання ведучого про те, чому матір із дочкою тоді не пішли від чоловіка, звучить відповідь: *«Время не было»*. Також з'ясовується, що матір сама помирила доньку з батьком, після чого ведучий Дмитро Карпачов суттєво підвищує голос, запитуючи: *«Наташ, вы считаете, что можно за это просто попросить прощения и забыть? Вашу дочь хотели изнасиловать! А вы предложили своему ребенку помириться и сидите здесь говорите о том, что “я хочу воспитывать детей?”»* (22:01:51–22:02:06).

Згодом, коли ведучий допитав доньку Ольгу, лунає фраза, що вона «не простила» не батька, а матір — за те, що *«вона не знає ще одного случая було мого изнасилования»* (22:02:50–22:02:55) з боку сусіда, «дяді Серьожи», а також іще одного невідомого односельця. Озвучуючи цю інформацію, Ольга починає плакати. Під час розповіді про один із випадків зґвалтування в ефірі вмикається напружена та агресивна музика; також під час розповіді Ольга продовжує плакати (22:03:12–22:04:10).

Далі у програмі зі слів іншої доньки, Валентини, відкривається факт того, що найбільшу кількість проблем створює ситуація з вітчимом: *«Вона [матір] нас дуже ревнує до нього»* (22:05:55). Доходило до того, що Валентину виганяли з дому, після чого вона проводила ніч у парку взимку, але ревність також стосувалася й 13-річної доньки Насті (22:06:46–22:06:59).

7. У передачі «Хата на тата», що транслювалася 12 листопада 2016 року, зображено сцену, як батько дає малолітній дитині гроші та відправляє її в магазин по горілку. Від батька звучать такі слова: *«Ми подзвоним, попросим, йому в пакетик положили, він нам приніс»* (17:03:48–53); при цьому зображується факт передачі пакета малолітній дитині продавцями сільського магазину. Дитина, повернувшись до батька, каже: *«А я вам водки купив»* (17:03:56). Надалі зображується, як компанія батька малолітньої дитини п'є якусь рідину з пластикових стаканчиків, що може бути вживанням алкоголю. О 17:04:05 зображується також і факт вчинення подібної дії малолітньою дитиною. Наприкінці наданого відео між батьком та малолітнім сином під час роботи над домашнім завданням відбувається такий діалог: *«Пашлі курньом, а мама поки нам накрие. — Я не вмію курнуть. — Научім»* (17:04:34–39).

8. У передачі «Битва екстрасенсів», що транслювалася 13 листопада 2016 року, зображено закривавлене тіло жертви злочину, що його мають розслідувати екстрасенси впродовж передачі. Тіло вкрите слідами крові та лежить у ванній кімнаті; при цьому затерто лише обличчя жертви (див. 20:00:25). Потім повідомляється, що труп було знайдено без очей. Згодом (див. 20:00:41) голову трупа із зашитими очними дірками показують крупним планом, повторюючи цей план за 8 секунд (о 20:00:49). О 20:00:52 показують також і руку померлої, з відрізаною фалангою безіменного пальця лівої руки, на якому носилася каблучка.

II. Регулювання

1. Конституція України

Стаття 34. Кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань.

Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати й поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб — на свій вибір.

Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя.

2. Закон України «Про телебачення і радіомовлення»:

Стаття 6. Неприпустимість зловживання свободою діяльності телерадіоорганізацій

2. Не допускається використання телерадіоорганізацій для:

- необґрунтованого показу насильства;
- трансляції програм або їх відеосюжетів, які можуть завдати шкоди фізичному, психічному чи моральному розвитку дітей та підлітків, якщо вони мають змогу їх дивитися.

Стаття 62. Захист суспільної моралі та забезпечення прав неповнолітніх і юнацтва

2. Телерадіоорганізаціям забороняється розповсюджувати, а також анонсувати програми та передачі, які можуть зашкодити фізичному, інтелектуальному і духовному розвитку неповнолітніх та юнацтва, крім як протягом ефірного часу в добовому відрізку з 23.00 до 6.00 та на каналах з обмеженим доступом.

Такі програми або передачі повинні мати спеціальне попередження і відповідно позначатися в розкладі програм телерадіоорганізацій та спеціально позначатися безпосередньо перед їх трансляцією.

3. Закон України «Про рекламу»

Стаття 13. Реклама на телебаченні і радіо

6. Для цілей цієї статті не вважаються рекламою:

- анонси власних програм, передач телерадіоорганізації.

Стаття 20. Реклама і діти

1. Забороняється реклама:

- з використанням зображень дітей, які споживають або використовують продукцію, призначену тільки для дорослих чи заборонену законом для придбання або споживання неповнолітніми;

- з інформацією, яка може підірвати авторитет батьків, опікунів, піклувальників, педагогів та довіру до них дітей;

- з вміщенням закликів до дітей придбати продукцію або звернутися до третіх осіб з проханням зробити покупку;

- з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, вибухових пристроїв.

2. Реклама не повинна містити зображення дітей у небезпечних ситуаціях чи за обставин, що у разі їх імітації можуть завдати шкоди дітям або іншим особам, а також інформації, здатної викликати зневажливе ставлення дітей до небезпечних для здоров'я і життя ситуацій.

3. Реклама не повинна завдати дітям моральної чи фізичної шкоди, викликати у них відчуття неповноцінності.

4. Реклама не повинна вказувати на можливість придбання рекламованого товару, розрахованого переважно на дітей, кожною сім'єю без урахування можливостей її бюджету.

5. Реклама не повинна створювати у дітей враження, що володіння рекламованою продукцією дає їм перевагу над іншими дітьми.

III. Оцінка дотримання вимог законодавства України

1. У своєму зверненні Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення просить надати оцінку передач, що демонструвалися телеканалом СТБ, на предмет їхньої відповідності **забороні трансляції в час, доступний для перегляду дитячою аудиторією, сюжетів, що можуть завдати шкоди духовному, моральному і психологічному здоров'ю глядачів, зокрема дітей.** Відповідна заборона передбачена абзацом восьмим частини другої статті 6 Закону України «Про телебачення і радіомовлення», а також деталізується у статті 62 Закону.

2. Телеканал СТБ вже неодноразово ставав об'єктом критики через показ достатньо провокативних шоу із контраверсійних тем. Так, зі слів представників телеканалу, низку шоу уже було закрито внаслідок скарг глядачів та позиції медійної спільноти¹. Та попри все, показ відповідних передач продовжився; таке рішення аргументувалося соціальною важливістю передач на кшталт «Один за всіх».

¹ <http://detector.media/infospace/article/121684/2016-12-22-natsrada-znovu-perevirir-stb-cherez-vidrizani-paltsi-ta-inshii-nedityachii-kontent-u-dityachii-chas/>

3. **Щодо анонсів та передачі «Один за всіх»**, які стали предметом розгляду Незалежної медійної ради в рамках цієї справи, не можна заперечувати, **що відповідні теми** (конфлікт усередині родини, пов'язаний зі згвалтуваннями, як у передачі від 9 жовтня, а також насильство доньки над власним батьком, висвітлене в анонсі від 14 жовтня) **не слід замовчувати й толерувати в суспільстві, а отже національні медіа мають їх висвітлювати, й це є внеском у публічні дебати всередині суспільства**. Із погляду вибору тематики для висвітлення позицію телеканалу можна виправдати — *однак навіть у тому разі, якщо тема є внеском до суспільно важливої дискусії, форма її висвітлення не має суперечити нормам чинного законодавства*.

4. Захист дітей від шкідливого контенту є однією з основних легітимних цілей обмеження свободи слова телерадіоорганізацій із огляду на відзначену Європейським судом із прав людини у справі *Jersild v Denmark* потужнішу силу аудіовізуальних образів та більшу шкоду, якої можуть завдати аудіовізуальні медіа². Потреба в такому захисті окремо може бути виведена з Конвенції про права дитини³, у статті 17 якої йдеться про зобов'язання держави-сторони забезпечити доступ дитини **особливо** до таких інформації й матеріалів, які спрямовані на сприяння соціальному, духовному й моральному благополуччю, а також здоровому фізичному і психічному розвитку дитини, **а у статті 19 — про обов'язок держави вживати всіх заходів для убезпечення дитини від усіх форм психологічного насильства**.

5. Директива ЄС 2010/13/ЄС від 10 березня 2010 року про аудіовізуальні медіапослуги в частині сьомій статті 4 передбачає обов'язок сприяти саморегуляції у сфері регулювання шкідливого контенту⁴. Понад те, пропозиції до зміни цієї директиви прямо передбачають **заохочення співрегулювання у сфері контенту, який може негативно впливати на фізичний, розумовий або моральний розвиток неповнолітніх**⁵. Тому, погоджуючись загалом із необхідністю впроваджувати галузеве само- та / або співрегулювання в цій сфері, Незалежна медійна рада має наголосити, що до встановлення такої системи **національний регулятор має продовжувати відігравати активну роль у нагляді за заборонаю поширення подібного контенту відповідно до власних повноважень**.

6. Основне питання, яке підлягає аналізу в цій справі, — те, що вказані анонси та передачі на телеканалі СТБ належать до категорії таких, що можуть завдати шкоди фізичному, психічному чи моральному розвитку дітей та підлітків. Відповідно, також постає питання, чи могли вони демонструватися в іншій часовий проміжок, крім як о 23:00–06:00 — тобто в той час, коли транслювалися відео, що є предметом розгляду.

7. **Анонс передачі «МастерШеф»** зображує низку конфліктних ситуацій у студії проекту. Показано крики учасників, плач, значну частину ролика займає нецензурна лайка, яка блокується звуковими сигналами. Також один із учасників демонструє середній палець. Ці

² <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-57891>

³ http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_021

⁴ <http://cedem.org.ua/library/dyrektyva-yevropejskogo-parlamentu-ta-rady-yevropy-2010-13-yes/>

⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1464618463840&uri=COM:2016:287:FIN>

вияви агресії можуть слугувати художнім засобом задля зображення напруженої обстановки в рамках передачі — однак при цьому **провокують відповідну поведінку, можуть бути сприйняті як рольова модель такої поведінки глядачами, особливо неповнолітніми.** Передача пропонує нестриманість, примітивну агресію та лайку як можливу, прийнятну й навіть заохочувану реакцію на ситуації напруження, стресу та життєвих перешкод. Подібними сценами глядачів сповіщають: «Зіткнувся з перешкодами? Навіщо шукати розумні шляхи їх подолання, коли можна просто лягтися, кричати й атакувати інших?». З огляду на це, існує вірогідність відтворення моделі поведінки дітьми в майбутньому; значна кількість лайки може бути сприйнята як єдино нормальна й належна реакція на зовнішні подразники. Таким чином, анонси сприятимуть вихованню покоління з низькою стресостійкістю, не здатного до раціонального та позитивного розв'язання проблем, натомість схильного до істеричних реакцій. Саме тому анонс подібного змісту **негативно впливає на моральний розвиток неповнолітніх.**

8. *В анонсах та самій передачі «Один за всіх», що транслювалися 9 та 14 жовтня, зображуються різноманітні сімейні драми, переважно пов'язані з ситуаціями сексуального та іншого насильства в сім'ї.*

Надмірний акцент у цих анонсах та передачі зроблено на тематиці сексуального насильства, почасти — з описом деталей. Проблема домашнього насильства є, безумовно, актуальною для України, як і для абсолютної більшості країн світу. Проте висвітлення цієї проблеми стає суспільно важливим тоді, коли має на меті професійне обговорення та пошуки ефективних шляхів її вирішення. **Натомість надмірно скандалізований та підкреслено шоковий формат висвітлення чутливих тем замість сприяти їх експертному обговоренню та розв'язанню пов'язаних проблем звертається до найпримітивніших інстинктів та емоцій глядачів, таким чином сприяючи деградації власної аудиторії.** Озвучування деталей насильства в подібній концентрованій кількості, а також у поєднанні з атмосферою в студії, зокрема з використанням відповідного музичного супроводу, на наш погляд, є надмірним, покликаним впливати не стільки на раціональне сприйняття проблеми глядачем, скільки на примітивно-емоційне «смакування» пікантних подробиць чужої трагедії. Неповнолітній глядач про деякі негативні явища може довідатися саме з подібних програм, а їх жодним чином не виправдане надмірне відображення може викликати в нього почуття сорому, провини, пригніченості або ж, навпаки, бажання наслідувати насильницькі моделі поведінки, таким чином завдаючи значної моральної та навіть фізичної шкоди. Тому, на думку Незалежної медійної ради, **трансляція відповідних анонсів та передачі у вказаний час суперечить вимогам Закону України «Про телебачення і радіомовлення».** Телеканал не дотримався принципу «не нашкодь», приймаючи рішення про трансляцію продукту, насиченого емоційно негативною, агресивною інформацією в час, коли перед екраном можуть опинитися діти.

9. *Під час передачі «Хата на тата», що транслювалася 12 листопада 2016 року, показано фактично виконання неправомірних дій з продажу малолітній особі алкоголю — та спонукання та заохочення дорослим своєї дитини до вчинення таких дій.* Так само в ефірі звучить і

спонукання батьком своєї дитини до куріння. І хоча це подається напівжартома, сюжет також відображає і негативні наслідки подібного виховання з боку батьків, така подача може формувати уяву, що паління не є шкідливим, а радше ознакою «дорослості», **а відповідні лінії поведінки можуть бути прийнятними**. З цієї позиції такий елемент передачі здатен завдати шкоди як психологічному, так потенційно й фізичному розвитку дітей та підлітків, яких подібним чином заохочують «курнути» чи купити горілки. Тому показ цієї передачі у часовому проміжку з 6:00 по 23:00 **порушує норми абзацу восьмої частини другої статті 6 Закону України «Про телебачення і радіомовлення»**.

10. У передачі *«Битва екстрасенсів»*, що транслювалася 13 листопада 2016 року, зображується закривавлене тіло жертви злочину, який мають розслідувати екстрасенси під час передачі. Попри те, що обличчя жертви є затертим, надалі в рамках епізоду **крупним планом демонструється голова трупа з зашитими очними дірками**, а також рука з відрізнаним пальцем. Атмосфера жорстокості також доповнюється показом слідів крові на стінах та стіканням краплі речовини, схожої на кров, по ванній. Безумовно, показ такого контенту в «дитячий час» є неприпустимим і **подібні сцени негативно відбиваються на розвитку неповнолітніх і можуть спричинити серйозні психологічні проблеми**.

Втім, у контексті цього шоу варто звернути увагу й на іншу заборону, передбачену Законом України «Про телебачення і радіомовлення» — а саме заборону на необґрунтований показ насильства. **Повноцінний показ закривавленого трупа, а також дворазовий показ крупним планом голови померлої з зашитими очима не можна вважати обґрунтованим для досягнення мети передачі, розважальної за природою**. Відповідно, на думку Незалежної медійної ради, показ цієї передачі **порушив вимоги абзаців п'ятого та восьмої частини другої статті 6 Закону України «Про телебачення і радіомовлення»**.

11. Водночас, відповідно до власного висновку щодо випуску *«Кровавая вольница»* серіалу *«Легенди карного розшуку»* (№1 від 20 січня 2016 року), Незалежна медійна рада при розгляді справи не обмежена питаннями, які порушує заявник, і може в разі необхідності розглянути ситуацію й на відповідність іншим нормам законодавства чи професійних стандартів діяльності журналістів⁶.

12. Під час розгляду цієї справи постало питання про тлумачення норм Закону України «Про рекламу», в якому існує конфлікт двох спеціальних норм. Так, з одного боку, норма частини шостої статті 13 Закону (норма має назву *«Реклама на телебаченні і радіо»*) не вважає рекламою анонси власних програм, передач телерадіоорганізації, однак **лише для цілей цієї статті закону** (тобто статті 13, яка, з-поміж іншого, встановлює часові квоти на показ реклами, а також регламентує порядок та можливість переривання певних передач рекламою).

13. Водночас стаття 20 Закону України «Про рекламу», що має назву *«Реклама і діти»*, встановлює **чіткі вимоги до контенту реклами та забороняє виникнення ситуацій, коли після перегляду реклами дітям може бути завдано фізичної чи моральної шкоди**. Якщо

⁶ <http://mediarada.org.ua/case/vypusk-krovavaya-volnytsa-serialu-lehendy-karnoho-rozshuku/>

тлумачити цю норму в поєднанні з визначенням реклами, наданим у статті 1 Закону («реклама — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару»), можна дійти висновку, що **контентні вимоги мають поширюватися й на анонси власних передач телерадіоорганізацій, адже останні продукуються саме для створення обізнаності споживачів медійного продукту (глядачів).**

З огляду на таке тлумачення та природу вимог, які висуває стаття 13 Закону України «Про рекламу», Незалежна медійна рада вважає, що обмеження, передбачені частиною шостою останньої, стосуються лише **статті 13**; для цілей Закону України «Про рекламу» загалом **анонси власних телерадіопередач мають вважатися рекламою**. Відповідно, на думку Незалежної медійної ради, в цій справі також допущено **порушення вимог частини третьої статті 20 Закону України «Про рекламу»** стосовно анонсів передач «МастерШеф» та «Один за всіх», які є предметом розгляду.

IV. Висновки

Незалежна медійна рада вважає, що:

- 1) у передачах «Один за всіх», «Битва екстрасенсів» та «Хата на тата», а також анонсах передач «МастерШеф» та «Один за всіх», які транслювалися ПрАТ «Міжнародний медіа центр — СТБ» впродовж 5–9 жовтня та 7–13 листопада 2016 року, відбулося порушення вимог абзацу восьмою частини другої статті 6 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (**заборона трансляції в час, доступний для перегляду дитячою аудиторією (з 6:00 по 23:00), сюжетів, що можуть завдати шкоди їхньому духовному, моральному і психологічному здоров'ю**);
- 2) у передачі «Битва екстрасенсів» також допущено порушення вимог абзацу п'ятого частини другої статті 6 Закону України «Про телебачення і радіомовлення» (**заборона на необгрунтований показ насильства**);
- 3) в анонсах передач «МастерШеф» та «Один за всіх» допущено порушення вимог частини третьої статті 20 Закону України «Про рекламу» (**заборона завдавати дітям моральної чи фізичної шкоди, викликати в них відчуття неповноцінності в рекламі**).

Додаток: Окрема думка члена Незалежної медійної ради Діани Дуцик, підтримана Антоніною Черевко, Наталією Лигачовою, Тарасом Шевченком та Ігорем Розкладаєм, у справі щодо змісту розважальних передач та їхніх анонсів на телеканалі СТБ («Один за всіх», «Битва екстрасенсів», «Хата на тата», «МастерШеф») — **на трьох сторінках**.

Результати голосування: «За» — 13;

«Проти» — 0;

«Утримуюсь» — 1.

Голова Незалежної
медійної ради



Наталія Лигачова

Секретар Незалежної
медійної ради



Ігор Розкладай

Секретар Незалежної
медійної ради



Роман Головенко

Окрема думка члена Незалежної медійної ради Діани Дуцик, підтримана Антоніною Черевко, Наталією Лигачовою, Тарасом Шевченком та Ігорем Розкладаєм у справі щодо змісту розважальних передач та їхніх анонсів на телеканалі СТБ («Один за всіх», «Битва екстрасенсів», «Хата на тата», «МастерШеф»)

Загалом підтримуючи відповідний Висновок Незалежної медійної ради, вважаємо за необхідне акцентувати увагу на важливих моментах, які виходять за рамки аналізу програм каналу СТБ, про які йдеться в цьому висновку («Один за всіх», «Битва екстрасенсів», «Хата на тата», «МастерШеф»).

Останні роки ми спостерігаємо таку тенденцію: автори соціальних ток-шоу або інших програм розважального характеру на різних телеканалах, намагаючись зробити свої матеріали все більш сенсаційними заради утримання рейтингів, вдаються до неприйнятної інструментарію. І це не лише щораз більша кількість агресії та насильства (зокрема й сексуального) в матеріалах, але й усе частіше залучення до таких програм маргіналізованих та люмпенізованих представників суспільства з низьким рівнем культури (зокрема й соціальної), для яких участь у таких програмах є в першу чергу способом заробітку.

Відштовхуючись від цього, погляньмо на загальний контекст, як медійний, так і суспільно-політичний. У телепросторі домінує розважальний контент (про його тематичну спрямованість частково свідчать і перелічені вище програми). Новинно-інформаційні програми приватних мовників теж далеко не ідеальні, оскільки вони часто відстоюють позицію власника, а не суспільства. А отже домінують негативні новини, деякі телеканали навіть у новинах роблять акцент на кримінальній тематиці та скандалах, розширюючи таким чином поле медійної агресії. Так, наприклад, [моніторинг щоденних новин ГО «Детектор медіа»](#) зафіксував у новинній програмі «События» на телеканалі «Україна» від 12 грудня 2016 року, що 42 % випуску (11 матеріалів із 26) стосувалися надзвичайних ситуацій та кримінальних новин. По-перше, самі матеріали були сумнівними з погляду інформаційної необхідності, по-друге, стилістика представлення цих новин працює на нагнітання емоцій. Так, на телеканалі можна було почути таке: *«ненужные дети: их выбрасывают на мусорники, оставляют умирать от голода и избивают до смерти»*, *«на одном и том же участке дороги, прямо на пешеходном переходе, постоянно сбивают людей»*, *«сын палкой забил мать, а затем покончил с собой»*, *«трехмесячный сын Елены умер на улице прямо в коляске, но женщина продолжала гулять с ним»*, *«четырёхлетнего Арсения привезли в больницу в коме»*, *«восьмилетняя Настя вступилась за мать. Отец задушил дочь»*. І в цьому ж випуску телеканал, щоби представити ситуацію в країні вже зовсім у жахливому світлі, повідомляє, що в цей час правоохоронці займаються корупцією (йдеться про історію двох полісменів, що попалися на хабарах в Одесі).

Натомість в Україні поки що відсутній суспільний мовник, який в ідеалі мав би збалансувати негативні тренди українського телевізійного простору (і в частині дотримання професійних стандартів, і в частині відбору тем).

Не забуваймо також, що триває війна — і в такий час як суспільство загалом, так і окремі суспільні групи мають особливі інформаційні потреби, про що свідчать соціологічні дослідження, проведені різними інституціями (як-от дослідження «Інтерньюз» про інформаційні потреби вимушено переміщених осіб [«Розуміння інформаційних та комунікаційних потреб внутрішньо переміщених осіб. У пастці пропагандистської війни. Покинуті. Розчаровані. Затавровані»](#)). І в переліку цих інформаційних потреб кримінальних новин немає.

Натомість в українському телепросторі домінує примітивізований розважальний контент, який підтримує тенденцію, що нібито все українське суспільство наскрізь маргінальне та люмпенізоване. Це призводить фактично до заохочення певних негативних поведінкових моделей у суспільстві вже в реальному, а не віртуальному житті. Особливо це стосується такої аудиторії, як діти й підлітки, які за певних обставин стають дуже чутливими до медіавпливів.

Уплив медіа на зростання антисоціальної поведінки та рівня агресії в суспільстві підтверджений багатьма дослідженнями.

У 2000 році професійні американські спілки (American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, American Medical Association, American Academy of Family Physicians, American Psychiatric Association) заявили, що результати більш ніж 1000 досліджень чітко вказують на існування причинно-наслідкового зв'язку між медіанасильством та агресивною поведінкою деяких дітей. [Петер Вінтерхофф-Шпрук. Медіапсихологія. Основные принципы. / Пер. с нем. — Х., 2007.]

Одними з перших такі дослідження проводили Альберт Бандура, Леонід Берковиц [російською мовою доступна книжка: [Леонид Берковиц. Агрессия: причины, последствия и контроль](#)], Ройел Х'юсман та інші. Проведені Бандурою експерименти показали, що якщо дитина постійно споживає відеоінформацію, пов'язану з насильством, вона одразу після цього починає поводитися агресивно; а також що діти схильні імітувати поведінку, яку на їхніх очах було схвалено, й це стосується як соціальної, так і антисоціальної поведінки. Х'юсман також доводить, що фільми, телепрограми, відеоігри, в яких присутнє насильство, збільшують ризик насильства, але при цьому треба враховувати ряд інших факторів, як-от стан психічного здоров'я та агресію в сім'ї.

Німецький дослідник Петер Вінтергофф-Шпрук також робить висновок, що *«глядачі сприймають агресивні манери поведінки, запам'ятовують їх як потенційні приклади своєї майбутньої поведінки. Це особливо стосується реалістичної поведінки позитивних головних героїв в ім'я хорошої справи. За певних обставин люди з прихованою агресією наслідують таку поведінку. ...Якщо агресивна поведінка стає соціально успішною, тобто агресор досягає мети, то вона стає частиною репертуару його поведінки».*

Представники медіаіндустрії (не лише української) традиційно критикують / ігнорують результати досліджень, які так чи інакше підтверджують взаємозв'язок між медіанасильством та насильством у реальному житті, апелюючи до критиків дослідників медіавпливів. Вони не хочуть брати на себе соціальної відповідальності за наслідки написаного / сказаного / показаного.

В українських реаліях позиція олігархічних медіа часто підкреслено зверхня: ні критика медійних громадських організацій, ані попередження від регулятора не змусили телеканал СТБ змінити підходи до виробництва програм із розважальним контентом, особливо тих, у яких торкаються інтереси дітей, або тих, які демонструються в час, коли діти можуть дивитися ТБ. Можливо, тому, що власники-монополісти, *«мають свободу поводитись з інструментами демократичних дебатів як із своєю приватною власністю»* [Ричард Кібл. Журналістська етика. — К., 2007].

Але більше в цій ситуації неприємно дивують дві речі: байдужість журналістів, які виготовляють такий продукт, і мовчання аудиторії, яка його споживає.

Жодними рейтингами не можна виправдовувати демонстрацію крупним планом голови трупа із зашитими очними дірками («Битва екстрасенсів»).

«Насправді немає обставин, що виправдовували би показ страти, і лише в рідкісних випадках може бути виправдана трансляція інших сцен убивства людей. Завжди слід поважати недоторканість приватного життя і гідність мертвих. Ми ніколи не повинні показувати їх без вагомих на те підстав. Ми повинні також уникати необґрунтованого використання великим планом облич і серйозних травм або інших матеріалів, пов'язаних із насильством», — ідеться в редакційних настановах Бі-бі-сі. А також: *«Ми повинні стежити за тим, щоб окремі програми, що використовуються разом у розкладі, не містили матеріалів, що заохочують або ідеалізують насилля, небезпечну чи виразну антигромадську поведінку, або матеріалів, що можуть заохочувати інших людей копіювати таку поведінку, якщо тільки для цього немає виразного редакційного обґрунтування».* Це приклад саморегуляції, а також поваги до своєї аудиторії й відповідального ставлення до своєї роботи.

В умовах, коли українські телеканали не здатні піти шляхом саморегуляції, частина громадськості може вимагати в державі впроваджувати жорсткіші норми регулювання контенту. Вона матиме свої аргументи. Адже в нинішніх соціально-політичних умовах в Україні не поодинокі приклади, коли агресивна чи антисоціальна поведінка стає соціально успішною або ніяк не карається. Медіа свідомо й несвідомо підсилюють цю тенденцію.

Які це матиме наслідки? Це питання виходить далеко за рамки вузької корпоративної дискусії. Тому, очевидно, на часі широка дискусія про роль українських медіа в усіх суспільно-політичних процесах країни, про необхідність зміни підходів до контентного наповнення українських медіа, а також загалом про зміну трендів медіадискурсу. Ніхто не має залишатися осторонь.

Член Незалежної медійної ради

Діана Дуцик

Член Незалежної медійної ради

Антоніна Черевко

Голова Незалежної медійної ради

Наталія Лигачова

Член Незалежної медійної ради

Тарас Шевченко

Секретар Незалежної медійної ради

Ігор Розкладай